



GOBIERNO REGIONAL  
DE LA ARAUCANÍA

Proyecto apoyado por

**CORFO**

# Manual para el Desarrollo de Experiencias Turísticas Artesanales



**INDAP**  
Ministerio de Agricultura



## **Manual para el Desarrollo de Experiencias Turísticas para emprendimientos artesanales**

1a edición, enero 2024.

Textos: Carlos Guerrero, Teresa Díaz

Diseño y diagramación: Julia Caipillán

Fotografías: Luigi Brisso, Teresa Díaz

Se autoriza la reproducción parcial de los contenidos de la presente publicación, para los efectos de su utilización a título de cita o con fines de capacitación, transferencia e investigación, siempre citando la fuente correspondiente, título y autor.

Imagen de portada: Experiencia de turismo artesanal en Taller "Artesanías del Volcán", Marcos Muñoz, Pucón.

# Manual para el Desarrollo de Experiencias Turísticas Artesanales





Experiencia de turismo artesanal en Comunidad Indígena Contreras, Quino, Traiguén

## ÍNDICE

1. Presentación	Pg. 06
2. Abriendo los talleres artesanales al turismo	Pg. 18
3. Experiencias turísticas artesanales	Pg. 32
4. Pasos para diseñar una experiencia turística artesanal	Pg. 38
5. Guías prácticas para el diseño de una experiencia turística artesanal	Pg. 46
6. Palabras finales	Pg. 55
7. Casos destacados	Pg. 56

# 1. PRESENTACIÓN



Experiencia de turismo artesanal "La Transición de la Madera", Venancio Chihuahua, Cusco

Este manual paso a paso es una guía diseñada para todos aquellos artesanos, artesanas o agentes culturales que trabajan con artesanía, que desean convertir sus talleres en destinos turísticos artesanales.

El “Manual para el Desarrollo de Experiencias Turísticas Artesanales”, se llevó a cabo en el marco del proyecto “Talleres Artesanales: puesta en valor para su visitación y comercialización turística”, desarrollado por Casa de Oficios, financiado por el Gobierno Regional de la Araucanía y CORFO durante el año 2023, apoyado por INDAP y la Subsecretaría de Turismo.

El objetivo de este proyecto se basó en contribuir al desarrollo de experiencias arraigadas en el patrimonio cultural artesanal, posicionando estratégicamente este sector en los destinos turísticos. A través de esta iniciativa, las

artesanas y artesanos que participaron adquirieron las herramientas para transformar los talleres artesanales en lugares de visita y venta turística. Al hacerlo, no solo se fomentó el desarrollo de experiencias vinculadas al patrimonio cultural, sino que también se buscó integrar de manera competitiva a los destinos turísticos.

A través de este manual, los artesanos y artesanas de otros destinos conocerán en detalle las distintas etapas de la iniciativa que se llevó a cabo en diversas comunas de la región de la Araucanía, la cual se centró en ajustar la situación inicial de cada taller artesanal, identificando las brechas para el diseño de un programa integral de difusión y fortalecimiento de ellos. Además se abordó la ejecución de un plan que incluyó herramientas para la construcción de un guión y relato turístico, hospitalidad, diseño de experiencias turísticas,

tarificación y gestión de reservas, técnicas de vitrina, decoración y de señalización turística y el diseño de espacios exteriores e interiores. Junto con ello se llevaron a cabo experiencias artesanales piloto, asegurando un enfoque práctico y resultados exitosos para los artesanos que fueron seleccionados por este mismo programa.

Posteriormente, se realizó una priorización de estas experiencias en función de diferentes criterios, buscando con ello generar algún tipo de ordenamiento respecto a los tiempos y oportunidades que cada una de ellas representa en el marco de una planificación mayor.

Emociona poder compartir este viaje con otras personas, pues al final de este Manual contarán con las bases necesarias para brindar experiencias turísticas únicas en sus propios territorios.



# PALABRAS DEL DIRECTOR DE CORFO ARAUCANÍA

EDUARDO FIGUEROA GOYCOLEA

Resaltar y poner en valor nuestro patrimonio cultural, es una tarea de todas y todos, más aún si involucra personas artesanas tradicionales e indígenas, que desde hace generaciones han desarrollado un oficio ancestral. Es así como Corfo, desde su competencia por fomentar el emprendimiento y la innovación, ha querido contribuir al desarrollo de experiencias vinculadas al patrimonio cultural de La Araucanía.

El diseño de experiencias turísticas vinculadas a la artesanía es un enfoque que el visitante valora como único. En general, la interacción de un visitante con la artesanía suele ocurrir en una

tienda de souvenirs. Estas tiendas están dirigidas al consumidor final y se concentran exclusivamente en la venta de productos artesanales, sin ofrecer una experiencia turística innovadora, como podría ser teñir lana, tejer una pilwa o utilizar el telar

El presente proyecto logró transferir herramientas para convertir a los talleres artesanales en sitios de visita turística, contribuyendo con ello a desarrollar experiencias vinculadas al patrimonio cultural e integrarse competitivamente en el rubro de los destinos turísticos.

En CORFO valoramos profundamente el interés y la participación de estos artesanos y artesanas tradicionales, quienes han dado un paso importante hacia la gestión comercial al incorporar un diseño de experiencia turística. En este enfoque, el relato, el conocimiento y la integración de identidades patrimoniales complementan el hermoso trabajo que han venido realizando, destacando su excepcional dominio y calidad en las técnicas artesanales.



# PALABRAS DE LA SUBSECRETARIA DE TURISMO

VERÓNICA PARDO LAGOS

El ecosistema turístico abarca toda la oferta de experiencias y productos que van desde el traslado a un destino, hasta los souvenirs que el turista lleva consigo, pasando por lo que come, lo que conoce y las historias de las personas y del lugar que se lleva consigo. Por ello, el desarrollo y fortalecimiento de estos ecosistemas turísticos es uno de nuestros ejes de trabajo fundamentales, especialmente en las zonas rurales con potencial de desarrollo turístico.

Desde la Subsecretaría de Turismo, en colaboración con otros servicios públicos que promueven el desarrollo económico en las zonas rurales, como

INDAP, hemos identificado diversas oportunidades para potenciar los ecosistemas turísticos. Un ejemplo de ello es la artesanía, a través de la cual abrimos nuevas posibilidades en el turismo, permitiendo a los visitantes conocer el proceso de creación, el origen de los diseños, la procedencia de las materias primas, y las historias de los artesanos y artesanas que han construido a lo largo de años de dedicación a su oficio.

Uno de los factores clave en la elaboración de la Estrategia Nacional de Turismo Sustentable es la relación con las comunidades. El objetivo es fortalecer la identidad de los territorios, destacando las experiencias turísticas que

se ofrecen a diario. De este modo, se busca que los turistas puedan conocer Chile y sus regiones a través de las comunidades locales y sus propias experiencias.

Es en este contexto que nace este Manual de Experiencias Turísticas Artesanales, el cual busca potenciar e involucrar a los turistas y visitantes en la elaboración de artesanía, lo que para el turismo es fundamental al momento de preservar un destino. Pues para cuidar y querer un destino, se necesita conocerlo en profundidad.

