

DEC

CREEMOS EN LAS EXPERIENCIAS

DEC al Sur Turismo y Experiencia desde el Sur de Chile

12 de Noviembre 2025





AGENDA

- Kunstmann
- Hotel Puerta del SUR
- IZO
- APM
- Visita guiada

¿Quienes somos?

Comunidad que impulsa la Experiencia de Clientes

- Nos dedicamos a inspirar y acompañar a empresas y profesionales en la transformación hacia una cultura centrada en las personas.
- Nacida en España en 2014, promovemos la filosofía **Human Experience**, una visión integral, centrada en las personas y en todos los actores que conforman el ecosistema organizacional que conecta propósito, innovación y tecnología al servicio de las experiencias.

Estamos presentes en :



Marisa Cozak
Directora Ejecutiva
DEC Chile

DEC Chile: Experiencia en Territorio

Nuestra visión: desarrollar el concepto de **Experiencia** en toda la sociedad para que nuestras empresas sean reconocidas por entregar una experiencia única, diferencial y rentable, generadora de fuertes vínculos con sus clientes y de resultados sostenibles en el tiempo.

2020	         
2021 - 2022	             
2023	       
2024	      
2025	              



Asociación DEC chile



decchile_

Ciclo "DEC al Sur"

Es un espacio de conversación regional cuyo propósito es activar redes y potenciar el desarrollo desde el sur del país. Buscamos **conectar miradas estratégicas y territoriales**, mostrando cómo la Experiencia de Cliente puede convertirse en motor de desarrollo y colaboración regional.



Octubre 2025

CX como motor de desarrollo

Apertura del ciclo con una mirada estratégica e inspiradora sobre el potencial de transformación regional.



Diciembre 2025

Agroindustria y recursos naturales

Conversaciones en torno a la innovación en sectores productivos clave del sur de

Chile.



Noviembre 2025

Turismo y experiencias locales

Énfasis en hospitalidad, digitalización y experiencias sostenibles que conectan territorio y personas.



Enero 2026

Cierre del ciclo

Encuentro regional (07, 8 y 9 enero)
Visibilización de buenas prácticas y casos regionales que destacan el talento y potencial del territorio.



CREEMOS
EN LAS
EXPERIENCIAS

kunstmann®

DEC al Sur: Experiencias que inspiran



EXPERIENCIA

kunstmann®



INDICE



01

NUESTRA EMPRESA

02

PROPOSITO

03

EXPERIENCIA

04

2026

¡Bienvenidos a nuestro origen!

VALDIVIA
CAPITAL CERVECERA



1991

**Nuestra primera
cerveza
(Lager)**



NUESTRA HISTORIA

1997

**Reubicación de la
cervecería y apertura
en Torobayo en Valdivia**



2002

**Distribución de
nuestros productos a lo
largo de Chile**



2003

**BIERFEST
Tradición Alemana en
Chile**



2017

Estrategia de Bares y
Restaurantes



2020

Lanzamiento VPL
Una nueva categoría de
mercado



2021

Sucesión Familiar





Por **4 año consecutivo** somos reconocidos como Marca de Cerveza más Valorada por CHILE3D, el estudio más importante a nivel nacional sobre **estilos de vida de los chilenos** y su relación con las marcas. Se realiza desde el año 2008 y evalúa las dimensiones de **prestigio, afecto y presencia** de las marcas.



Por **5to periodo** somos reconocidos por este estudio que premia a aquellas marcas que tienen un **impacto relevante en la sociedad y en la calidad de vida de las personas.** Tienen un propósito y han puesto en el corazón de su negocio, **la relación con la comunidad.**



El primer estudio en Chile que mide las expectativas y percepciones del consumidor frente a las **marcas y su contribución al entorno**, basado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.



