

Cristian Parra, presidente de la Corporación Araucanía Andina:

"El turismo puede ser la bisagra que permita a este territorio salir de su estigma"

A fines de julio se formalizó una nueva gestión para esta organización gremial, la cual, explica su nuevo timonel, busca generar puentes y trabajar para cambiar la imagen que pesa sobre el territorio norte de la Región en pos de una industria turística con identidad propia y gran potencial, y que en otros territorios del mundo ha permitido hacer cambios sociales y económicos importantes.

Eduardo Henríquez Ormeño
eduardo.henriquez@australtemuco.cl

Después de un ciclo de desgaste gremial y falta de liderazgos, el sector comercial y turístico de la zona norte de la Región acaba de unirse para reactivar la Corporación Araucanía Andina. Convencidos de que habitan un sector con identidad propia y gran potencial para la industria sin chimenea, esta representación acaba de elegir a Cristian Parra Oyace como su timonel, el cual acaba de volver de una reunión en la Subsecretaría de Turismo, donde pudo plantear las ideas fuerza que motivan al sector en esta nueva etapa.

Emprendedor y empresario hace 20 años, y propietario del novedoso Valle Termal Cañón del Blanco, el vocero de esta reiniciada corporación revela que con el apoyo de 13 gremios y 250 socios, trabajan hoy para hacer de "la entrada norte del sur de Chile" el lugar que debería ser.

- Esta corporación acaba de retomar actividades. ¿Cuándo y por qué decidieron recuperar esta forma de representación y de interlocución ante las autoridades?

- La marca se gestó hace 15 o 20 años y duró hasta fines de 2020. Después de eso, en teoría, Corfo soltaba las riendas del programa y la parte ejecutiva quedaba en manos de los empresarios. Lamentablemente, vino la pandemia y encontró a un rubro y a gremios muy desgastados, con mucha desconfianza. En fin, el asunto no resultó. La corporación se diluyó entre 2021 y 2024. Y en 2024 quienes no conformábamos la



organización, pero que si éramos los gremios, nos empezamos a juntar y a darnos cuenta de que si no reactivamos alguna figura íbamos a seguir en el mismo estatus en el que estamos todavía, que es una degradación colectiva en el rubro de estos últimos años. Este es el único territorio que no ha tenido la capacidad de recuperarse, como si lo hicieron destinos como Pucón, Puerto Varas y Chiloé. El año pasado empezamos a convocarnos y de pronto ya tuvimos el reconocimiento de instituciones públicas. Hoy estamos vigentes como corporación. Nos formalizamos a finales de julio pasado.

- ¿Quiénes integran esta corporación en 2025? ¿A qué gremios convoca?

- Somos gente del comercio y turismo de las seis comunas que componen el territorio de

Araucanía Andina. La corporación la integran 13 gremios y más de 250 socios, quienes representan a las seis comunas que, de Sur a Norte, son: Cunco, Vilcún, Melipeuco, Lonquimay, Curacautín y Victoria.

- ¿Qué se proponen apalancar colectivamente en esta etapa?

- Somos una corporación de turismo, pero en estos años nos dimos cuenta de que no sólo la promoción o la marca es suficiente para sostener esta industria. Personalmente, junto con Rodrigo Travieso empezamos a reencantar a los socios de los gremios y a decirles que aquí no basta hacer promoción, no basta que pongamos una bonita marca, porque se requiere una vinculación y un trabajo con otros actores que no necesariamente son del turismo para que este territorio, que es la principal debilidad,

"Hemos hablado con políticos y medios de comunicación porque queremos empezar a levantar una suerte de línea editorial respecto de lo que es Araucanía Norte o Araucanía Andina, para que empecemos a tener una forma de hablar distinta del mismo (...). Creemos que el turismo, tal como ha ocurrido en Colombia, Irlanda o el País Vasco, es capaz de sacar adelante a territorios que antes eran conocidos por un estigma".

pueda realmente ser lo que debería ser. Y eso tiene que ver con la imagen que tiene nuestro territorio, particularmente, la parte norte de La Araucanía, porque tiene ese estigma de zona roja o complicada, y esa es la razón de por qué este territorio no se ha podido reactivar como debiera. Entonces, nuestros objetivos en los primeros tres años son el mejoramiento de la imagen y cuando lo consigamos recién promover correctamente el destino; o sea, saber qué somos y qué queremos contar. Hemos estado en reuniones con la Asociación de Agricultores de Malleco y con la Corma, y están increíblemente en la misma sintonía. Entonces, al final, creemos que el turismo puede ser la bisagra que permita a este territorio salir de su estigma.

- Otros gremios afines han expresado que echan de menos la promoción turística del "Destino Araucanía", dicen que falta inversión pública en esa área. ¿Están de acuerdo?

- Sí, por supuesto, pero la culpa la tenemos nosotros. Porque ¿qué vamos a promover? Pucón y Villarrica lo tienen claro, pero qué promue-

ves del resto de La Araucanía. ¿Quieres promover rucas? ¿Gente explorando? ¿Campesinos con la carreta? Hay que ponerse de acuerdo y no lo hemos hecho. Ahí, particularmente, creo que La Araucanía Andina tiene mucho que decir porque nos une una identidad, somos gente de montaña, gente más vinculada a lo rural, no somos el negocio fenomenal de turismo que tiene la zona lacustre, acá es algo mucho más amigable, más orgánico. Entonces, estamos en eso y tenemos una gran oportunidad.

- Cristian, vienes de un participar de una reunión en la Subsecretaría del Turismo. ¿Qué novedades traes?

- Hubo varias cosas interesantes. La Araucanía Andina o La Araucanía Norte o Malleco, de alguna manera, es la puerta de entrada a una serie de cosas. Primero, es la entrada a La Araucanía; segundo, a la Patagonia y, tercero, al proyecto más importante de turismo que pretende ser un cuarto destino para Chile: la Ruta Escénica Lagos Volcanes. Ahí, y somos la entrada al Geoparque Kutrakura. Tenemos todo. Pero cuando tienes una bonita ca-

sa, pero tienes una puerta y jardín feos no te dan ganas de entrar. Eso es lo que ocurre con Araucanía Andina. Entonces, acabo de estar en una reunión del directorio de la Ruta Escénica Lagos Volcanes, que empieza en Victoria y termina en Cochamó, y con la subsecretaría de Turismo, y mi intervención allí tuvo que ver justamente con lo que estoy diciendo. Hoy somos un gremio vinculante con otros actores que no necesariamente tienen que ver con el turismo, pero que creemos estamos creando la conciencia de que en La Araucanía y particularmente en Araucanía Andina hay que generar una imagen, hay que generar una identidad y luego saber promover.

- ¿Qué reacción causó tu intervención?

- Nos dieron la razón. Y es que se lo dijimos también a otras autoridades, nosotros tenemos de todo, pero lamentablemente la entrada de La Araucanía Andina es una realidad distinta al resto del sur de Chile. La gente lo único que quiere es poner velocidad crucero y pasar pronto de Collipulli a Freire (...). Nosotros hemos hablado con políticos y medios de comunicación porque queremos empezar a levantar una suerte de línea editorial respecto de lo que es Araucanía Norte o Araucanía Andina, para que todos los que somos habitantes de este territorio empecemos a tener una forma de hablar distinta del mismo (...). Creemos que el turismo, tal como ha ocurrido en Colombia, Irlanda o el País Vasco, es capaz de sacar adelante a territorios que antes eran conocidos por un estigma. C3