Así, todo el proceso detrás de cada pieza artesanal, desde la recolección de las materias primas hasta su tratami-

ento, constituye una experiencia única y diferenciadora al posicionar un destino. La difusión y el relato que se les otorgan enriquecen esta experiencia, ya que conocer todo el proceso agrega un valor significativo a los productos.

Esperamos que este manual sea de utilidad para preservar nuestra artesanía y que nos sintamos orgullosos de lo que tenemos, cómo lo hacemos y cómo lo entregamos.



# PALABRAS DEL DIRECTOR NACIONAL DE INDAP

SANTIAGO ROJAS ALESSANDRI

El Instituto de Desarrollo Agropecuario - INDAP, promueve y fomenta los rubros de turismo rural y artesanías desde más de 20 años, apoyando a casi de 8.000 familias de usuarios y usuarias desde Visviri a Tierra del Fuego, quienes han diversificado sus ingresos y han dado continuidad de su hacer artesanal en sus comunidades.

Hoy, desde la Región de Araucanía, el desafío es pilotear técnicamente cómo relevar experiencias únicas en los propios talleres o espacios de trabajo de las artesanas y los artesanos, para ofrecerlos a turistas y excursionistas, así también a operadores turísticos

y agencias de viajes. Esta conexión requiere una articulación eficaz, ya que implica dialogar entre dos mundos: el del turismo, como industria de servicios, y el de los oficios artesanales.”

Desde INDAP el Manual de Experiencias Turísticas Artesanales, resuelve e invita a hacer la ruta metodológica de conectar con la oferta de servicios culturales y/o venta de objetos artesanales, permitir la mejora de la competitividad de los territorios y los destinos, entendiendo los sitios artesanales como espacios vivos de visitación turística y familiarizar a las personas con las estrategias comerciales.

Agradecemos el apoyo de CORFO, Concejo Regional de La Araucanía, Subsecretaría de Turismo y Casa de Oficios, en la confección de este Manual, fruto del Proyecto PDT “Talleres Artesanales: puesta en valor para su visitación y comercialización turística”, así también a cada artesana y artesano que abrieron las puertas de sus predios, hogares, talleres y centros de creación artesanal, con el único fin de seguir en el proceso de revitalización de sus oficios y mejorar la calidad de vida de sus familias.

## 1.2 CONTEXTO REGIONAL



La región de la Araucanía ha iniciado un claro proceso de diferenciación de su oferta de turismo enfocado en la generación de experiencias, con un acento en el turismo patrimonial. Este territorio, aunque todavía es un nuevo espacio turístico, tiene la capacidad final de ofertar experiencias de turismo diversas y mucho más sofisticadas. Se puede decir hoy que la oferta de turismo patrimonial en la Región de la Araucanía, además del turismo de naturaleza, está compuesta por una serie de sitios históricos y arqueológicos, museos, centros de interpretación y parques temáticos, los cuales poseen un formato difícil de activar desde la demanda de experiencias turísticas culturales. Por otro lado, existe una escasa oferta que permita una diversidad en el consumo asociado al de experiencias creativas, factores que le daría mayor competitividad a este territorio de cara al mercado nacional y de ma-

nera creciente y planificada hacia el mercado internacional.

Todo este escenario nos muestra que la región de la Araucanía es aún un destino en construcción en cuanto a experiencias de turismo vinculadas a lo cultural, y que actualmente venden experiencias parciales, más centradas en el capital cultural fijo del territorio, y por lo tanto, es un escenario con un enorme potencial para actividades como las artesanías en su tránsito hacia experiencias turísticas.

Gran parte de la región de la Araucanía tiene una apuesta de turismo cultural en el capital cultural fijo, esto es; sus iglesias, rukas, esculturas, museos, fuertes, sitios históricos, plazas, casas patrimoniales, estaciones, etc. y no en su capital cultural creativo, que es en definitiva el que logra dinamizar y movilizar no solo el anterior capital cultu-

ral fijo, sino que mejor aún, expresiones y recursos intangibles que están mucho más extendidos y distribuidos en diferentes comunas, localidades y comunidades del territorio. En definitiva, la región de la Araucanía es el corazón de las experiencias que este Manual busca sintetizar.

Aún más, de una mirada analítica como la que hemos hecho en este Manual, podemos ver que si la apuesta del territorio de la Araucanía busca en la historia y la cultura su eje de identidad turística (en este caso llevada al mundo de las artesanías), esta debe necesariamente desmarcarse de un atributo de sello tan rígido como el que ha caracterizado a la región en su conjunto. En efecto, uno de los problemas que puede verse en el desarrollo del proyecto, en sus talleres y trabajos en terreno, es que los turistas no logran determinar cuál es la imagen, el “alma” o “relato”

que articula el territorio o destino en su conjunto. Por ende, aquello que viene a ocupar el lugar de las imágenes y respuestas son aquellos mismos sellos duros de la región que se traspasan a un viajero (interno) que ha construido su imagen de los destinos internos de su región como algo más o menos homogéneo en cuanto a sus significados.

El objetivo de este Manual es visibilizar aquellos elementos, acciones y, especialmente, 'experiencias' que permitan ampliar los recursos y la oferta del destino más allá del patrimonio 'duro'. Este último, aunque valioso, sigue siendo limitado en su disfrute y consumo, excluyendo diversas posibilidades, experiencias y actores que podrían enriquecer la oferta principal. De esta manera, se busca diversificar la oferta del destino, incorporando otros territorios y evitando que el destino quede redu-

cido a un único atributo estático que lo defina.

La pregunta que surge, entonces, es: ¿por qué la transformación del capital cultural fijo como el señalado antes (fuertes, rukas, museos, festividades, artesanías, sitios, arquitectura, entre otros) hacia un capital cultural creativo, podría disminuir la dependencia con el atributo sello del lugar?. La respuesta es sencilla, dado que cuando la oferta del destino se inmoviliza solo en el capital cultural fijo, ancla su patrimonio al pasado, impidiendo una construcción, una valoración y una competitividad del futuro destino cultural. En el caso de la región de la Araucanía, no es difícil ver que este sello de patrimonio estático ha impregnado a su propio mercado interno, moldeando una demanda que cree que ello es lo que puede encontrar. Peor aún, también ha impregnado a todos sus microdes-

tinis, los cuales se han desarrollado al alero de una premisa patrimonial dura y monumental, anclada en paradigmas museográficos e historiográficos que están muy lejos de las actuales corrientes de consumo de turismo cultural en el mundo y en Chile.



Ruka artesana de Elizabeth Romero, Lonquimay

## 2. ABRIENDO LOS TALLERES ARTESANALES AL TURISMO: NUESTRA EXPERIENCIA



Experiencia de turismo artesanal "Artesanía con sentido", Marcos Muñoz de Artesanías del Volcán, Pucón

El proyecto “Talleres Artesanales: puesta en valor para su visitación y comercialización turística”, tuvo por objetivo transferir herramientas para convertir a los talleres artesanales en sitios de visitación y comercialización turística, contribuyendo con ello a desarrollar experiencias vinculadas al patrimonio cultural e integrarse competitivamente a este rubro en los destinos turísticos.

En base a esta experiencia es que se dio paso a la creación del presente Manual que es acompañado de una serie de cápsulas audiovisuales que muestra los contenidos fundamentales de este mismo.