NACIONES UNIDAS



Experiencia Kunstmann

CERVECERÍA Valdivia



200.000
Clientes al año

CRAFTBAR Ñuñoa



37.000
Clientes al año

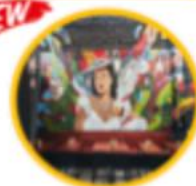
CRAFTBAR Vitacura



50.000
Clientes al año

Barrio Italia

NEW



CERVECERÍA Bariloche



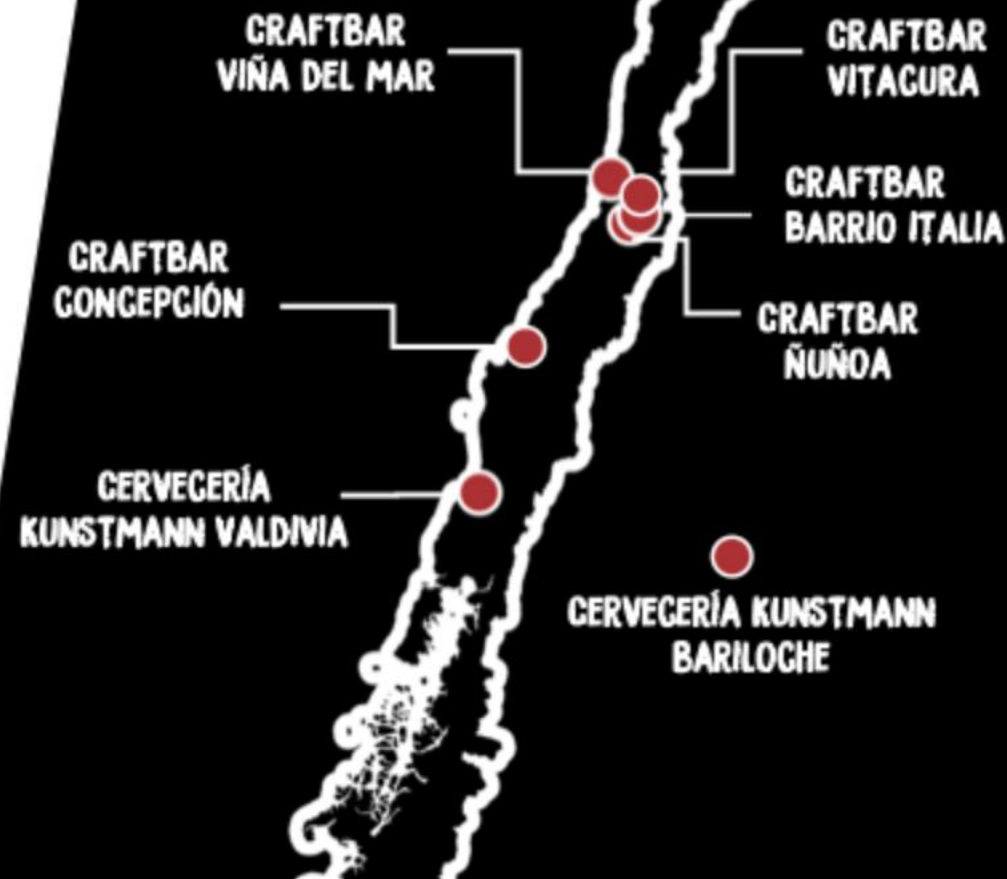
100.000
Clientes al año

CRAFTBAR Viña del Mar



50.000
Clientes al año

NEW CRAFTBAR Concepción



kunstmann

Crear experiencias de calidad para el mundo cervecero

Marca Regional

Presencia en 12 países

2006

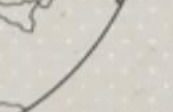
2009

2013

2014

2019

2022





NUESTRO PROPOSITO

CREAR EXPERIENCIAS DE CALIDAD PARA EL MUNDO CERVECERO



2022

Lanzamiento craft bar
"Marca más valorada" Chile 3D

2023

Centro del visitante
Visión estratégica como:
Complejo cervecero

2024

Sala de Barricas
Nueva plataforma de Venta
Tour&Catas



2025

Turistik en Valdivia
Estrategia imagen del
complejo cervecero



2026

Innovaciones cerveceras
Nueva experiencia: Casa
Experimental



2030

Mejor experiencia cervecera de
latino America



100% DE NPS

NUESTRO PROPOSITO

CREAR EXPERIENCIAS DE CALIDAD PARA EL MUNDO CERVECERO

EXPERIENCIAS 2026



MAESTRO CERVECERO



FULL DAY



TOUR FAMILIAR

EXPERIENCIAS 2026



BARRICAS



CASA EXPERIMENTAL



SUNSET



NACE UNA
TRADICIÓN FAMILIAR



CREEMOS
EN LAS
EXPERIENCIAS



PUERTA
DEL SUR
VALDIVIA

DEC al Sur: Experiencias que inspiran





La experiencia del huésped como eje y
valor diferenciador en Puerta del Sur



PUERTA
DEL SUR
VALDIVIA



Introducción

En los últimos años hemos observado un cambio profundo en cómo las personas viajan. Ya no buscan lujo ni perfección, prefieren un trato humano, cercano y genuino y buscan espacios donde puedan respirar más lento, sentirse bienvenidos y encontrar un sentido de pertenencia.

En Puerta del Sur hemos trabajado con intención para poner la experiencia del **huésped en el centro**. No como un concepto teórico, sino como una práctica diaria que involucra a todo el equipo.



Nuestro enfoque

En Puerta del Sur creemos que la diferencia no está en cuántos servicios ofrecemos, sino en **cómo hacemos sentir a quienes nos visitan.**

Nuestra experiencia se sostiene en cuatro pilares:

- Cuidar y acompañar el viaje emocional del huésped.
- Recepción cercana y consciente (personas que escuchan, observan y comprenden)
- Crear experiencias dentro del hotel que conectan con el entorno.
- Conocer en profundidad a nuestros huéspedes para personalizar su estadía.



I. Programa Experiencias Memorables

Este programa **nos permite estar atentos al recorrido emocional del huésped.**

