

Gabriela Stehr Gesche, directora del área Hotelería, Turismo y Gastronomía de Inacap sede Temuco:

“Es esencial consolidar rutas gastronómicas con foco en la experiencia turística”

En plena temporada de invierno 2024 y a mitad del año académico, la directora del área turística de esta institución de educación superior en la capital regional, opina y analiza los retos de la industria y las oportunidades, a través del potencial de una identidad gastronómica para La Araucanía.

Eduardo Henríquez Ormeño
 eduardo.henriquez@australtemuco.cl

Una visión optimista, con foco en las oportunidades, acerca de la realidad regional de la industria del turismo, es la que tiene la directora del Área de Hotelería, Turismo y Gastronomía de Inacap sede Temuco, Gabriela Stehr Gesche.

Con trece años de trayectoria dentro de la institución en la capital de La Araucanía, la académica cree firmemente que el territorio ha avanzado en sus desafíos y, hoy por hoy, opina, “estamos dándole mucho valor a la gastronomía”, acerca de lo cual se refiere en esta entrevista, en la cual también repasa en el reto formativo y lo que nos exige el medio para un mejor futuro en el congreso turístico mundial.

- Gabriela, considerando que es un elemento esencial dentro de la oferta turística, ¿cómo observa el desarrollo de la gastronomía en Temuco y la Región?

- Creo que cada vez se le da más importancia a la gastronomía en el ámbito del turismo. Es importante decirlo. Es un atractivo turístico, por lo tanto, hay que generar propuestas gastronómicas innovadoras en las distintas regiones y eso nos incluye como Araucanía, para que podamos reactivar la economía en la industria del turismo y atraer visitantes, que los turistas quieran visitarnos no sólo por los maravillosos paisajes que tenemos o por nuestra naturaleza (...). Aquí, pienso que estamos avanzando. Estamos dándole mucho valor a la gastronomía de la Región, que es la mapuche y relevando los productos que tenemos, lo que nos entrega la tierra y los tipos



FOTO: EDUARDO HENRÍQUEZ O.

de carnes que se consumen acá. Eso es algo en lo que hemos ido reparando. De hecho, en Temuco hicimos el concurso gastronómico Un Plato para Temuco, iniciativa municipal que acogimos con mucho encanto e interés (...).

- Al año 2024, ¿tenemos una

gastronomía con identidad? ¿La estamos construyendo? O, bien, ocurren ambas cosas y ya estamos ofreciendo un relato gastronómico...

- Yo diría que siempre ha estado la identidad regional. Hablamos de piñones, de changles, digüeñes, carnes ahumadas, vegetales, tubércu-

“Siempre ha estado la identidad regional. Hablamos de piñones, de changles, digüeñes, carnes ahumadas, vegetales, tubérculos y variedades de papas. Eso siempre ha estado y se identificaba también, pero yo diría que hoy se construye un relato gastronómico y estamos conjugando esta conversación para revelar lo que tenemos”.

los y variedades de papas. Eso siempre ha estado y se identificaba también, pero yo diría que hoy se construye un relato gastronómico y estamos conjugando esta conversación para revelar lo que tenemos. Hoy la labor está en relevar esto, es decir, que vengan a probar lo que podemos ofrecer porque esto tiene una característica única y tenemos gente que cultiva y que está haciendo un trabajo de promoción turística generando experiencias a través de la gastronomía.

- Lo mencionaba antes, Temuco, particularmente, ha desarrollado iniciativas como el Torneo Gastronómico “Un Plato pa-

ra Temuco”. ¿Cuánto nos ayudan este tipo de proyectos? Y ¿es necesario repetirlos?

- Nos ayudan muchísimo estas iniciativas. Creo que debemos ponerle fuerza para que se repitan. Esto surge en una época compleja, post pandemia y yo creo que con esfuerzos como este se contribuye al desarrollo económico local, a tener un relato común entre quienes estamos vinculados a la gastronomía, de reconocer lo propio y darle un nuevo valor. Si no lo reconocemos nosotros que somos los primeros usuarios es difícil que lo podamos promocionar dentro y fuera del país. Por lo tanto, esto nos deja un tremendo aprendizaje y desafío (...). Esto no debe quedar acá. Ya dejamos un legado, porque además del plato, el concurso terminó en una publicación. Y el plato ganador está presente en varios restaurantes, cada uno adaptándolo a su estilo, lo cual es muy interesante. Ahora, podríamos ir en busca de un siguiente plato, repetir la experiencia.

- ¿Existe la posibilidad de hacer circuitos gastronómicos en la Región? Más ahora considerando que ya se ha abierto incluso una ruta del vino...

- Sí, hoy existe una hoja de ruta de la Subsecretaría del turismo que habla de experiencias turísticas gastronómicas, eso significa que estamos en sintonía con todas las políticas públicas, y nosotros como institución académica lo vinculamos a una asignatura en el área que tenemos y que es innovación y emprendimiento, donde los alumnos, a través de un reto plantado, tienen que crear propuestas; uno de esos desafíos son las rutas gastronómi-

cas (...). Entonces, es algo que debemos construir para ser aún más atractivos.

- ¿Cómo está nuestra Región en cuanto a la formación de recursos humanos para el sector gastronómico y turístico?

- La Región está demandando profesionales para la industria y eso lo reflejan los indicadores de nuestras matrículas. Gastronomía siempre ha sido una carrera que representa mucho interés de parte de todos. Nuestra admisión comienza en octubre y en dos días se completan los cupos (...). Y la carrera de gestión turística se acerca bastante. Hemos ido mejorando y estamos gratamente sorprendidos con el interés por la matrícula. Hoy existe una correlación entre la demanda de profesionales para la industria y la oferta académica, y para ello el reto ha sido ir actualizando los programas (...) de modo de garantizar la empleabilidad de los egresados.

- Ustedes deben conversar, discutir y debatir anualmente acerca de las potencialidades del turismo regional. Sobre la base de lo que todavía queda por hacer, ¿qué sigue faltando para fortalecerlos como destino turístico?

- Creo que es importante generar acciones de promoción del destino y elevar el potencial de gastronómico, sobre la base del valor de nuestros productos asociados a una experiencia; eso es fundamental. Es esencial consolidar relatos o rutas gastronómicas con foco en la experiencia turística; generando y difundiendo esto con los operadores turísticos para que puedan promover el destino, eso redoblará el interés de los visitantes. 