En este proyecto participaron 23 personas artesanas tradicionales e indígenas de la región de la Araucanía, principalmente de las comunas de Villarrica, Pucón, Cunco, Lonquimay,

Curacautín, Padres de las Casas y Temuco, que si bien tenían dominio de la técnica del artesanado con niveles de calidad, requerían mejorar en materia de gestión comercial, sobre todo para la visitación de turistas.

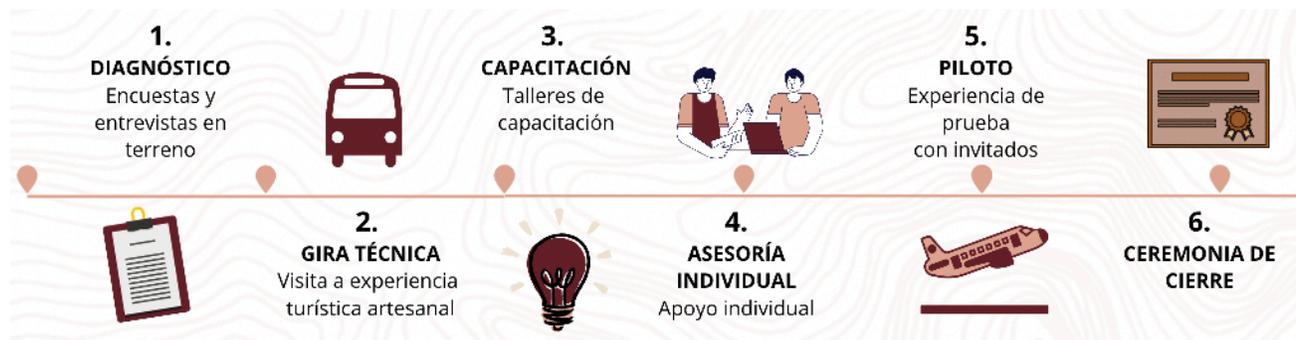
El proyecto se desarrolló en seis etapas, comenzando por la selección de diversos emprendedores de distintos territorios y rubros dentro de la región en el ámbito de la artesanía, teniendo como criterio transversal la calidad y la permanencia de aquellos artesanos y artesanas en su rubro. Además en la priorización que se ha ido haciendo de cada una de estas experiencias y de estos talleres artesanales, se buscó que cada una de estas personas haya logrado construir en torno a su producto artesanal un esbozo de relato o texto asociado a la actividad artesanal que desarrollan. Posteriormente, se visitó a cada uno de

los emprendedores para desarrollar un diagnóstico que permitió identificar las oportunidades y brechas para el diseño y la implementación de la potencial experiencia turística, tomando en cuenta también el espacio físico y entorno más general donde se sitúa el taller. En este diagnóstico se levantó información en tres niveles:

1. Nivel individual
2. Nivel de espacio físico
3. Nivel de entorno

En esta etapa se conocieron sus talleres y se revisó con ellos sus procesos productivos completos.

En la etapa siguiente, se desarrolló un ciclo de talleres donde se trabajaron contenidos asociados al diseño de experiencia, construcción de guión, adecuación de los espacios de los talleres como experiencia turística, comercialización y venta.



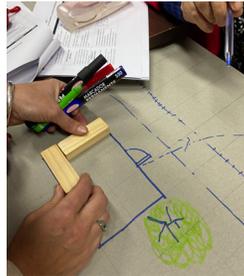
El proceso incluyó otras metodologías más transversales y didácticas tales como giras técnicas a través de la visita de experiencias paradigmáticas dentro de la región, como es el caso de la Cooperativa de Turismo de Nahuelbuta en Traiguén.

Además de todo lo anterior, se desarrollaron talleres en las dependencias de la Universidad Católica de Temuco, donde se pudo analizar el proceso completo de la construcción de expe-

riencias. En conjunto con los y las artesanas, se analizaron los distintos pasos para la construcción de una experiencia turística artesanal. Ello fue respaldado a través de un trabajo práctico que fue registrado audiovisualmente y que además es parte este mismo Manual.

Una vez terminada la etapa anterior, se desarrollaron una serie de pilotos con cinco personas artesanas seleccionadas que debieron desarrollar una expe-

riencia turística completa con el objetivo de prototipar y aplicar lo aprendido en este período. Estas contaron con la participación de representantes de instituciones claves para este proyecto, tour operadores y artesanos del mismo programa.



## 2.1 Artesanía: ¿Producto o experiencia turística?



Experiencia de turismo artesanal "Ñimikafe küwü: Manos Tejedoras", Cooperativa Witral Tumapu, Padre de las Casas

Muchas veces surge la pregunta de si la artesanía es un producto o una experiencia turística. El participar en una feria y vender artesanías, constituye la compra del objeto en sí mismo. Pero hay veces que se puede notar el interés del turista y el o la vendedora artesana transmitirle más acerca del proceso de creación de la artesanía, de la obtención de materias primas, entre otros aspectos. Si bien lo anterior es lo ideal que ocurra, no constituye una experiencia turística.

Pero si la persona artesana abriera su taller a visitantes, podría ofrecer una visita guiada para recolectar la materia prima, preparar en conjunto con los visitantes los materiales y enseñarles a elaborar una artesanía, por pequeña que sea, esto sí constituye una experiencia turística.

De esta manera, para ser consideradas como tales, las experiencias turísticas deben haber sido diseñadas con el propósito de provocar sensaciones y emociones en quienes las viven.

En una experiencia turística, el cliente paga por la experiencia, no solo por el servicio. El servicio es el medio para que el cliente viva la experiencia. En otras palabras, un turista que visita un taller artesanal en un destino no pagará solo por ver artesanías, pagará por sumergirse en una atmósfera de olores y emociones, así como participar de la dinámica del taller.

**Una experiencia turística es un producto diferenciado, centrado en el turista y orientado a producir en ellos efectos sensoriales y emocionales que lo involucren de manera personal, memorable y significativa.**

## Las experiencias turísticas tienen las siguientes características:



### 1. ARTICULAR BIENES Y SERVICIOS

Se sugiere colaborar con tours operadores para diseñar una experiencia turística que incluya la visita a los talleres artesanales como uno de los puntos destacados. Estos operadores pueden encargarse del transporte, alimentación, alojamiento, guías y otros servicios necesarios.

Por ejemplo, Llaguepulli Travel ofrece el programa "Artes y Conocimientos Mapuches en el Lago Budi", que incluye un recorrido por los paisajes de Llaguepulli Lago Budi, visitas a un jardín medicinal para descubrir la medicina natural mapuche.



### 2. INTEGRAR MÚLTIPLES SENTIDOS

Tales como el olfato, el oído, el tacto u otros, para sumergir al turista en el conjunto de estímulos que lo rodean y así intensificar su vivencia.

Por ejemplo, la experiencia desarrollada por la Cooperativa de Mujeres Mapuche de Quino, donde la propuesta mezcla los sabores de la cocina mapuche, los olores y colores de la huerta campesina, las texturas de las lanas y las cerámicas, todo en espacio inducido y mediado por las dueñas de casa.



### 3. APELAR A DIVERSAS DIMENSIONES HUMANAS

Las experiencias más memorables y valoradas suelen comprometer al visitante en varias dimensiones, incluyendo la física, intelectual, social, espiritual y emocional. Estas experiencias activan diferentes hormonas gracias a sensaciones como el relaxo, la sorpresa, la alegría o la tensión.