Incluye tanto los momentos positivos como los difíciles, porque **las cosas humanas siempre pasan**: una calefacción que falló, una habitación que no fue lo esperada, un viaje largo que llegó con cansancio.

No escondemos los problemas: **los reparamos con cercanía, rapidez y cuidado.**

Y cuando hay algo que celebrar o acompañar, lo hacemos con detalles que tienen sentido para esa persona o esa historia.



II. El rol de la recepción en la experiencia del huésped

La recepción es el punto donde se sostiene la experiencia humana del hotel. Nuestro foco no es la formalidad ni la distancia, sino la **capacidad de leer a la persona que llega**, comprender su contexto y adaptarnos.

Esto implica:

- Escucha activa
- Criterio humano
- Claridad y empatía en la comunicación
- Resolver problemas con calma
- Reconocer cuándo sorprender y cuándo simplemente acompañar

No buscamos perfección. Buscamos **presencia y sensibilidad**.



III. Experiencias dentro del hotel

Diseñamos experiencias que permiten sentir y vivir Puerta del Sur.

- Birdwatching
- Ruta de bicicletas por humedales
- Invernadero y huerto
- Gastronomía con productos locales
- Los toneles como espacio de conexión íntima con la naturaleza.
- Muelle como lugar icónico para el atardecer.
- SUP y Kayak.

Nuestra campaña de verano “**Baja el ritmo y siente el verano**” es una invitación real a entrar en otro tempo. A conectar con lo sensorial.

Puerta del Sur no es un lugar para pasar la noche: es un refugio donde uno conecta, respira y vuelve a sentir.



IV. Integración de nueva tecnología

En el hotel hemos venido incorporando tecnología para ordenar procesos y mejorar la experiencia.

artimos con Opera para la gestión de reservas internas, sumamos Duetto para el revenue, SiteMinder para la conexión entre canales y ahora BookBoost para la comunicación con huéspedes.

El nuevo CRM es el siguiente paso dentro de ese proceso: nos permite unificar la información dispersa y construir perfiles completos de cada huésped, para conocerlos mejor y acompañarlos de manera más consciente.

Información integrada por huésped:

- Origen de la reserva (OTAS, directo, web).
- Número de estadías.
- Preferencias y necesidades (alergias, gustos, celebraciones).
- Estilo de viaje: pareja, familia, corporativo, bienestar, etc.

Con esto podremos:

- Comunicar de manera más cercana y relevante.
- Anticiparnos a sus necesidades.
- Sorprender con sentido.





Resultados observados

- Mejor feedback y más comentarios positivos relacionados a la calidez humana.
- Mayor interacción con experiencias dentro del hotel (toneles, muelle, invernadero).
- Repetición de huéspedes que valoran la conexión emocional.
- Reputación online más coherente con nuestra identidad.



