



**FACULTAD DE ARQUITECTURA
CARRERA DE GESTIÓN EN TURISMO Y CULTURA**

**ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL TURISMO ESPIRITUAL EN LA COMUNA
DE SAN JOSÉ DE MAIPO**

**ALUMNO: MANUEL NECULÑIR VERA
PROFESOR GUÍA: RODRIGO KAPLAN ORTEGA**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL
DE ADMINISTRADOR TURÍSTICO CULTURAL Y EL GRADO DE
LICENCIADO EN TURISMO Y CULTURA**

2014

***“El Universo comienza a parecerse más a una
gran mente que a una gran máquina”***

James Hopwood Jeans
Matemático, Físico y Astrónomo Británico

AGRADECIMIENTOS

Me gustaría ocupar este espacio para dar los agradecimientos a todas aquellas personas que me tendieron una mano de manera absolutamente desinteresada en la comuna de San José de Maipo durante esta investigación. Quiero agradecer la colaboración de Jaime March Fernández y su hermosa familia de la Comunidad Lemulawen, por su entrega y amor. También quiero agradecer a Vicente y Claudia de Spa Rústico por su ayuda y consejos incondicionales. Los agradecimientos también están dirigidos a Soco Astorga y a Soledad S. de la Cascada de Las Ánimas, por abrirme las puertas de ese hermoso lugar. Quiero también dar las gracias en esta oportunidad a Arturo y Nauoma de Bazar Nauoma, por su ayuda y paciencia, a Héctor Reyes de Tremonhue, a María Eugenia Astorga de Refugio Piedra Luna y a Valeria Bascaglio de Santuario del Río por su gentil y útil ayuda. Quiero agradecer también la gentil ayuda y el tiempo brindados por el señor Aron Toledo y el señor Eduardo Laborderie.

Quiero que sepan que sin su ayuda no podría haber realizado este trabajo. Gracias infinitas a todos ustedes.

También quiero agradecer de forma especial a mis grandes amigos Aurora Bertin, René Sepúlveda y Constanza Correa, por esos momentos que llenaron de amor y alegría mis días en la universidad. También agradezco la existencia de mis amigos del alma Víctor Zamora y Melisa Flores, y tantos otros que han marcado mi vida.

Agradezco a mis profesores de carrera, quienes me dieron apoyo, comprensión y me hicieron sentir tan querido, especialmente a Rodrigo Kaplan que me acogió y guio en esta última etapa tan importante en mi vida.

Finalmente, quiero darle las gracias a mi madre, Ema, por su eterno amor, por ser mi compañera de tantas vidas y por su comprensión absoluta y desinteresada.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTOS	ii
ÍNDICE GENERAL	iii
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
INTRODUCCIÓN	vii
CAPÍTULO I: DIAGNÓSTICO DEL ESPACIO A INVESTIGAR	1
1.1 Antecedentes generales de la comuna de San José de Maipo	2
1.1.1 Ubicación	2
1.1.2 Antecedentes históricos.....	3
1.1.3 Antecedentes administrativos	3
1.1.4 Antecedentes geográficos	3
1.1.5 Clima.....	4
1.1.6 Zona de Interés Turístico Nacional (ZOIT)	4
1.1.7 Indicadores demográficos	8
1.1.8 Indicadores sociales	11
1.1.9 Indicadores económicos	13
1.1.10 Indicadores de salud.....	15
1.1.11 Indicadores de educación	15
CAPÍTULO II: TURISMO ESPIRITUAL	16
2.1 Conceptos.....	17
2.1.1 El Turismo	17
2.1.2 La Espiritualidad	20
2.1.3 El Turismo Espiritual.....	21
2.1.4 El Movimiento New Age	23
2.1.5 El Turismo Sustentable	24
2.1.6 A modo de conclusión.....	25
2.2 Antecedentes generales de la Industria Espiritual.....	27
2.2.1 Orígenes	27
2.2.2 Evolución de la actividad	28
2.2.3 Orígenes en Chile.....	29
2.3 Caracterización del turismo espiritual en la comuna de San José de Maipo.....	31
2.3.1 La Oferta Turística Espiritual	32
2.3.2 La Demanda Turística Espiritual	34
2.3.3 A modo de conclusión.....	44