Por ejemplo, la experiencia de la Agrupación Witral Tumapu equilibra el trabajo tradicional de la mujer mapuche, con su oralidad y espiritualidad, iniciando una rogativa desde la cual van contando su historia e introduciendo a los visitantes la tradición del telar.



#### 4. INCORPORAR UNA NARRATIVA

La narrativa de una experiencia es crucial, ya que proporciona significado, coherencia y organización a todos sus elementos. Una narrativa bien desarrollada puede ser atractiva por sí misma, ya sea que se presente explícitamente a través de textos escritos o relatos de guías, o de manera implícita en las actividades, infraestructura o decoración de los espacios.

Por ejemplo, el artesano Venancio Chihualíaf va tomando de la historia de su linaje familiar elementos que tejen y desarrollan su propia narrativa, y con ella, sus oficios y creaciones.



#### 5. PROVOCAR INTERACCIONES CON EL ENTORNO

Las interacciones durante una experiencia turística van más allá de la contemplación. Pueden involucrar el medio material, como equipo e infraestructura, o el social, como guías, locales y otros turistas. Estas interacciones permiten que el turista participe activamente en su experiencia, aumentando su compromiso con lo que está viviendo.

Por ejemplo, Marco Muñoz, artesano en madera, diseñó una experiencia que se nutre de los espacios que el territorio ofrece, interactuó con las maderas y sus posibilidades, los lugares y el río, en un proceso que luego lleva la historia y la experiencia hasta su taller.



# La experiencia se completa en quien la vive

Por ello, si se quiere diseñar e implementar experiencias turísticas de calidad, se debe tomar en cuenta las preferencias, actitudes, habilidades y conocimientos previos del turista, entendiendo que una misma experiencia nunca será vivida de la misma forma por diferentes personas. Es más, una misma persona no sentirá una misma experiencia dos veces de igual manera. Dicho de otro modo, tanto el turista como el proveedor o empresario turístico co-crean valor en esa situación. Ello no significa, sin embargo, que los turistas deban involucrarse en los procesos de la empresa o proveedor: es este quien debe ofrecer al turista la oportunidad de crear valor, lo que solo ocurre desde el momento en que la experiencia es vivida por el visitante.



## ALGUNOS CONSEJOS:



- Invitar a gente cercana que le pueda dar una opinión objetiva de la experiencia; advertir que es una prueba.
- Si puede introducir estos cambios en la oferta actual, utilizar a los clientes para probar la experiencia. Nuevamente, advertir que están participando de un proceso de prueba.
- Para cada paso de la experiencia, preguntar por qué sí y por qué no le gusta al cliente, qué cambios haría o cómo se podría mejorar.
- Recordar que el objetivo es generar una experiencia emocional.

## 2.2 ¿Turistas o viajeros?

A lo largo de este Manual, se ha hablado de este nuevo tipo de visitante que busca no solo experiencias en talleres, sino también la historia que acompaña las distintas artesanías. Pero, ¿quién es este visitante?, ¿es un turista o un viajero?. Vale la pena comprender la diferencia entre ambos, dado la importancia que tiene para construir las experiencias dirigidas a ellos.

En principio, ambos (turistas y viajeros) se trasladan desde sus hogares hasta el taller donde se desarrollará la experiencia. Pero lo hacen de distintas maneras: para vivir la vida como un viajero, se va aceptando, disfrutando e involucrando activamente con las diferencias que existen en cada lugar tomando el camino más largo, intentando estar en un lugar más allá de los cinco minutos

que tarda en tomar la fotografía del lugar o comprar la artesanía. De alguna forma aceptan que la vida por sí misma ya es un viaje, ¡y que vale la pena hacerlo!.

La comodidad siempre será el aspecto más valorado por el turista, mientras que para el viajero, lo fundamental será la experiencia. En este sentido, el primero siempre elegirá un medio de transporte que los lleve al destino que pretenden conocer en el menor tiempo posible, y por otro lado, el segundo buscarán todos los medios que le permitan conocer la mayor cantidad de lugares.

Para el viajero lo importante es construir recuerdos; no solo comprar souvenirs. Por ello es que el viajero busca involucrarse en el taller o en la feria

con los artesanos y artesanas, conocer sus vidas e historias y cómo llegaron a este arte. La compra de la artesanía deja de ser simplemente un souvenir para convertirse en un recuerdo, la confirmación de esa conversación y momento compartido con la o el artesano; en resumen, el reflejo de una experiencia vivida.

El viajero se apasiona por los lugares que tiene la oportunidad de explorar, se tarda días decidiendo cuál será su próximo destino. El mundo le fascina y pretende conocer todas las culturas posibles. Cuando toma la decisión, pasa el mismo tiempo buscando sobre la historia y la mejor forma de cubrir los sitios que pretende conocer. El viajero viaja para observar la realidad de la vida del lugar, no siempre los atractivos turísticos o principales museos; sabe que la mejor forma de ver el reflejo de la vida de un pueblo es usando

sus medios de transporte o encontrar un camino por su cuenta. En definitiva entrando en las historias locales.

El viajero se enamora del lugar que visita y la mayoría de los recuerdos que se lleva son simbólicos: la entrada a un museo, el boleto del transporte público o el dinero del país. Los turistas parecen estar más interesados en demostrar que asistieron al lugar que en vivir la experiencia; en sus fotos ellos son los protagonistas y con sus souvenir le muestran al mundo que ellos visitaron ese lugar especial.

El turista ve el viaje como un acontecimiento esporádico y ajeno a su realidad del día a día, a diferencia del viajero que ve el viaje como algo que es parte de su vida. De hecho, entienden su vida como un viaje, llena de momentos y experiencias. Allí, en esa bitácora de viaje es donde se debe inscribir las experiencias con él.

La curiosidad del viajero lo llevará a buscar el lugar que le ofrezca la experiencia culinaria más auténtica, le preguntará a decenas de personas antes de asistir a ese oculto lugar que sólo las personas locales conocen. Los turistas eligen las opciones cercanas al lugar donde se hospedan, puede que la experiencia no se compare a la que tienen los viajeros, pero no creen que valgan la pena tantos esfuerzos por llegar a un lugar del que no están seguros si será de su agrado.

Para los turistas, el objetivo está en el destino al que pretenden ir, por lo que siempre optarán por las vías más rápidas: ya sea por avión o por autopistas de cobro. Los viajeros son conscientes de que las excursiones son una experiencia completa que inicia desde que se sale de casa. Es por esta razón que prefieren tomar los caminos más lar-

gos, es claro que tardarán más en llegar a su destino, pero conocerán nuevos lugares que potencialmente podrían ser mucho más hermosos.

Para el turista es importante la distancia del viaje, pero para el viajero es la profundidad del viaje lo fundamental; no ir tan lejos sino más profundo. Ese es el sentido de las experiencias.

Para el viajero, el destino es el propio viaje, y el secreto para quienes diseñan experiencias turísticas radica en formar parte de ese viaje.