PUERTA
DEL SUR
VALDIVIA




CREEMOS
EN LAS
EXPERIENCIAS



DEC al Sur: Experiencias que inspiran



#CHARLA



DE LA EMOCIÓN AL RECUERDO: ¿Cómo se construye la experiencia del turista?

Noviembre 2025

PRESENCIA INTERNACIONAL

Izo en el mundo


Somos +500 profesionales

Trabajando desde 16 oficinas

Operando en +25 países

Con +25 años de historia





Ayudamos a nuestros clientes a crear mejores experiencias con estrategias especializadas tanto para clientes como para colaboradores.

Ofrecemos servicios de consultoría, analítica y tecnología para gestionar y transformar Experiencias.

Tenemos el poder de transformación de una gran consultora, con el corazón e ingenio de una startup. Ofrecemos las mejores soluciones en Customer Experience, Employee Experience y transformación organizacional.



¡BIENVENID@S!
SOY VIANNEY!



1

Ing. Comercial, Magister en Customer Experience en EOI - Madrid, Certificada en Customer & Employee Experience Management Izo y Certificada Profesional en Experiencia de Clientes DEC

2

Lidero el brillante, talentoso y apasionado Hub XM en IZO

3

Embajadora y apasionada por impulsar la gestión de experiencias desde 2013

4

Venezolana, mamá de dos, viajera, foodlover, Disney lover y MUY familiar

¿Por qué trabajamos en **experiencia de cliente**?



La emoción
genera
recuerdo



El recuerdo
condiciona las
decisiones futuras




Las decisiones
futuras son
Negocio

#FRASE

LO QUE UNA PERSONA
SIENTE, LO RECUERDA. Y
LO QUE RECUERDA,
INFLUYE EN LO QUE
DECIDE.

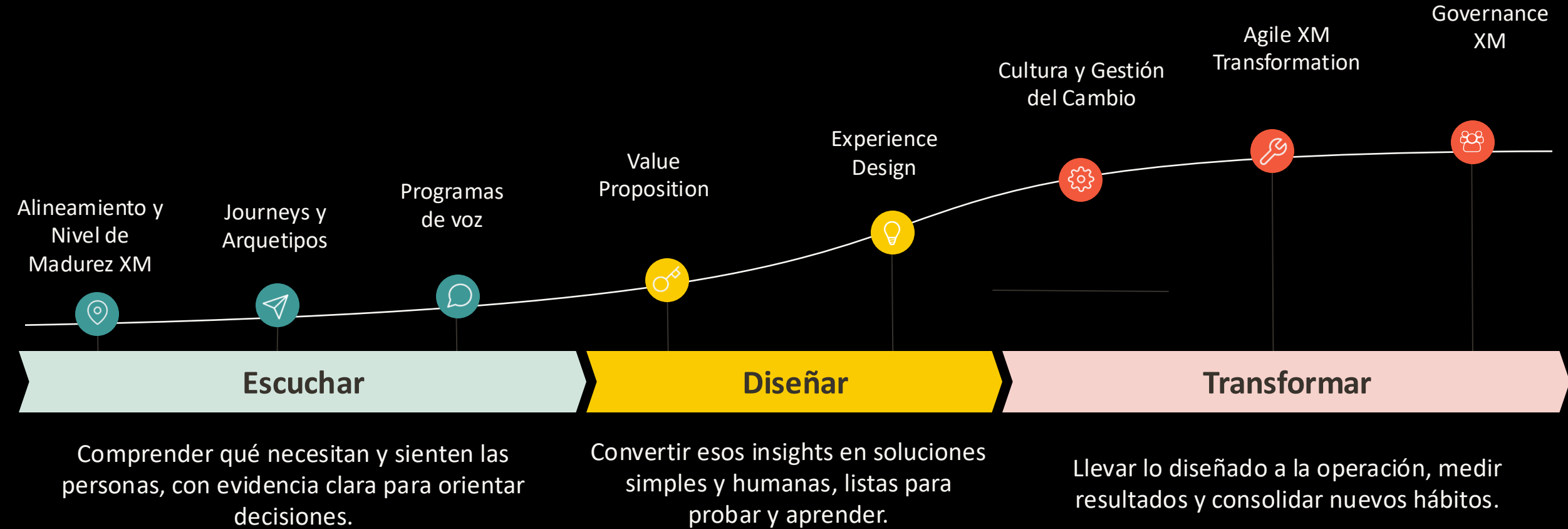




¿Cómo se construye
la experiencia del
turista?



