

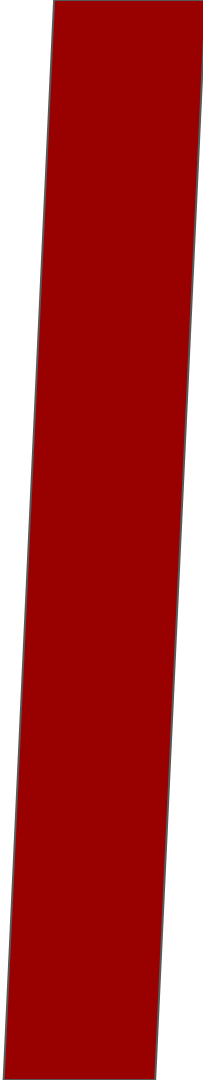


ITI INVESTIGATE  
TO INNOVATE



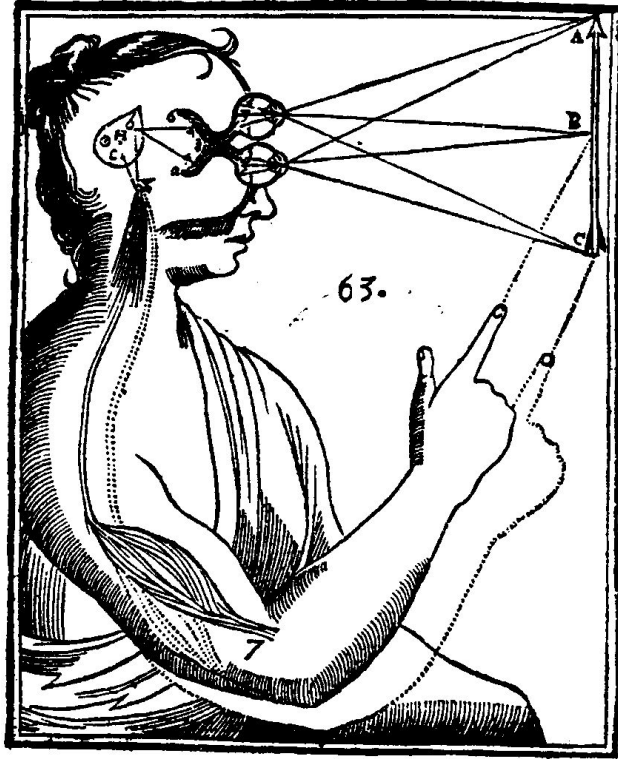
# RV y Turismo: Cuando la tecnología despierta emociones





Los seres humanos  
siempre han ansiado  
crear realidades  
artificiales





# visión binocular

de 2 imágenes a 1

A thick, solid red vertical bar is positioned on the left side of the slide, extending from the top to the bottom.

# estereoscopia

Ilusión de profundidad  
(tridimensionalidad)



Sir Charles  
Wheatstone (UK)

1802 - 1875



**estereoscopio**

1840



estereoscopio

*stereos, en griego*  
*= sólido*



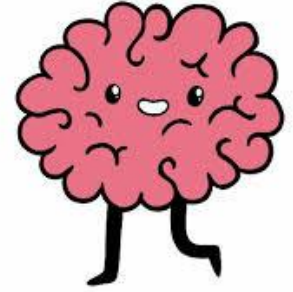
BOSTON AND VICINITY,



JOHN P. SOULE, - BOSTON,  
199 WASHINGTON STREET.

No. 614. Charles Street Mall, Boston Common.

- La profundidad (tridimensionalidad) nos proporciona información más fiable.
- ¡No sólo visión! ->  
+ sentidos = + inmersión



**Si entendemos cómo funciona el cerebro, le podemos “engañar” mejor.**

A thick, solid red vertical bar is positioned on the left side of the slide, extending from the top to the bottom.

# Tecnología y turismo

# De dónde venimos...

- Web y apps -> difusión de información
- Clientes = prescriptores y creadores de contenidos
- La credibilidad del hostelero queda reducida: el media corporativo no puede rivalizar con el aluvión de creación por parte del cliente

# A dónde vamos...

Queremos recuperar la atención y la emoción -> elementos nuevos, impactantes, que no sean masivos.

- Affective marketing: si queremos vender experiencias, tenemos que hacer **sentir**.

A thick, solid red vertical bar is positioned on the left side of the slide, extending from the top to the bottom edge.

# VR Marketing

**SAMSUNG**



Produced by VISUALISE









No sólo marketing...

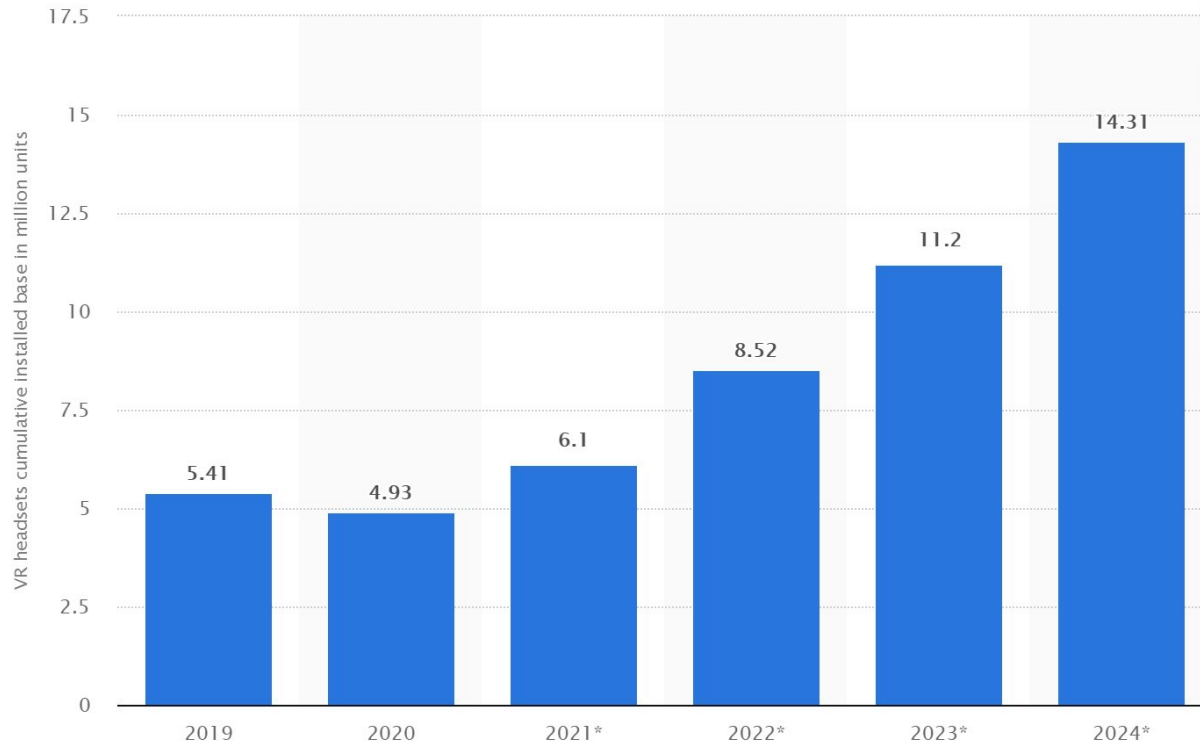


“Ganchos” emocionales accesibles



desafíos

# No sólo para eventos/venues



# cybersickness