ASPECTOS	TURISTA	VIAJERO
<b>Actitud hacia las diferencias</b>	Toma el camino más corto, solo busca la comodidad y eficiencia.	Toma el camino más largo, disfruta de la aventura y se involucra con las diferencias de cada lugar.
<b>Selección de rutas</b>	Opta por rutas más rápidas y directas hacia el destino.	Prefiere rutas más largas y pintorescas, valorando la exploración y la belleza del camino.
<b>Compra de souvenirs</b>	Compra souvenirs como recuerdos materiales del lugar.	Valora más la construcción de recuerdos y experiencias, la compra de souvenirs es un reflejo de las experiencias vividas.
<b>Exploración y descubrimiento</b>	Busca los principales atractivos turísticos y museos.	Prefiere explorar la vida real del lugar, sumergiéndose en sus tradiciones y costumbres locales.

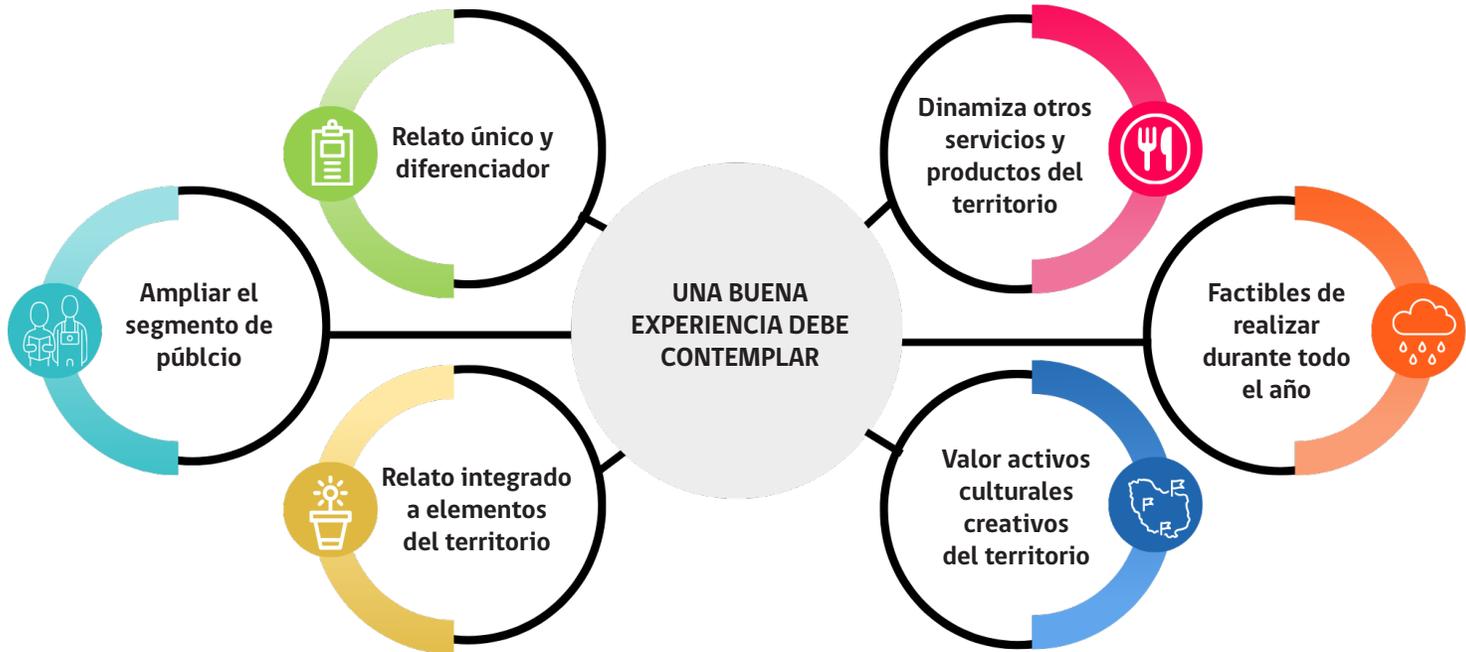
ASPECTOS	TURISTA	VIAJERO
<b>Significado de los recuerdos</b>	Souvenirs materiales como evidencia del viaje.	Recuerdos simbólicos que representan experiencias y momentos vividos en el lugar.
<b>Visión del viaje</b>	Acontecimiento esporádico y distante de su vida cotidiana.	Parte integral de la vida, llena de momentos y experiencias.
<b>Elección de experiencias culinarias</b>	Prefiere opciones cercanas al lugar de hospedaje y conocidas.	Busca la autenticidad y la experiencia culinaria más auténtica, incluso en lugares ocultos conocidos solo por locales.
<b>Enfoque del viaje</b>	El destino es el objetivo principal del viaje.	El viaje en sí mismo es parte del destino y la experiencia.
<b>Claves para diseñar experiencias</b>	Enfocarse en los atractivos turísticos principales y la eficiencia del viaje.	Crear experiencias que permitan una inmersión profunda en la cultura y las experiencias locales.

### 3. EXPERIENCIAS TURÍSTICAS ARTESANALES

☆ Si se toma la decisión de querer abrir un taller artesanal al turismo, un buen diseño de experiencias permitirá:

- ☆ Ahorrar costos, al evitar inversiones que no apunten directamente a los requerimientos de los públicos de mayor valor estratégico.
- ☆ Destacar entre la competencia.
- ☆ Generar una mayor satisfacción y memorabilidad en los visitantes, lo que constituye el propósito final de todo diseño de experiencias turística y, de paso, es también la base tanto para fidelizar a los públicos actuales como para atraer otros nuevos segmentos de turistas.
- ☆ Obtener mayores ingresos, considerando que una experiencia bien diseñada es más eficiente en sus costos y que, si resulta satisfactoria y memorable, puede cobrar más por ella. Ahora bien, si por las características de su organización su prioridad no es generar mayores ingresos o utilidades, el hecho de ofrecer experiencias satisfactorias y memorables aumentará, de todas formas, su influencia y valoración en el entorno.

## Elementos que ayudarán a recolectar información para el diseño de la experiencia artesanal:



Las buenas experiencias turísticas vinculadas a talleres artesanales deben estar orientadas a:



### 1. Experiencias que posean un “relato” único y diferenciado respecto al resto de la oferta de turismo del territorio.

Al tratarse generalmente de artesanías que se encuentran distribuidas dentro de los destinos turísticos, la capacidad de diferenciar los productos asociados a esta artesanía se limita justamente por la cantidad de cultores o artesanos y artesanas que están en el mismo rubro. Por ende, el relato se convierte en el factor diferenciador, creando un escenario en el que la mirada del viajero – en este caso, el turista- permite valorar estos productos desde una nueva perspectiva. Esto no solo enriquece su apreciación, sino que también le permite distinguirlos de toda la demás oferta artesanal del territorio.



### 2. Experiencias que amplíen y mejoren el rango y segmentos de públicos que actualmente visitan el destino.

La experiencia actualmente atrae a un público similar al de las principales tendencias de consumo a nivel de destino, es decir, masivo y con poco valor agregado. Por lo tanto, parte del diseño de esta experiencia busca acercar nuevos segmentos de viajeros mediante la comprensión de sus motivaciones, no solo para aumentar el valor en términos de ventas y agregado, sino también para generar una valorización de la actividad artesanal a través de un intercambio cultural más horizontal, no limitado a la relación cliente-comprador.



### 3. Experiencias que sean capaces de integrar con su relato elementos del territorio que generen un relato mayor como destino.