Roadmap Experience Management IZO



#Clave



Existen 4 pilares que hemos
identificado que busca el
turista que visita el sur de
Chile



TURISMO DE NATURALEZA

+US\$ 600 mil millones
anuales

(Fuente: World Travel & Tourism Council, 2024)

Conexión con la naturaleza

En el turismo del sur, la naturaleza no es solo el entorno, es parte activa de la experiencia emocional del visitante.

¿POR QUÉ LA CONEXIÓN CON LA NATURALEZA IMPACTA EN LA EXPERIENCIA?



EMOCIÓN

El contacto con la naturaleza reduce el estrés, activa la calma y despierta la curiosidad



RECUERDO

La naturaleza deja una huella sensorial y emocional: sonidos, aromas, paisajes.

Para construir una experiencia basada en la naturaleza debe haber respeto y coherencia

Diseñar espacios que inviten a contemplar, integrar materiales locales y promover una relación responsable con el entorno.



CANCAGUA

Spa & Retreat Center con vista al Lago Llanquihue en mitad de la naturaleza



Cancagua ha desarrollado biopiscinas geotermales en el sur de Chile que combinan tecnología sustentable, diseño paisajístico y eficiencia energética.



#2 PILAR



“Cuando los servicios de **HOSPITALIDAD** (Personal amable, atención, ambiente de acogida) son bien valorados, se incrementa la intención de volver o de recomendar el destino”

Fuente: “The Impacts of Hospitality Services on Visit Experience and Future Visit Intention of Student TravelerS”

Hospitalidad que abraza

La hospitalidad no se trata solo de recibir, sino de hacer sentir.

El sur se distingue por esa calidez genuina que transforma la estadía en vínculo.

¿POR QUÉ LA HOSPITALIDAD IMPACTA LA EXPERIENCIA?




EMOCIÓN

La hospitalidad genuina activa emociones positivas inmediatas: confianza, gratitud y bienestar



RECUERDO

El huésped no recuerda los detalles materiales, sino las personas que lo hicieron sentir en casa.

A close-up photograph of green, pinnate leaves being hit by rain. The rain is visible as numerous vertical streaks across the entire image, creating a sense of motion and freshness. The leaves are vibrant green and have a slightly glossy texture from the water.

**Para construir una
hospitalidad que abrace
debe haber coherencia
y empatía:**

Formar equipos con vocación de
servicio, cuidar los detalles y
poner al centro la emoción del
otro.

AWA

Naturaleza, diseño y experiencias inolvidables
Relajo y aventura con un sello de sostenibilidad.

HABITACIONES

La calidez de un hogar en un refugio al sur de Chile

Las 25 habitaciones de Hotel AWA están cuidadosamente diseñadas para ofrecer el máximo lujo y confort. Cada una dispone de ventanales de piso a techo, que brindan una vista panorámica espectacular del Lago Llanquihue y el imponente Volcán Osorno.





Más del 50 % de los huéspedes que eligen un “**DIGITAL DETOX** retreat” lo hacen para escapar del burnout y el exceso de pantallas.

(Fuente: Wander-Mag, 2024)

#3 PILAR

Desconexión Digital

En el turismo actual, el verdadero lujo está en poder detenerse.

La desconexión se convierte en una oportunidad para reconectar con uno mismo, con los otros y con el entorno.

¿POR QUÉ LA DESCONEXIÓN DIGITAL IMPACTA EN LA EXPERIENCIA?



EMOCIÓN

El silencio, el tiempo y la ausencia de pantallas generan tranquilidad y presencia plena.



RECUERDO

El visitante asocia el destino con bienestar, descanso real y momentos significativos.

