



LOS PRODUCTOS DE LOS OLIVOS SE HAN CONVERTIDO EN UN SELLO DEL VALLE DEL HUASCO. Y SUS OLIVOS CENTENARIOS.

# PTI Valle del Huasco impulsó turismo rural y crecen ventas

**DESARROLLO.** *Luego de tres años de trabajo llega a su fin esta iniciativa de Corfo. Se destacó un incremento promedio del 30% aproximado en las ventas de las empresas participantes.*

Redacción  
 cronica@diarioatacama.cl

En la última sesión de gobernanza del Programa Territorial Integrado (PTI) Turismo Agrícola Rural Valle del Huasco, que reunió a representantes de gremios, cooperativas, corporaciones vinculadas al turismo, así como a instituciones públicas relevantes para la toma de decisiones en torno al desarrollo turístico de la Provincia del Huasco, se puso fin a este programa de Corfo. En el marco de esta instancia, se presentaron los principales logros y resultados alcanzados por el programa durante sus tres años de ejecución, destacando avances en la creación y diversificación de productos turísticos, la participación en eventos de promoción y la consolidación de estrategias de comercialización.

Cabe destacar que esta iniciativa tuvo como objetivo fortalecer una oferta de programas y productos turísticos sustentables basada en las cuatro denominaciones de origen del valle: pisco, vino, pajarete y aceite de oliva, contribuyendo al aumento del flujo de turistas y al posicionamiento del destino en los mercados regional, macrozonal y nacional, mediante el trabajo colaborativo de los actores de la cadena de valor.

## PRINCIPALES RESULTADOS

Dentro de los principales logros de la implementación de este programa, destacó un incremento promedio del 30% aproximado en las ventas de las empresas participantes, cifra respaldada por encuestas comparativas aplicadas a lo largo de los tres años de ejecución del programa.

Destacó también la participación de productores locales en ferias y eventos nacionales como Food and Service y Ladera Sur, lo que permitió la generación de una nueva red de mercado, traducida en quince alianzas comerciales estratégicas que han abierto oportunidades concretas de venta y posicionamiento para los productos y experiencias del valle.

En cuanto al desarrollo del sector, el programa también tuvo un impacto significativo en la formalización y profesionalización de la oferta turística. Al inicio del PTI, el Valle del Huasco contaba con solo dos tours operadores, actualmente, existen seis tours operadores activos, muchos de los cuales nacieron bajo el alero del programa. Además, se ha logrado el registro de cuarenta empresas en Sernatur y se ha apoyado la formalización de treinta nue-

vos servicios turísticos que anteriormente operaban de manera informal.

## REACCIONES

Al respecto, el subdirector de Corfo Atacama, Pedro Maturana, presente en la actividad de cierre destacó que "estamos muy conformes con el avance de este PTI, durante los tres años de trabajo vemos que, finalmente, se logra articular una gobernanza con participación privada desde las cuatro comunas de la Provincia del Huasco. Hay resultados importantes en términos de la conformación de una Corporación de Turismo del Valle del Huasco, más de cien empresas y emprendedores de la zona resultaron capacitados, a través de la alianza con Abastible, cuarenta nuevos registros en Sernatur y, además, consideramos un resultado muy relevante que es el au-



mento de ventas de los participantes, a partir de todas las actividades que se generaron articuladas por el PTI".

Paulina Crespo, Jefa de la División de Fomento e Industria del Gobierno Regional, indicó que "hoy día se pone término a tres años de trabajo de este programa, que ha sido

muy importante para aunar criterios, armar gobernanza e identificar brechas y ver cómo podemos resolverlas. Creo que en esto han tenido un avance bastante significativo y se lograron implementar estrategias para desarrollar de forma consciente el turismo y potenciar las grandezas que tiene nuestra

### 3 años

tomó este proyecto, destacando avances en la creación y diversificación de productos, la participación en eventos de promoción y la consolidación de estrategias de comercialización.

### 15 alianzas

comerciales estratégicas han abierto, según Corfo, oportunidades concretas de venta y posicionamiento para los productos y experiencias del valle.

(viene de la página anterior)



EL PROYECTO LOGRÓ UNIR A MUCHOS A LO LARGO DEL VALLE.

Provincia del Huasco y también nuestra región”.

Por su parte, Ricardo Curiqueo, director (s) de Sernatur Atacama, señaló que “fue una presentación tremendamente completa que dio cuenta de la gestión que se hizo a través de la Gobernanza del PTI de Turismo Agrícola Rural del Valle del Huasco que habló respecto de la importancia del capital humano, la articulación entre los distintos actores del ecosistema turístico de acá de la provincia y que contó con una participación completa de los municipios. Por lo tanto, nuestro llamado también es a que esta iniciativa se mantenga en el tiempo y que podamos seguir trabajando en base a la planificación que tenemos para desarrollar el turismo en la provincia”.