A su vez, cada una de estas experiencias debe ser capaz de hacer un vínculo con los demás relatos del territorio, es decir, cada espacio de artesanías dentro de la destino se debe vincular de una manera integral con lo que es el relato del destino en su conjunto, ayudando no solo al fortalecimiento de la identidad del lugar, sino que además ayudando a generar mayor capacidad de comprensión y de lectura por parte del viajero.

#### 4. Experiencias que sean capaces de integrar y dinamizar los servicios y productos del territorio.

Las experiencias seleccionadas deben ser además capaces de integrar y dinamizar los servicios y productos en el tono del sector y en el territorio mismo. Vale decir, no se puede integrar experiencias o no resulta sostenible integrar experiencias que carezcan de servicios básicos para darle continuidad a la cadena de valor de la misma experiencia turística, por ejemplo, con actividad o bien servicios complementarios como alojamiento y alimentación.



#### 5. Experiencias que sean factibles de ser realizadas durante todo el año y no solo en temporada alta.

Es fundamental diversificar la oferta turística para contrarrestar la estacionalidad en los destinos. Las experiencias deben poder realizarse durante todo el año, no limitándose a la temporada alta de verano o invierno, lo que añadiría valor y rompería la concentración estacional. Esto no solo mejora la calidad de la experiencia al evitar destinos saturados, sino también permitiría a los artesanos y artesanas convertidos en empresarios turísticos ofrecer experiencias más exclusivas y de mayor calidad.



#### 6. Experiencias que pongan en valor activos culturales creativos del territorio.

Como ya se ha señalado, la oferta del territorio en su conjunto, pero también la de los emprendedores dentro del territorio, no debe ir solo anclada en el capital cultural fijo, es decir, en aquellos elementos estacionales asociados a la cultura, sino que más bien en la cultura creativa. Eso permite, primero que nada, generar una diferenciación respecto a la oferta tradicional asociada a la cultura, pero además permite un mayor dinamismo, que la cultura local, vinculada a las distintas artesanías como expresiones de las tradiciones locales, siendo capaz de ofrecer múltiples lecturas y reinterpretaciones de la identidad cultural del lugar.



## 3.1 ¿Cómo priorizar las experiencias que se pueden desarrollar?

Cada territorio y destino turístico ofrecen un sinfín de posibilidades para desarrollar experiencias turísticas, por lo que es normal que surja la pregunta sobre cómo seleccionar o priorizar las experiencias que realmente es posible desarrollar.

Algunos de los elementos que se deben tomar en cuenta para determinar cuáles de todas estas posibles experiencias se pueden llevar a cabo son:

### **Capacidad de gestión de la experiencia:**

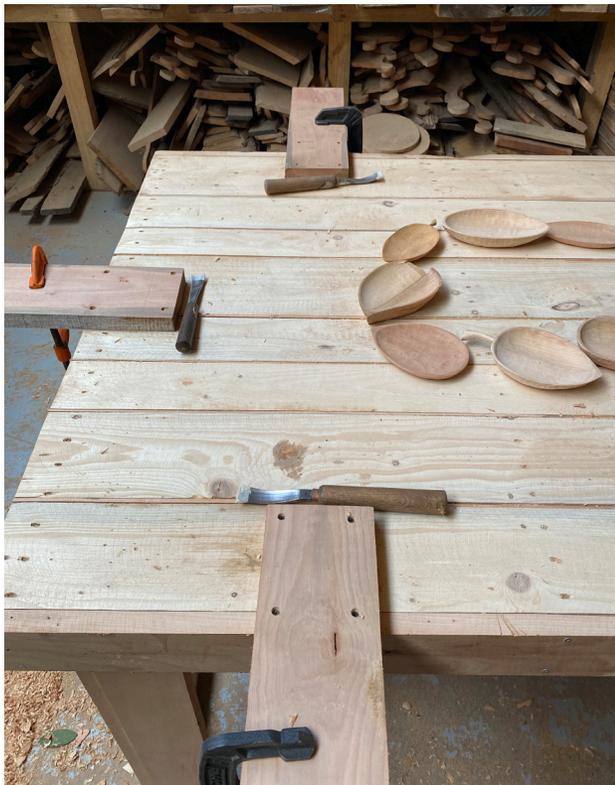
La capacidad de gestión de la experiencia se centra principalmente en los gestores, es decir, en este caso, los artesanos y artesanas o personas microempresarias que están detrás del producto artesanal y, por ende, de la experiencia turística. La capacidad de gestión va desde el poder realizar el desarrollo del producto y de la experiencia, hasta la formación de redes, la capacidad de vender y asociarse con otros emprendedores, de establecer vínculos con otros actores del territorio, incluso competencia del territorio. La capacidad de gestionar la experiencia es fundamental para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

### **Articulación con el destino:**

La articulación con el destino se refiere a la capacidad que posee el emprendimiento o la experiencia turística de vincularse comercialmente con otros productos y servicios del territorio. Es decir, no sólo ser parte de una cadena de valor en el área del turismo o de la artesanía, sino que ser capaz de generar esa articulación, de hacerse parte y de mejorarla.

### **Implementación actual:**

La implementación actual alude al grado de avance que posee la experiencia como tal. No necesariamente se refiere al producto turístico o al producto artesanal que está detrás de la experiencia, sino que es la experiencia en



Experiencia Artesanal “La Transición de la Madera”  
Marco Muñoz, Pucón.

## 4. PASOS PARA DISEÑAR UNA EXPERIENCIA TURÍSTICA ARTESANAL

Diseñar una experiencia implica tomar decisiones, las que facilitarán con la información que previamente haya recopilado, pero también es un ejercicio de creatividad, innovación y experimentación, en el que ningún cliente, bases de datos o referente podrá ayudarlo más que su propio ingenio, instinto y algunas de las siguientes herramientas.

Antes de crear los detalles de la experiencia, es importante definir sus bases, ya que de esta forma no perderá coherencia en la medida en que se vaya entrando en detalles. Para ello, puede orientarse considerando los siguientes pasos:







## Paso 01:

### DEFINIR LOS PRINCIPALES SEGMENTOS DEL PÚBLICO

Tras haber analizado potenciales y actuales clientes, es necesario determinar y definir el segmento de público al que estará dirigida la experiencia. Recordar que ninguna experiencia puede satisfacer a todo el mundo y que incluso las ofertas masivas se diseñan pensando en un público en particular. Esto no significa cerrarle las puertas al resto del público, simplemente es centrarse en diseñar y dedicar los esfuerzos para ese público en particular. Cuando recién se comienza, es habitual tratar de abarcar la mayor cantidad posible de turistas, pero ello no es sustentable en el largo plazo, pues hará más difícil focalizar los esfuerzos y satisfacer necesidades específicas, lo que le impedirá desarrollar experiencias de calidad, desgastándose en el proceso.



## Paso 02:

### IDENTIFICAR LAS NECESIDADES DEL PÚBLICO DEFINIDO

Pensar en los visitantes como personas y ya no como segmentos. Para ello, se debe intentar imaginar a un individuo concreto y tratar de empatizar con él, es decir, de “ponerse en sus zapatos”: ¿cómo se llama?, ¿dónde vive?, ¿a qué se dedica?, ¿qué lo motiva? y, sobre todo, ¿qué lo emociona?. Las definiciones a las que se llegue representan hipótesis que deben ser validadas con turistas reales para así mejorar la comprensión de sus necesidades. Tener siempre presente estas definiciones para cada uno de los pasos que siguen.