Para construir una experiencia de desconexión debe haber intención y diseño

- Crear espacios que inviten a la calma
- Promover el “slow travel”
- Comunicar la desconexión como beneficio emocional.





The rooms don't feature televisions nor internet (although there is a computer with a connection for emergencies if needed), but that is part of the focus of the resort, to get away from digital overload and just commune with nature and be with your partners, friends, or thoughts.

Puyuhuapi Lodge & Spa

Solo accesible por mar, sin
señal de celular y con internet
limitado, invita a detener el
ritmo, silenciar las
notificaciones y reconectar con
el entorno natural.

izo + DEC

25%

Del presupuesto de viaje se destina
a **EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS**

(Fuente: Food Inspiration Magazine, 2024)



Gastronomía Lo

En el turismo, la gastronomía es uno de los principales momentos de contacto del turista con el destino

¿POR QUÉ LA GASTRONOMÍA IMPACTA EN LA EXPERIENCIA?



EMOCIÓN

Los sabores locales generan **cercanía y autenticidad.**



RECUERDO

La experiencia culinaria se asocia a **momentos agradables y memorables.**

Para construir una **experiencia gastronómica en el SUR** debe haber

- **Autenticidad:** usar productos locales
- **Coherencia:** que lo que se ofrece esté alineado con la propuesta del destino



Kunstmann



lacerveceriakunstmann • [Seguir](#)

Rocketman • Orange Coffee



lacerveceriakunstmann 🍷 Crudo, sin filtros, sin censuras.. Solo sabor auténtico del sur y un schop Kunstmann bien helado para acompañarlo. Así se vive el crudo en la cervecería.

📍 Ven a vivir el sabor del sur con nosotros en La Cervecería Kunstmann.

Cada cerveza cuenta su historia. La tuya comienza con responsabilidad. No compartas nuestro contenido con menores de 18 años.

[#Valdivia](#) [#LaCerveceria](#) [#surdechile](#) [#Crudo](#) [#Cerveza](#)
[#laperladelsurdechile](#) [#kunstmann](#)

