

ARAUCANÍA

DIAGNÓSTICOS Y MIRADAS TERRITORIALES PARA
EL DESARROLLO DE EXPERIENCIAS DE TURISMO CREATIVO

CLAVES

Tipo de territorio Región	Población 2024* 1.032.164 habitantes	Superficie 31.842,3 km²
Densidad poblacional 32,4 habitantes por km²	Principales Actividades económicas ** Servicios Personales Servicios de vivienda e inmobiliarios Industria Manufacturera	Llegadas de pasajeros mensuales (promedio por mes)*** 52.459 (toda la región) 24.392 (Araucanía Lacustre)
Pernotaciones en establecimientos de alojamiento turístico (promedio por mes)**** 112.076 (toda la región) 65.237 (Araucanía Lacustre)	Estancia media (noches) de pasajeros *** 1,98 (toda la región) 2,59 (Araucanía Lacustre)	Densidad cultural **** 1,4

FUENTES: Instituto Nacional de Estadísticas (INE); Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (BCN)

SELLO DE ORIGEN

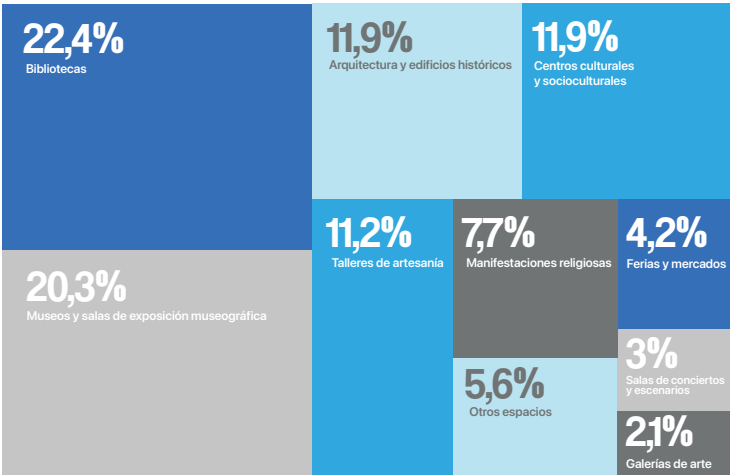
Productos Tomate Angolino Prosciutto de Capitán Pastene Puerro Azul de Maquehue	Marcas Cooperativa Witraltu Mapu Folil Araucanía
---	--

DESTINOS TURÍSTICOS PRIORIZADOS

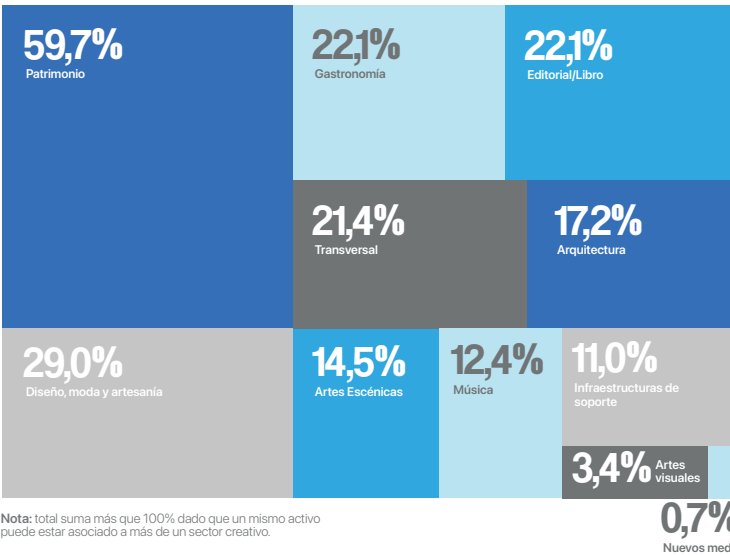
Temuco y sus alrededores Araucanía Andina Araucanía Lacustre	Costa Araucanía Nahuelbuta
--	-------------------------------