### Paso 03:

#### DEFINIR LOS OBJETIVOS DE LA EXPERIENCIA QUE SE QUIERE CREAR

Señalar los principales efectos que busca generar en los visitantes, ya sea en el plano de las emociones, de los conocimientos o de las acciones. El objetivo es lograr el resultado de la propuesta de valor, es decir, aquello que aportará al visitante, que satisface sus necesidades y que marcará la diferencia con la competencia. Dichos efectos pueden ser, por ejemplo, "sorprender con las maravillas de la cosmovisión indígena", "entretener", "proporcionar descanso y relajación" o "transmitir los sabores de la gastronomía indígena", por nombrar algunos. Hay que recordar que se trata de efectos principales e intentar elegir no más de dos. Tener siempre presente estos objetivos, ya que le facilitarán la toma de decisiones más adelante y ayudarán a mantener la coherencia.



### Paso 04:

#### DEFINIR LA NARRATIVA DE LA EXPERIENCIA

Recordar que la narrativa es la historia o ideas centrales que articularán y darán un significado especial a la experiencia. Para asegurar su coherencia interna, se debe intentar "tematizar" la experiencia en torno a dicha narrativa. Como son ideas centrales, intentar elegir solo una o dos. Algunos ejemplos pueden ser: "La Fauna del Lago Budi", "El Terremoto de 1960", "La Ruka".



## Paso 05:

### DEFINIR EL GUION DE LA EXPERIENCIA TURÍSTICA

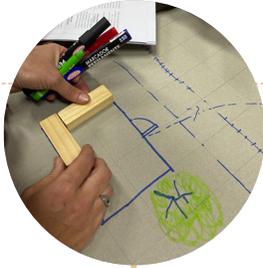
Determinar la secuencia en que se ordenarán las actividades más importantes, así como los contenidos principales que se comunicarán en cada una de ellas. Recordar que, en general, diferenciar cada uno de los acontecimientos ayuda a mantener la atención del público. También dividir el guion en episodios, pues ello ayudará a ordenar y a establecer objetivos específicos.



## Paso 06:

### DEFINIR LA CURVA DRAMÁTICA DE LA EXPERIENCIA

Revisar que esta secuencia siga una buena curva dramática, capaz de mantener e incrementar el interés e involucramiento de los visitantes a medida que la experiencia avanza. También intentar identificar el acontecimiento de mayor intensidad (clímax) y tratar de localizarlo más bien hacia el final. Un recurso interesante es incluir anticlímax antes de un clímax, como puede ser el simular un problema técnico que aumente la ansiedad de los visitantes antes del gran final para aumentar su sorpresa.



### **Paso 07:** **EVALUAR LOS COSTOS Y EL PRECIO DE LA EXPERIENCIA**

Recordar que el precio debe reflejar el valor de la experiencia. Es decir, establecer un cobro acorde con lo que se ofrece, que esté al alcance del público objetivo y que permita efectivamente costear la implementación de la experiencia. Se profundizará esto en los siguientes módulos, pero desde ya es útil estimar un rango en el que se pueda mover.



### **Paso 08:** **REVISAR LA COHERENCIA DE LA EXPERIENCIA**

Comprobar que las definiciones sobre públicos, objetivos, guión, narrativa y costo aprovechan de manera eficiente las posibilidades que ofrece el entorno y lo diferencian adecuadamente de los competidores más cercanos. Identificar qué elementos pueden sorprender a los visitantes. Luego revisar si el guión y narrativa son apropiados para conseguir los objetivos previamente establecidos, considerando los públicos a quienes se quiere llegar. Si se requiere, realizar ajustes en las definiciones, de modo que sean coherentes entre sí y fieles a los objetivos y las necesidades del público que se definió.



## Paso 09:

### ¿CÓMO VALIDAR LA EXPERIENCIA?

El proceso de validación de una idea de experiencia pasa ineludiblemente por presentar el concepto a los futuros clientes. Para ello, nada mejor que “algo” que simule, represente y permita a los usuarios interactuar, experimentar, analizar y probar la idea del emprendedor o de la empresa. La manera de llevar las ideas a la práctica es a través del proceso de ideación y prototipado.

El prototipo de experiencia es una simulación en la que se intenta desarrollar, en tiempo real, la experiencia. Corresponde a un ensayo utilizando solamente los elementos más críticos para producir los efectos de la experiencia y está orientado a los objetivos de cada episodio y a los de la experiencia global.

## PAUTA DE PREGUNTAS QUE PUEDEN GUIAR:



- ¿Cuáles son los principales grupos de visitas que se espera atraer al espacio?  
¿Qué actividades esperan realizar los visitantes durante su estadía?
- ¿Cuáles son las expectativas de los visitantes en términos de comodidades, seguridad y acceso?  
¿Cuáles son los efectos principales que se espera generar en los visitantes al ofrecerles una experiencia turística artesanal?
- ¿Qué aspectos de la artesanía serán destacados en la narrativa de la experiencia turística?  
¿Cuál será la secuencia de actividades y eventos principales que se ofrecerá a los visitantes durante su estadía?  
¿Cómo podemos estructurar el guión para mantener la atención del público y maximizar su participación?

## **5. GUÍAS PRÁCTICAS PARA EL DISEÑO DE UNA EXPERIENCIA TURÍSTICA ARTESANAL**

En la siguiente sección, se puede observar el resultado del proceso descrito anteriormente. Es decir, siguiendo paso a paso las siguientes guías prácticas que se han considerado necesarias para construir una experiencia turística adecuada, desde la producción de productos artesanales hasta la creación de experiencias turísticas, se puede examinar cómo esto se materializa en una experiencia particular.



"La Transición de la mesa" (tema) Cultural		Sustrato de los actores y el paso.		Materiales necesarios	
Duración (min)	Actividad / Fase	Objetivo	Contenido	Actividad / Fase	Contenido
15 min 10:00 - 10:15	Recepción y saludo Presentación	Presentar el taller y el tallerista			
20 min 10:15 - 10:35	Secor taller - mesa base	Mesa con red de apoyo y agua			
60 min 10:35 - 11:35	Compartir por el andamiaje de la fase de la muestra	Instrucciones en el taller (ballet, yoga, danza, música, etc.)	Instrucciones en el taller (ballet, yoga, danza, música, etc.)	Instrucciones en el taller (ballet, yoga, danza, música, etc.)	Instrucciones en el taller (ballet, yoga, danza, música, etc.)





## FORMATO DE **FICHAS** PARA EL DISEÑO DE UNA EXPERIENCIA TURÍSTICA

### FICHA DE EXPERIENCIA TURÍSTICA ARTESANAL

NOMBRE EXPERIENCIA:	
ARTESANO/S:	
DURACIÓN:	VALOR PP: \$
NÚMERO DE PARTICIPANTES:	
NOMBRE DEL LUGAR:	
DIRECCIÓN:	
GEOREFERENCIA:	
CONTACTO:	TELÉFONO:
RRSS / WEB:	
RESERVA:	
<p><b>LA EXPERIENCIA:</b> (resumen: en qué consiste, cuánto dura, para quien va dirigido, qué va a aprender, qué incluye, etc.)</p>	

**1. PÚBLICO:**

¿Cómo son tus turistas? ¿Tienen ingresos altos, medios o bajos?  
¿Qué les interesa hacer, qué actividades prefieren? ¿Son chilenos o extranjeros?