3 sem

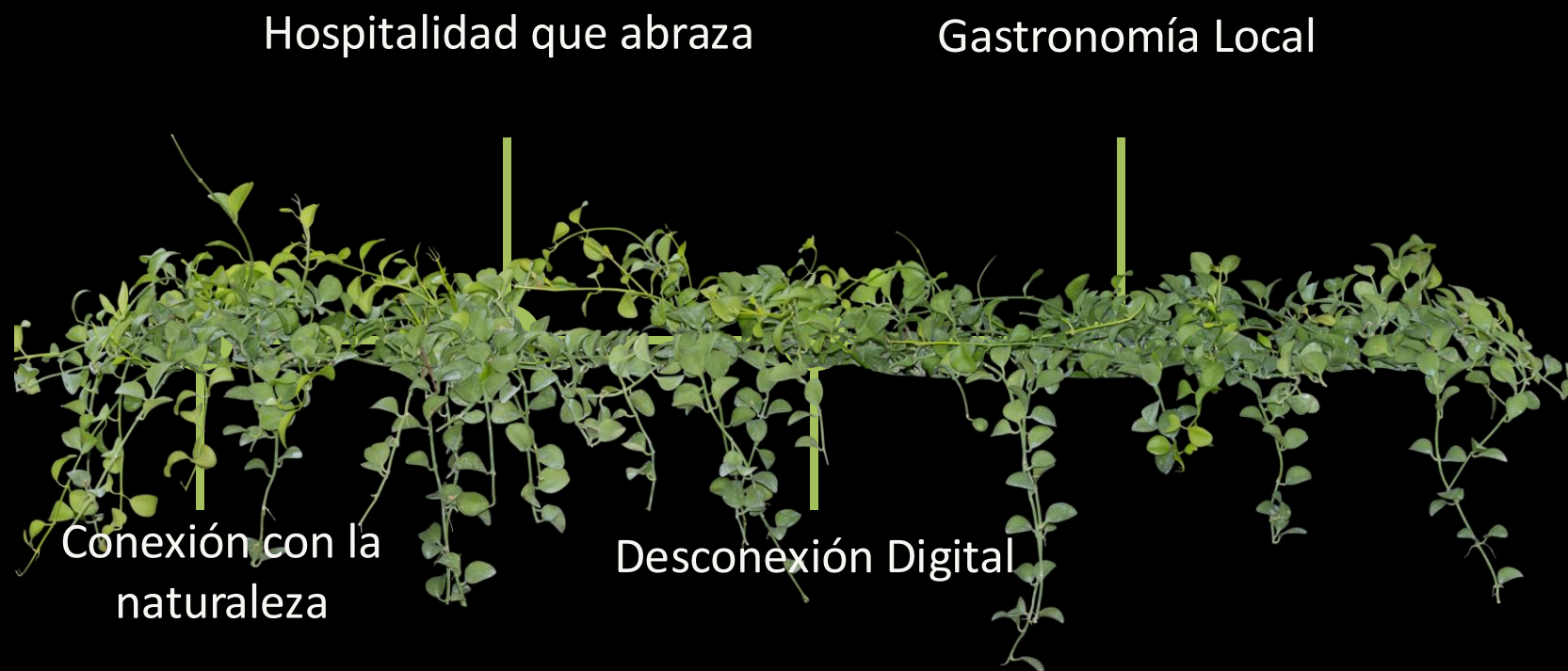


lacerveceriakunstmann Nuestro Pernil de cerdo ahumado 24 horas con leña nativa es un imperdible 🍷 ;Con puré picante, Rotkohl endulzado con sirup de cerveza Bock y puré de manzanas verdes para el toque perfecto! 🍷




#RESUMIENDO

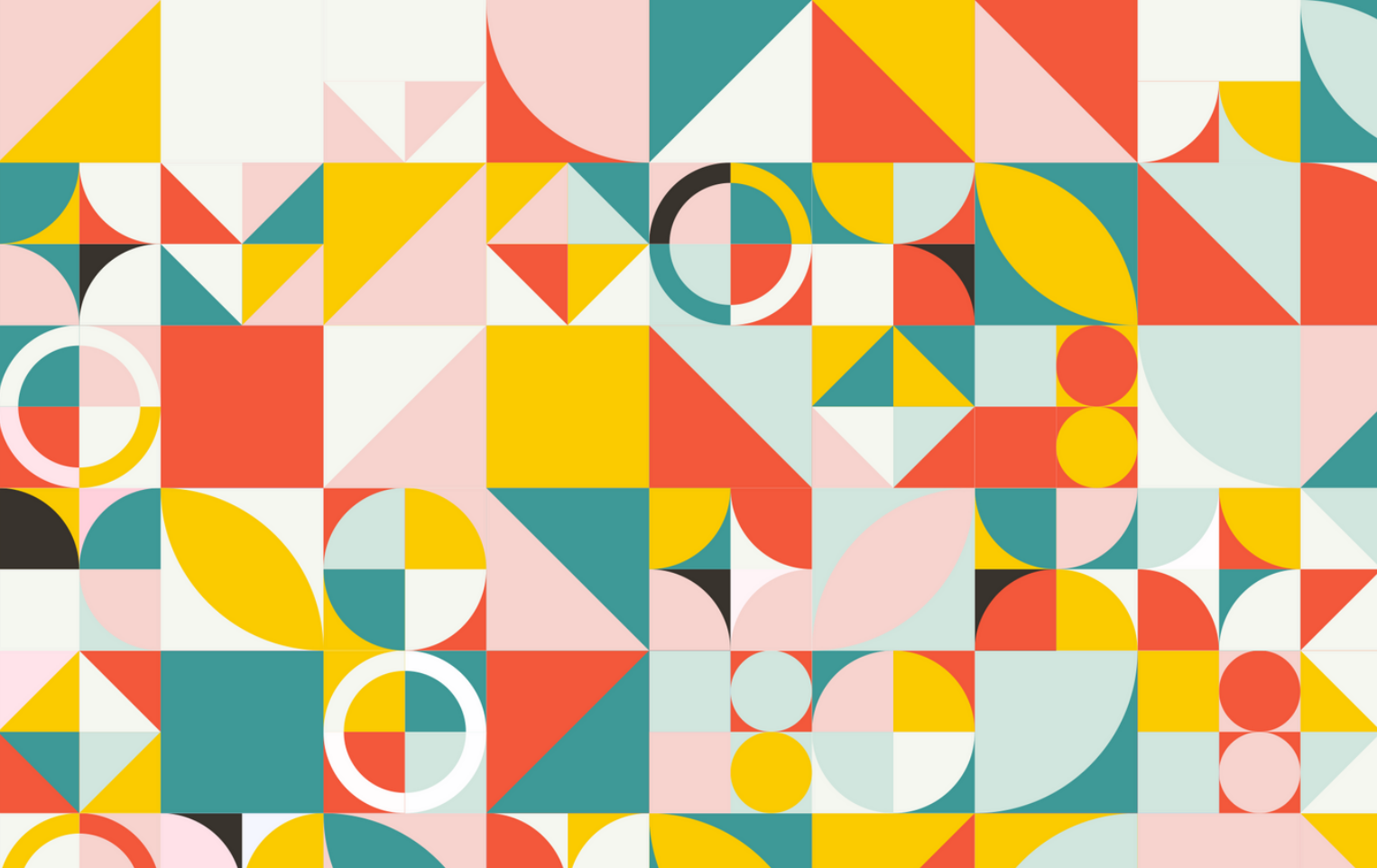
Así se construye la experiencia del turista que visita el Sur. Teniendo en cuenta estos 4 pilares