En tanto, Yahir Rojas, gerente de la Cooperativa Apícola Apihuasco, señaló que “el cierre del PTI fue también un evento cargado de nostalgia porque fue un compañero de ruta. Junto a la cooperativa quisimos llamar desde el primer momento con el PTI porque entendíamos que somos un territorio que tiene buenos productos, que tiene buenas rutas, que tiene buenas historias que contar y, por lo tanto, la cooperativa siempre se puso al servicio del PTI y hoy día nos muestra todos los resultados y todos los avances”.

Una de las alianzas clave que se generó en el marco del

trabajo de este programa fue la iniciativa “Crea Huasco Capacitación”, impulsada por el PTI Valle del Huasco junto a Abastible, quienes sellaron una alianza colaborativa que permitió la capacitación de cien pymes para fomentar el turismo local.

“Esta alianza es una oportunidad para seguir impulsando nuestro propósito de potenciar el espíritu emprendedor. Estamos convencidos de que el turismo rural y los productos sustentables fortalecen la economía local y proyectan el talento de los emprendedores del Valle del Huasco, por eso queremos ser un socio activo en el crecimiento de las pymes del territorio”, señaló Pedro Muñoz, Gestor de Proyectos y Propósito de Abastible.

Finalmente, Daisy Rojas, empresaria turística de Huasco y presidenta de la Organización de Gestión de Destinos (OGD) que va a operar a través de la Corporación de Turismo del Valle del Huasco, precisó que “nosotros ahora como Corporación somos el resultado y uno de los tantos logros de este PTI, por lo tanto, estamos muy contentos de que se haya logrado un trabajo, a través de este tiempo, donde nos pudimos organizar porque, si bien el valle todavía tiene brechas, estamos encaminados y queremos ahora proyectarnos y continuar con nuestros propios pasos, pero siempre con alian-

### Tradición entre olivos

● En el corazón del Valle del Huasco, el cultivo del olivo se ha convertido en una de las tradiciones agrícolas más emblemáticas de la zona. Generaciones de familias han mantenido viva una cultura ligada a la producción artesanal de aceitunas y aceite de oliva, favorecida por el clima privilegiado y la fertilidad del valle. Esta herencia no solo representa identidad y patrimonio rural, sino también una oportunidad para el turismo y el desarrollo local. Rutas olivícolas, degustaciones y experiencias campesinas permiten hoy a visitantes conocer de cerca un oficio que combina historia, trabajo familiar y sabores característicos de Atacama.

zas para que nos puedan apoyar en este trabajo de fortalecimiento del destino turístico del Valle de Huasco”.

### PROYECCIÓN

La implementación de este programa permitió la consolidación de un grupo de pymes y emprendedores con un fuerte sello identitario y local, lo que permite proyectar futuras líneas de trabajo para la consolidación del turismo agrícola y rural en el Valle del Huasco, primero, a través del gran potencial para el desarrollo del enoturismo como un destino diferenciador dentro del sector vitivinícola, destacando su singularidad como territorio donde la vid se desarrolla en el desierto más árido del mundo y configurando una experiencia turística única a nivel internacional.

Por otro lado, a través de una futura Ruta de Los Abastos, iniciativa que busca posi-

cionar al Valle del Huasco como la próxima ruta turística gastronómica de Chile, poniendo en valor la identidad productiva y culinaria del territorio, con el propósito de crear una ruta comercializable que fortalezca la competitividad de un grupo de pymes y emprendedores con un fuerte sello identitario y local, lo que permite proyectar futuras líneas de trabajo para la consolidación del turismo agrícola y rural en el Valle del Huasco, primero, a través del gran potencial para el desarrollo del enoturismo como un destino diferenciador dentro del sector vitivinícola, destacando su singularidad como territorio donde la vid se desarrolla en el desierto más árido del mundo y configurando una experiencia turística única a nivel internacional.

Por otro lado, a través de una futura Ruta de Los Abastos, iniciativa que busca posi-

CORFO



F  
e  
l  
y  
DES  
ver  
Co

C  
diant  
mara  
Ataca  
sión  
trucc  
estab  
empr  
repre  
duct  
L:  
el ma  
yo Mi  
ticip  
cente  
Carv:  
Copie  
de Va  
Padr  
D  
rone  
colab  
educ  
dand  
ción  
ciació  
lesy  
jóver  
const  
E  
CChC  
ra, de  
guir f  
rias e  
nuev:  
“(  
const  
oport  
yor d  
const  
nuev:  
que r  
poter