ACTIVOS CREATIVOS

Distribución porcentual de bienes inmuebles, lugares y espacios



Activos totales por sector creativo



CELEBRACIONES

Enero	
Febrero	Festival del Choro Zapato
Marzo	31 Festival Lumínico Fiesta de Sagra Carretada Capitán Pastene
Abril	1 Festival Lumínico
Mayo	3 al 5 Festival Reino Fungi en Pucón
Junio	
Julio	
Agosto	
Septiembre	2025 Encuentro Mundial de Geoparques
Octubre	5 y 6 Fiesta Gastronómica del Digüeñe en Cunco
Noviembre	25 al 26 Fiesta del Baqueano en Melipeuco
Diciembre	

Información levantada en la consultoría para el Mapeo de activos creativos y culturales en Chile (CORFO, 2024).

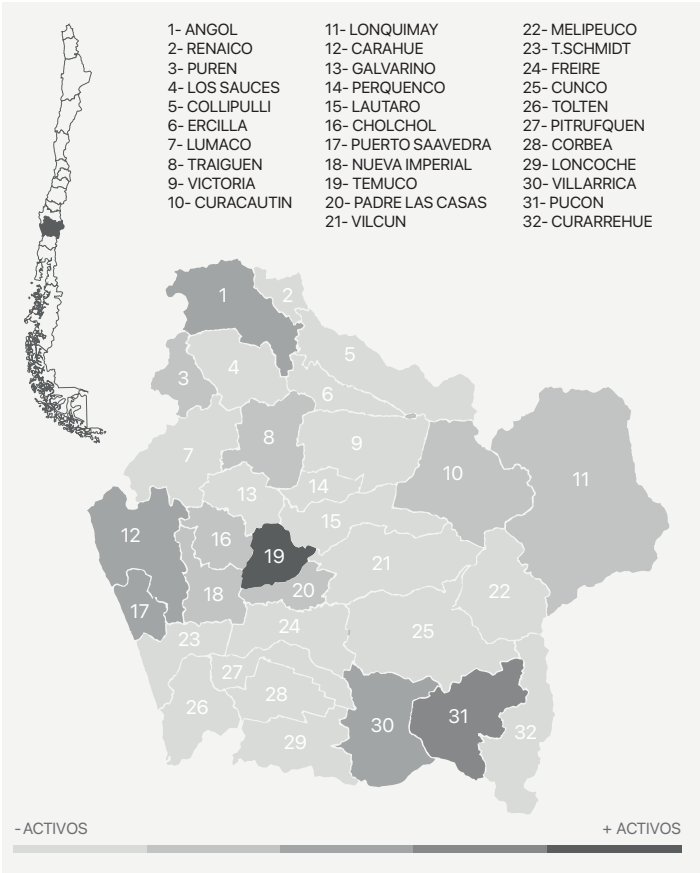
* Proyecciones de Población 2024 (INE en BCN)

** PIB Regional, Banco Central de Chile (2022)

*** Extraídos de los Datos de Turismo INE. Corresponde al promedio entre julio de 2016 y febrero de 2020.

**** Cantidad de activos creativos del tipo bienes inmuebles, lugares y espacios cada 10.000 habitantes.

DENSIDAD DE ACTIVOS



ACTORES

EMPRESAS Y GREMIOS Hotelga Araucanía A.G. Corralco Enjoy Operador Turístico Araucanía Andina Geoparque Kutralkura	SECTOR PÚBLICO CORFO Gobierno Regional de La Araucanía Asociación de Municipalidades Cordilleranas de La Araucanía
SOCIEDAD CIVIL Agencia Cooperativa Sin Cabeza	ACADEMIA Universidad Autónoma Universidad Católica de Temuco Universidad de la Frontera (UFRO) Universidad Mayor
TRANSVERSAL Mesa Araucanía Economía Creativa	

PERSPECTIVAS TERRITORIALES

Diferencias entre comunas.