#REFLEXIÓN



Cada **emoción** que
despertamos,
se transforma en **recuerdo**.
Y los recuerdos... son el
camino de **regreso**



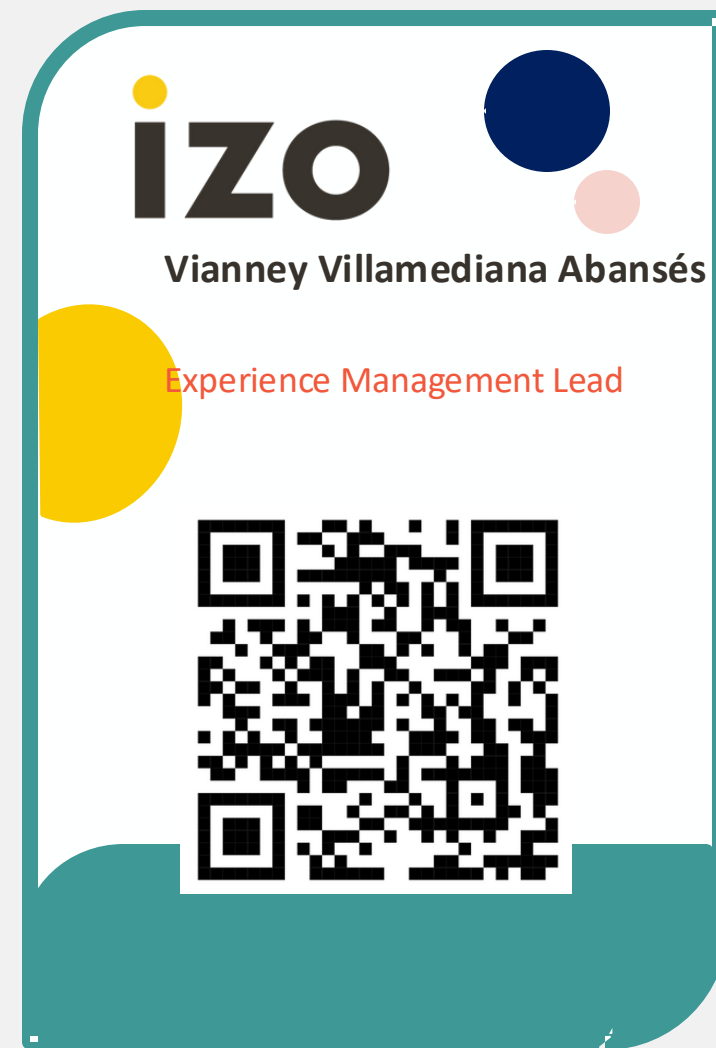
¡Gracias!

Visita izo.es

✉ hola@izo.es

[in linkedin.com/izo](https://www.linkedin.com/company/izo)

izo



DEC

CREEMOS EN LAS EXPERIENCIAS