CAPÍTULO III: ANÁLISIS ESTRATÉGICO	45
3.1 Análisis del entorno	46
3.1.1 Macro-entorno.....	46
3.1.2 Micro-entorno	63
3.1.3 Análisis de Recursos, Capacidades y Habilidades	70
3.1.4 Análisis de los Stakeholders	84
3.2 Análisis FODA.....	89
3.3 Conclusiones del Análisis Estratégico	98
CAPÍTULO IV: PROPUESTAS	101
4.1 Recomendaciones a seguir	102
4.1.1 Eje de Asociatividad	102
4.1.2 Eje de Promoción	103
4.1.3 Eje de Fortalecimiento de la competitividad.....	105
4.1.4 Eje de Inteligencia de Mercado.....	109
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES FINALES	111
PROPOSICIONES PARA FUTURAS INVESTIGACIONES Y PROYECTOS	114
ANEXOS	115
Anexo 1	116
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	117

RESUMEN

La comuna de San José de Maipo pertenece a la Provincia Cordillera de la Región Metropolitana, y se ubica a 52 km. del centro de la capital, siendo un territorio de características semirurales. Se emplaza en la parte alta de la cuenca del Río Maipo, en los faldeos de la Cordillera de Los Andes, y cuenta con una superficie total de casi 500.000 hectáreas. En noviembre del año 2001 la comuna es declarada Zona de Interés Turístico (ZOIT) por su variada gama de áreas y atractivos turísticos, generalmente no explotados y de carácter potencial, siendo importante velar por su preservación y su puesta en valor. Esta posee una gran cantidad de recursos, entre los que destaca el “natural”, convirtiendo al lugar en una zona perfecta para el desarrollo de distintos tipos de turismo. Uno de estos ha sido el “turismo espiritual”, el que por mucho tiempo ha tenido cabida en la comuna con un bajo perfil, pero que gracias a diferentes tendencias y movimientos, como el “New Age”, ha ido cobrando más relevancia. Es este el motivo por el cual se ha realizado este análisis estratégico, posicionando al “turismo espiritual” como una potencial oportunidad de negocio a desarrollar y una clara estrategia comunal de diferenciación.

La comuna cuenta hoy en día con empresas que entregan diferentes tipos de productos y servicios de tipo espiritual para los visitantes a la zona, con establecimientos bien equipados y recurso humano profesional y técnico. Sin embargo, presenta algunas falencias que hacen que el crecimiento y visibilización de este tipo de turismo en la comuna no sea el óptimo.

Después de una investigación profunda, que cuenta con fuentes primarias y secundarias, se proponen 4 ejes estratégicos a desarrollar, con el fin de potenciar la actividad, los cuales son: Eje de Asociatividad, Eje de Promoción, Eje de Crecimiento de la competitividad y Eje de Inteligencia de Mercado.

Las conclusiones obtenidas de este análisis estratégico dan cuenta de la potencialidad actual de la industria turística espiritual en San José de Maipo, la que sin embargo se ha visto empañada durante algún tiempo por no poseer una visión estratégica turística que la destaque en la oferta actual que posee la comuna.

Palabras claves: *Turismo Espiritual, Análisis Estratégico, San José de Maipo.*

ABSTRACT

The district of San José de Maipo is part of the Cordillera Province in the Metropolitan Region, and is located 52 kilometers from the center of the capital, being a semi-rural kind of territory. It is positioned in the upper part of the basin of the Maipo River, in the base of the Andes Mountains, and has a total area of 500,000 hectares. In November 2001, this district was declared a “Tourist Interest Area” (ZOIT) for its wide range of untouched natural areas which held much touristic potential, so long as preservation and enhancement was ensured. The mentioned area has numerous natural resources: this setting is perfect for the development of different types of tourism. One of these is “spiritual tourism”, which has long had a place in the district with a low profile, but thanks to various trends and movements such as the "New Age", has gained more relevance. For this reason I have developed a strategic analysis, positioning the “spiritual tourism” as a potentially developing business opportunity, as well as a clear differentiation strategy.

To this day, the district has companies that provide different types of products and services of a spiritual nature for visitors of the area, with well-equipped facilities and professional and technical human resources. However, it has some flaws which lead to a not so optimal growth of this type of tourism in the district.

