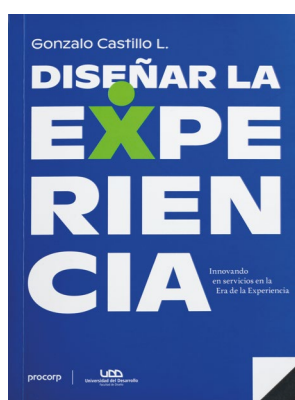


# Diseñar la Experiencia. Innovando en servicios en la era de la experiencia

## Designing Experience. Innovating Services in the Age of Experience

POR / BY **MARILUZ SOTO HORMAZÁBAL**  
CENTRO DE DISEÑO DE EXPERIENCIAS Y SERVICIOS  
DIRECTOR OF THE EXPERIENCE AND SERVICE DESIGN CENTER  
UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO

FOTOS\_ PHOTOS\_IGNACIO INFANTE



### GONZALO CASTILLO

PROCORP Y FACULTAD DE DISEÑO,  
UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO,  
SANTIAGO, 2022, 230 PÁGINAS.  
ISBN 978-956-410-735-6

El libro “Diseñar la Experiencia. Innovando en servicios en la era de la experiencia” de Gonzalo Castillo, presenta una reflexión profunda y actualizada sobre los desafíos que enfrenta el diseño en la era de la experiencia, incorporando los aprendizajes y cambios impulsados por la crisis sanitaria, social y medioambiental. En sus páginas, el autor, junto a colaboradores como Catalina Cortés, Diego Labarca, Isidora Pérez y Roman Yosif, exploran conceptos, reflexiones y experiencias con una claridad y precisión que invitan a un diálogo cercano y continuo con el lector.

En cuanto al contenido, en la primera parte del libro, la empatía en el diseño de servicios tiene un rol fundamental conectando con los conceptos base que estructuran los servicios centrados en las personas. Castillo identifica una brecha significativa entre el propósito declarado de muchas organizaciones —centrado en el cliente— y la percepción real que los clientes tienen de estas. Este énfasis en la empatía es esencial y profundiza en una visión centrada en las acciones de las

The book “*Designing Experience: Innovating Services in the Era of Experience*” by Gonzalo Castillo offers a comprehensive and contemporary analysis of the challenges that design faces in today’s experience-driven world. It incorporates lessons learned and changes prompted by health, social, and environmental crises. In this book, the author and contributors Catalina Cortés, Diego Labarca, Isidora Pérez, and Roman Yosif explore concepts, reflections, and experiences with clarity and precision that encourage ongoing dialogue with the reader.

The book is organised into two main sections. The first section addresses the significance of empathy in service design. This is a key factor that structures people-centred services. Castillo identifies a considerable gap between the stated purpose of many organisations—which claim to offer customer-centred services—and the actual perception of customers. The



personas, considerándolas como el verdadero motor que impulsa las decisiones dentro de cualquier organización. Este enfoque en la empatía y la conexión humana es vital para cerrar la brecha entre la intención y la percepción, algo que aún es un desafío para las organizaciones. La segunda parte del libro se enfoca en la metodología Procorp, un modelo que, aunque basado en la secuencia del *design thinking*, propone ir un paso más allá. Este modelo no se limita a una secuencia lineal de pasos, sino que incorpora factores comunicacionales, tecnológicos, personales y ambientales, que enriquecen y complejizan el proceso de diseño. Además, Castillo identifica una serie de pilares que son cruciales para garantizar la factibilidad y sostenibilidad de los proyectos de diseño de servicios. Estos pilares no solo aportan a la comprensión de cómo se diseñan servicios efectivos, sino que también proporcionan un marco para evaluar y mejorar los procesos en curso, asegurando que los servicios no solo sean innovadores, sino también viables a largo plazo.

Un aspecto especialmente notable del libro es cómo cada uno de los colaboradores aporta una perspectiva única y especializada que enriquece la discusión. Las contribuciones de Cortés, Labarca, Pérez y Yosif añaden capas de profundidad y diversidad al diálogo, haciendo que el libro no solo sea una obra de autor, sino una conversación colectiva que refleja la naturaleza interdisciplinaria del diseño de servicios. Cada una de estas voces aporta una mirada aguda y bien fundamentada, considerando esta publicación más como una herramienta u hoja de ruta tanto para profesionales experimentados como para aquellos que recién se adentran en el campo.

