ASOCIACIÓN GREMIAL DE TURISMO Y ARTESANÍA DE PUERTO GUADAL

Sitio web. Estrategia, diseño y producción.

Una propuesta de trabajo en dos etapas: primero entender, después construir.

10 de septiembre de 2026 | Errática + Ethos Patagonia + directiva AG

Un aporte de Errática y Ethos Patagonia y a la AG

Ethos Patagonia

Aporta este sitio web a la Asociación. Diseña, produce y se hace cargo de mantenerlo en el tiempo. Jorge Barahona dirige el trabajo.

Errática, directiva AG

Totó es parte de la directiva y el enlace con la Asociación: coordina las conversaciones con los socios y lleva las decisiones a la mesa.

Los socios

Aportan su mirada, cuentan lo que saben de sus visitantes y entregan la información de su ficha.

Un sitio de la Asociación, no una tienda

LO QUE SÍ HACE

- Reúne y da a conocer a los socios en un solo lugar.
- Muestra Puerto Guadal y lo que se puede vivir aquí.
- Cada socio tiene su ficha con datos básicos y contacto.
- Deriva al visitante al sitio, redes o teléfono de cada socio.

LO QUE NO HACE

- No vende ni cobra por cuenta de nadie.
- No reemplaza el sitio, las redes ni los canales de cada socio.
- No compite con el trabajo comercial que cada uno ya hace.

PRIMERA ETAPA

Entender antes de construir

Antes de dibujar una sola página, queremos saber con datos qué necesita resolver el sitio. Así las decisiones no salen de suposiciones, sino de lo que dicen los socios, los visitantes y la experiencia de otros destinos.

Escuchamos a tres partes, al mismo tiempo

1. Los socios

Quienes sostienen la oferta de Guadal: qué esperan del sitio y qué problemas tienen hoy.

2. Los visitantes

Quienes viajan o podrían viajar a la Patagonia y Puerto Guadal: qué buscan y cómo deciden.

3. Otros destinos

Lugares parecidos al nuestro: qué les resulta y qué de eso nos sirve.

Las tres se trabajan en paralelo y después se cruzan. Lo que los socios creen de sus clientes se anota aparte de lo que dicen los propios visitantes: son dos cosas distintas y las dos sirven.

Conversamos con 8 a 10 socios

- Qué haces, qué ofreces y a quién recibes hoy.
- Cómo llegan tus clientes actualmente.
- Qué te preguntan una y otra vez los visitantes.
- Qué te cuesta más: que te encuentren, que te entiendan, que te contacten.
- Qué esperas de la Asociación y de este sitio.
- Qué beneficio concreto quieres obtener.
- Qué información puedes entregar y mantener al día.
- Qué crees tú que buscan y necesitan tus clientes.

Conversaciones con diversidad de actividades y tamaños, coordinadas con la directiva.

Qué sabemos de quienes viajan a la Patagonia

- Qué los motiva a venir y qué esperan encontrar.
- Qué les complica el viaje y qué dudas tienen antes de llegar.
- Cómo eligen dónde dormir, qué hacer y dónde comer.
- Cómo buscan y ordenan la información antes y durante el viaje.
- Usamos entrevistas a viajeros que ya existen, más información pública disponible.
- Por ahora no salimos a entrevistar turistas: primero aprovechamos lo que ya hay.

Miramos lugares que resuelven lo mismo

QUÉ LUGARES MIRAMOS

- Territorios rurales, remotos o de poca población.
- Destinos con muchos negocios pequeños e independientes.
- Lugares que mezclan alojamiento, actividades, comida, cultura y artesanía.
- Lugares con identidad propia y fuerte.

QUÉ MIRAMOS DE ELLOS

- Cómo cuentan lo que ofrecen y a quién le hablan.
- Cómo ordenan y agrupan la oferta para que se entienda.
- Cómo presentan a cada negocio y cómo se le contacta.
- Cómo usan mapas, idiomas y contenidos para preparar el viaje. - Revisemos Huasca de Ocampo (México)

Juntamos todo y proponemos

Cruzamos las tres miradas: dónde coinciden, dónde se contradicen y qué falta. De ahí sale una propuesta concreta.

Esa propuesta se presenta a la directiva y a los socios. Se valida antes de escribir textos o dibujar pantallas.

- Para quién es el sitio y qué debe resolver.
- Qué secciones tiene y cómo se agrupa la oferta.
- Qué información lleva la ficha de cada socio.
- Cómo el visitante contacta directamente a cada uno.
- En qué idiomas y con qué tono hablamos.

Cuando validemos, construimos

1

Ordenar los contenidos

Definir qué va en cada parte del sitio y ponerle nombres que cualquiera entienda.

2

Escribir los textos

Redactar lo que dice el sitio y decidir cómo contamos Guadal y a cada socio.

3

Dibujar cómo se ve

Diseñar las pantallas, los colores, las fotos y la forma de navegar.

4

Programar y mantener

Construir el sitio, publicarlo y hacerse cargo de que siga funcionando y actualizado.

Esta segunda etapa se planifica en detalle una vez aprobada la propuesta de la primera.

Qué necesitamos de cada socio

Tu información

Nombre, qué ofreces, dónde estás, temporada y precios de referencia si corresponde.

Tu contacto

Teléfono, correo, redes y tu sitio web si lo tienes. El visitante te escribe directo a ti.

Tus fotos

Imágenes propias de tu servicio, tu taller o tu lugar, con buena calidad.

Y un compromiso simple: avisar cuando algo cambie, para que la información no envejezca.

Cuatro semanas para la primera etapa



Ahora los queremos escuchar

- ¿Qué te gustaría que un visitante entendiera de lo tuyo antes de llegar a Guadal?
- ¿Qué te preguntan hoy los visitantes una y otra vez?
- ¿Qué esperas ganar tú con un sitio común de la Asociación?
- ¿Qué información podrías entregar y mantener al día?
- ¿Qué no debería hacer este sitio?

Las dos personas responsables

María Ignacia (Totó)

Errática. Integrante de la directiva de la Asociación Gremial. Es el enlace con los socios: coordina las conversaciones y lleva las decisiones a la mesa de la directiva.

Jorge Barahona

Ethos Patagonia. Dirige el trabajo: diseña, produce y se hace cargo de mantener el sitio en el tiempo, como aporte a la Asociación.

Cualquier duda, sugerencia o información para tu ficha, la puedes canalizar con cualquiera de los dos.