*Para comenzar, debes tratar de conocer el tipo de visitante que llega actualmente a la zona en que estás ubicado. Si ya ofreces alguna experiencia, investiga las características de tu público actual.*

**2. ENTORNO:**

¿Qué caracteriza a tu entorno? ¿Qué eventos únicos se realizan allí?  
¿En qué consisten las particularidades naturales, culturales y geográficas de tu zona?

*La mayoría de tus visitantes vendrá de un lugar diferente al tuyo, por lo que estarán interesados en conocer lo que tiene de especial el destino donde te encuentras. Por lo mismo, tu entorno natural y cultural es una gran fuente de contenidos y actividades que puedes incorporar a tu experiencia, para así enriquecerla significativamente.*

**3. COMPETENCIA:**

¿Quiénes son tus competidores y en qué consiste su oferta? ¿Qué ideas puedes obtener de otras experiencias? ¿Puedes desarrollar un producto complementario al de tus competidores, que los potencie mutuamente?

*Conocer las características de tus principales competidores es fundamental para diferenciar tu oferta. Ello terminará por beneficiar a todos, pues la diferenciación reduce la competencia local y fortalece el destino turístico en su conjunto, aumentando su atractivo.*

2

**4. BASES DE LA EXPERIENCIA:**

¿Qué públicos atenderás? ¿Parejas y viajeros solitarios? ¿O familias con niños? ¿En qué orden presentarás tus actividades? ¿Qué narrativa darás a la experiencia?

*Una vez que cuentes con suficiente información sobre tu entorno, tu competencia y tus públicos actuales y/o potenciales, estarás en condiciones de definir las características esenciales de la experiencia que ofrecerás: aquellos que le darán un sello particular y que servirán como base para el diseño y la implementación de los detalles.*

**5. NARRATIVA:**

*Define la narrativa de tu experiencia, entendida como la historia o las ideas centrales que la articularán y le darán un significado especial. Para asegurar su coherencia interna, trata de "tematizar" la experiencia en torno a dicha narrativa. Como ideas centrales, intenta elegir solo una o dos; por ejemplo, "el vino chileno en el mundo", "recreando una expedición histórica a la Patagonia" o "la posibilidad de vida en el espacio".*

**6.DEFINICIÓN DE ACCIONES Y ROLES:**

*Define el guion de tu experiencia, esto es, la secuencia en que se ordenarán las actividades más importantes, así como los contenidos principales que comunicarás en cada una de ellas. Revisa que esta secuencia siga una buena curva dramática, capaz de*

*¿Qué ve?*

*¿Qué dice su entorno, sus amigos, colaboradores y círculo de influencia?*

*¿Qué escucha?*

*¿Cuál es la oferta que le ofrece el mercado?*

*Debilidades*

*¿A qué desafíos, frustraciones y obstáculos se enfrenta?*

*Fortalezas*

*¿Cuáles son sus objetivos y cómo mide el éxito en la consecución de estos?*

*Piensa y siente*

*¿Cuáles son sus necesidades, preocupaciones y expectativas?*

*Dice y hace*

*¿Cuál es su actitud y conducta?*

*Mantener e incrementar el interés e involucramiento de tus visitantes a medida que la experiencia avanza. Intenta identificar el acontecimiento de mayor intensidad (clímax) y trata de localizarlo más bien hacia el final. Recuerda que, en general, diferenciar cada uno de los acontecimientos ayuda a mantener la atención del público. Y divide el guion en episodios, pues ello te ayudará a ordenarte y a establecer objetivos específicos.*

Duración (min)	Episodio/acción	Lugar/Recursos	Contenidos	Efectos en los participantes

**7. DISEÑO DE LUGARES, RELATOS Y UTILIZACIÓN DE ELEMENTOS**

*¿Qué elementos necesito para desarrollar la experiencia? ¿Qué infraestructura? ¿Cómo puedo adaptarla al público extranjero? ¿Qué elementos de seguridad debo instalar? ¿Cuáles son los contenidos?*

*Recuerda que la calidad está en los detalles y que dos experiencias idénticas pueden lograr niveles de satisfacción muy disímiles solo debido a ellos.*

**Espacios:**

a. Espacio exterior

b. Recepción

c. Espacio Taller

d. Sala de ventas

## EJEMPLO DE EXPERIENCIA DE TURISMO ARTESANAL:

"Artesanía con Sentido". Artesano: Marcos Muñoz

Lugar: Pucón







## **PALABRAS FINALES**

Hemos llegado al final de este largo y gratificante camino desde las artesanías hasta las experiencias turísticas. Como gestores de este proyecto, hemos aprendido a apreciar y comunicar de manera diferente nuestro patrimonio, nuestros conocimientos y nuestras tradiciones manuales. Acompañamos a las artesanas y artesanos en la narración de lo que hace especial a sus productos, en el diseño de espacios para recibir y compartir con los futuros visitantes, creando entornos que les permitan adentrarse en los talleres y en las historias que los rodean.

Durante este proceso, hemos descubierto nuevas perspectivas del oficio artesanal en nuestro país. Nos hemos encontrado con personas que buscan comprender la conexión entre nuestras manos y las suyas, entre nuestra historia y el viaje de nuestros visitantes. Hemos comprendido que nuestro trabajo es una valiosa experiencia que merece ser contada, mostrada y vivida.

Nuestra invitación es a seguir explorando esas historias sutiles que están tejidas en cada Witral, en cada viruta impregnada de humedad y aroma a fogón, que nos hablan del viaje de la madera. Las experiencias que muchos viajeros buscan hoy en día se nutren de estas manos y de estas historias. A ellos, y a ustedes, los invitamos a embarcarse en este viaje, en una experiencia memorable que lleva la impronta y la identidad de cada uno de nosotros.

Teresa Díaz  
Casa de Oficios

## **CASOS DESTACADOS:**

A continuación se identifican aquellas experiencias turísticas que se han utilizado como ejemplo en las páginas de este manual.

### ● **ARTESANÍAS DEL VOLCÁN**

Contacto: Marcos Muñoz

Correo: [contacto@artesaniasdelvolcan.cl](mailto:contacto@artesaniasdelvolcan.cl)

Ubicación: Taller Camino a 2da faja Km 5.5 Sector Candelaria Km 6 Camino al Volcán (Venta)

### ● **COOPERATIVA DE AGROTURISMO MUJERES MAPUCHE**

Contacto: Juanita Contreras

Correo: [juanita.cco@gmail.com](mailto:juanita.cco@gmail.com)

Ubicación: Centro de eventos, Traiguen, Región Araucanía

### ● **COOPERATIVA WITRALTU MAPU**

Contacto: Claudia Silva

Correo: [cooperativawitraltumapu@gmail.com](mailto:cooperativawitraltumapu@gmail.com)

Ubicación: Padre de las Casas, Región Araucanía

### ● **RAIHUE ARTESANÍA**

Contacto: Venancio Chihuailaf

Correo: [venancioraihue@gmail.com](mailto:venancioraihue@gmail.com)

Ubicación: Cunco, Región Araucanía



## Manual para el Desarrollo de Experiencias Turísticas Artesanales