La declaración al final del libro, “El buen o mal diseño está presente en todo lo que vemos, tocamos, experimentamos o vivimos” (p. 216), resume de manera poderosa el argumento central de Castillo: el diseño es omnipresente y tiene un impacto directo en cómo experimentamos

*emphasis on empathy is crucial, as it enhances a people-centred perspective on individuals' actions, recognising them as the driving force behind decisions in any organisation. Fostering empathy and human connection is essential to bridge the gap between intention and perception, which remains challenging for many organisations. The second part of the book focuses on the Procorp methodology. This model is based on design thinking and is not limited to a linear sequence of steps. It incorporates communicational, technological, personal, and environmental factors that enrich and complexify the design process. In addition to the methodological model, Castillo proposes several crucial pillars to ensure the feasibility and sustainability of service design projects. These pillars enhance the understanding of effective service design and provide a framework to evaluate and improve ongoing processes, supporting both innovative and sustainable services in the long term.*

*A particularly notable aspect of the book is how each contributor brings a unique and specialised perspective that enriches the discussion. The contributions of Cortés, Labarca, Pérez, and Yosif add layers of depth and diversity to the dialogue, making the book not just an authored work but a collective conversation that reflects the interdisciplinary nature of service design. Each voice provides a sharp and informed perspective, transforming this publication into a roadmap for experienced practitioners and those new to the field.*

*It is worth dwelling on the book's final statement, “Good or bad design is present in everything we see, touch, experience or live” (p. 216). The phrase powerfully sums up Castillo's central argument: design is omnipresent and directly impacts how we experience the world around us. This statement resonates with the ideas that Simon Clatworthy proposed in his 2019 book, “The Experience-Centric Organization,” where he highlights three key elements to define an*



el mundo que nos rodea. Esta afirmación resuena con las ideas presentadas en el libro “The Experience-Centric Organization” de Simon Clatworthy, donde destacan tres elementos claves para definir una experiencia: lo que sucede, la percepción que se tiene de ello y la persona que lo vive. Estos tres elementos son inseparables y subrayan la importancia de un buen diseño como mediador de nuestras experiencias diarias.

El libro también destaca por su estructura y diseño gráfico, que enriquecen la experiencia de la lectura. La diagramación, ejecutada con precisión entre las tipografías Australis, Tepu y Texta, junto con el uso de colores vibrantes como el azul y el verde, establecen un ritmo visual que acompaña y refuerza el contenido del texto. Los contrastes entre blancos y negros delimitan espacios y subrayan la importancia de ciertos conceptos, mientras que los colores más intensos marcan las transiciones y puntos clave de la argumentación. Este diseño no es solo un acierto estético; es una parte integral de la experiencia de lectura, subrayando la naturaleza interactiva y activa del diseño de servicios.

En resumen, “Diseñar la Experiencia” es un libro que no solo aporta una reflexión profunda y actual sobre el diseño de servicios en tiempos de cambio, sino que también ofrece herramientas prácticas y metodologías para llevar esa reflexión a la acción. Es una obra que destaca tanto por su contenido como por su forma y que seguramente se convertirá en una referencia obligada para diseñadores, académicos y profesionales interesados en la intersección entre diseño, tecnología y experiencia del cliente. La claridad y precisión de Castillo, combinadas con las contribuciones de sus colaboradores, proponen una visualización de los desafíos y oportunidades que enfrenta el diseño en la era de la experiencia. ①

experience: what happens, the perception of it, and the person who experiences it. These three elements are inseparable and underline the importance of good design as a mediator of our daily experiences.

However, the contents are not the only outstanding feature of the book. The publication stands out for its attractive graphic proposal that enriches the reading experience. The layout, skilfully designed with the Australis, Tepu, and Texta typefaces and vibrant colours like blue and green, creates a visual rhythm that supports and enhances the text's content. The contrast between black and white defines spaces and emphasizes key concepts, while more intense colours highlight transitions and essential points in the argument. But it's not just an aesthetic statement; the graphic approach is an integral part of the reading experience, underlining service design's interactive and active nature.

In summary, “Diseñar la Experiencia” is a book that provides a deep and current reflection on the design of services in times of change and offers practical tools and methodologies to put this reflection into action. It is a work that stands out for its content and form and will become a must-have reference for designers, academics, and professionals interested in the intersection between design, technology, and customer experience. Castillo's clarity and precision, along with his contributors' insights, illustrate the challenges and opportunities that design faces in the experience-driven age. ②