Si bien localidades como Pucón y Villarrica concentran una oferta turística consolidada, con una infraestructura hotelera y gastronómica de calidad, otras zonas de la región, especialmente en la provincia de Malleco, enfrentan mayores desafíos económicos y de seguridad.

Desarrollo de destinos turísticos.

Podemos dividir la región en cinco destinos turísticos y clasificarlos por su nivel de desarrollo (INE, 2024): Nahuelbuta, potencial; Costa Araucanía, emergente; Temuco y alrededores, Araucanía Andina y Araucanía Lacustre, consolidados, siendo esta última zona la más desarrollada.

Desafíos para la diversificación turística.

La estacionalidad, la falta de infraestructura adecuada en algunas localidades (como Victoria, entre otros), y la percepción negativa asociada a conflictos sociales afectan el desarrollo de un turismo creativo más diversificado.

Infraestructura turística heterogénea,

con una concentración en ciertas localidades y carencias en otras. Esto se replica si revisamos la infraestructura cultural. Los sistemas de transporte y comunicación no siempre son adecuados para el desarrollo turístico, lo que afecta la conectividad de la red de oferta creativa orientada al turismo.

Inseguridad.

La mala publicidad que aparece en televisión o medios oficiales no solo aumenta la percepción de inseguridad del turista en este territorio sino que también medra la visión que tenemos del patrimonio inmaterial del pueblo mapuche.

Patrimonio cultural mapuche.

Existe un alto valor de identidad asociado al pueblo mapuche, dotando de contenidos, símbolos y arte a toda la relación entre el humano y la privilegiada naturaleza de la región. No obstante, su valorización y promoción en el ámbito turístico es compleja. La promoción turística se encuentra en una etapa inicial, con una limitada articulación entre los distintos actores y una escasa valorización de la identidad cultural local, en especial la de los pueblos originarios.

Calidad del servicio turístico.

Percepciones de alza de precios y baja calidad en ciertos servicios, además de espacios culturales insuficientes, limitan el desarrollo turístico.

“En algunos casos se utilizan espacios no destinados para actividades culturales, lo que evidencia la falta de infraestructura adecuada.”

Maritza Diéguez

En resumen, el desarrollo del turismo creativo en la región de La Araucanía presenta un gran potencial, pero enfrenta desafíos significativos relacionados con la desigualdad territorial, la falta de infraestructura, la estacionalidad y la percepción negativa asociada a ciertos lugares.

Es necesario desarrollar una estrategia integral que permita aprovechar el potencial de la región, valorizando su diversidad cultural y natural, y generando beneficios para las comunidades locales.

DESTACAMOS:
TALENTO E HISTORIA

Prosciutto de Capitán Pastene

Hace 100 años, cuando llegaron a la zona de Araucanía, los italianos continuaron con sus tradiciones. Creando un relato y una manera especial de producción del Prosciutto, la particularidad del proceso de deshidratación de la pierna del cerdo, bajo el aire frío de la Cordillera de Nahuelbuta, le otorgó el reconocimiento de Denominación de Origen.

Además del Prosciutto y sus trattorias, Capitán Pastene posee una sala de cine, un teatro y otros atractivos. La experiencia turística tiene su valor en poder trasladarse a una pequeña Italia en el sur de Chile.



ESPACIOS Y OPORTUNIDADES DE ACCIÓN

- Diseñar una estrategia regional de turismo creativo, que fomente la participación multisectorial y que ponga en el centro la valoración de la identidad local, incluyendo pueblos originarios.
- Desconcentrar la demanda turística mediante la desconcentración geográfica de la oferta, promoviendo conexiones creativas en red desde la zona lacustre al resto de las zonas de la región.
- Fortalecer los vínculos entre academia y sector privado, facilitando la participación activa de estudiantes de carreras relacionadas en temas clave como la gestión turística, diseño de experiencias y marketing digital.