

PTI Patagonia Costa inicia su segundo año con una reunión clave en Maullín

Con la presencia de 14 integrantes del directorio del Programa Territorial Integrado (PTI) Desarrollo Destino Patagonia Costa, entre ellos el alcalde de Maullín, el director regional de Corfo Los Lagos, la directora regional de Sernatur, el presidente del Directorio, Juan Luis Marín y otros integrantes del programa, el 11 de marzo se llevó a cabo la sesión de directorio de la gobernanza de dicho PTI, marcando el inicio de su segundo año de ejecución.

El programa, que en su primer año benefició a más de 50 empresas y emprendedores del sector turístico, es impulsado con recursos FNDR a través de un convenio Corfo-Gobierno Regional, con el objetivo de fortalecer la reactivación económica y el desarrollo sostenible en las comunas de Puerto Montt, Calbuco y Maullín.

Durante la reunión, se analizaron los avances logrados en el primer año del PTI y se delinearon las estrategias para seguir consolidando a Patagonia Costa como un destino turístico competitivo. En este sentido, el presidente de la Gobernanza,

Juan Luis Marín, destacó "En esta instancia estuvimos discutiendo sobre los distintos avances que ya tuvo el año pasado el programa PTI Patagonia Costa y cómo queremos seguir avanzando en este nuevo año, que sin duda esperamos que podamos ir viendo cada vez más activos que levanten nuestro destino en términos de turismo. Vemos que las distintas agrupaciones, la academia, las municipalidades y los distintos servicios públicos están muy articulados para que eso efectivamente pase. Coincidimos en que no es fácil porque el destino Patagonia Costa abarca Puerto Montt, Calbuco y Maullín, lo que complejiza la articulación, pero también nos unifica en una oportunidad para ser un destino insustituible en nuestra región y a nivel nacional."

Por su parte el director regional de Corfo Los Lagos Eduardo Arancibia destacó que "el PTI Patagonia Costa es uno de los programas estratégicos de la región, ya que impulsa zonas rezagadas fuera del circuito turístico tradicional. Resaltó los avances logrados en el primer año, como la consolidación de una oferta,



la generación de redes, avances en la formalización de servicios turísticos y estudios clave para el desarrollo futuro. Además, subrayó la importancia del trabajo con el MOP y el compromiso de seguir posicionando a Patagonia Costa como un destino turístico relevante a nivel regional y nacional"

Principales líneas de acción para este segundo año:

Consolidar la gobernanza a nivel local y de destino. Actualizar y fortalecer la estrategia de promoción del Destino Patagonia Costa. Mejorar la competitividad de las empresas turísticas en la región. Poner en valor el destino, a través de infraestructura, equipamiento e información.

Acciones clave para este segundo año:

1. Habilitación del sendero interpretativo en el sitio Monte Verde: Diseño y ejecución de infraestructura para valorizar su riqueza arqueológica y facilitar su acceso a visitantes.
2. Desarrollo y pilotaje de productos turísticos: Creación de nuevas experiencias para fortalecer la oferta turística del destino Patagonia Costa.
3. Diseño e implementación de señalética interpretativa: Instalación de información clave

para mejorar la experiencia de los visitantes.

4. Acondicionamiento de servicios turísticos con identidad local: Fortalecimiento de la infraestructura de servicios turísticos con identidad cultural y patrimonial.

5. Certificación de guías locales: Implementación de un programa de capacitación y certificación para mejorar la calidad de la atención turística.

6. Talleres de fortalecimiento para la industria turística: Capacitaciones en gestión, sustentabilidad e innovación.

7. Ruta "Ciudades Artesanales del Mundo": Asesoría para integrar la artesanía regional en una ruta turística reconocida internacionalmente.

8. Guía para el visitante: Diseño e impresión de material informativo sobre la oferta del destino Patagonia Costa.

9. Encuentro de difusión del Sello S: Promoción de la certificación de sustentabilidad en servicios turísticos.

10. Posicionamiento en redes sociales y web: Estrategia comunicacional para fortalecer la presencia digital del destino.

11. Participación en ferias y eventos turísticos: Coordinación con Sernatur para promocionar Patagonia Costa en instancias nacionales e internacionales.