After an extensive research, with primary and secondary sources, four strategic areas are proposed in order to enhance the activity: Associativity, Promotion, Competitive Growth and Marketing Intelligence.

The conclusions of this strategic analysis realize the actual potential of the spiritual tourism industry in San Jose de Maipo, which however has been tarnished for some time by not having a strategic tourist vision which can help to highlight what the district possesses and has to offer

Keywords: Spiritual Tourism, Strategic Analysis, San José de Maipo.

INTRODUCCIÓN

El turismo constituye hoy en día una de las actividades económicas con más rápido crecimiento a nivel mundial, por ende, una de las más importantes industrias con las que un país puede contar. En el año 2009 la industria del turismo aportó 9,2% al Producto Interno Bruto (PIB) mundial y un 3,2% al PIB nacional, superando en el caso chileno a la industria del vino como sector productivo. En materia de trabajo, el turismo genera más de 200 mil ocupaciones directas y alrededor de 600 mil empleos indirectos, especialmente en regiones. Según la Organización Mundial de Turismo, en el año 2011 fueron 980 millones las llegadas internacionales de turistas en el mundo y pronostica que las llegadas internacionales a Sudamérica para el 2020 serán 40 millones.

El turismo, además, se presenta como un factor estratégico para la conservación del medioambiente y de la identidad cultural de los pueblos.

Chile actualmente posee una gran cantidad de recursos para el desarrollo y crecimiento de la industria turística. En este sentido, el recurso natural y el patrimonial son un factor clave pues se encuentran en abundancia y con características únicas.

Durante los últimos años, el turista ha evolucionado en gustos y preferencias, destacando por ejemplo el uso de las tecnologías para realizar reservas en hoteles o vuelos, la preferencia por lugares donde el cuidado del medioambiente es importante, hacer largos viajes con amigos y la preferencia por estadías en hoteles u hostales económicos, por dar solo algunos ejemplos. De este cambio es que han surgido distintos tipos de turismo que se enfocan en dar servicios más personalizados y apuntando exclusivamente a lo que cierto tipo de turista quiere. Estos nuevos tipos de turismo se agrupan bajo el nombre de “Turismo de Intereses Especiales”, y tiene cada año más aficionados a nivel mundial. La Organización Mundial de Turismo lo define como una amplia categoría de turismo basado en intereses concretos que incluye naturaleza, cultura, historia y otros campos de índole diversa ofrecidos en un entorno local.

No cabe duda que los seres humanos han estado sufriendo una serie de cambios, buenos y malos, que han llevado a que distintos paradigmas vayan cambiando. Dentro de estos mismos cambios es posible mencionar también los que ha sufrido la ciencia contemporánea durante el siglo XX con la irrupción de la teoría de la relatividad, la física cuántica, la teoría de sistemas y la teoría del caos, por ejemplo, lo que no solamente ha ocasionado la confusión y la angustia de los científicos sino del mundo en general. En este sentido, el universo se va mostrando como un sistema de relaciones interconectadas y que, de alguna misteriosa manera, afecta a todo su conjunto, incluyendo por supuesto a los seres humanos. En esta misma línea se van creando distintos conceptos y estilos de vida para las personas, abandonando creencias que no satisfacen están nuevas inquietudes y experimentando nuevas propuestas. Es aquí donde el llamado Movimiento New Age ha tenido un claro protagonismo en el mundo, conformado por un sincretismo de creencias y prácticas, las que han ofrecido nuevos paradigmas y nuevos estilos de vida.

Para Chile ésta realidad no ha sido ajena, pues son muchos los territorios que se han considerado sagrados y mágicos por chamanes, gurúes o maestros espirituales. Dentro de estos es posible nombrar a San Pedro de Atacama, a Chiloé y a San José de Maipo, los que presentan atractivos naturales únicos y explotables a nivel turístico. Esta realidad ha hecho que muchos hayan relacionado el turismo y las distintas prácticas del New Age, creando lo que hoy es conocido como el Turismo Espiritual.

El presente análisis intenta definir e identificar las principales características de este tipo de turismo en la comuna de San José de Maipo y dar cuenta de su aporte a la industria turística de dicha comuna. También pretende ser un aporte para la investigación de temas relacionados con la espiritualidad y el desarrollo de nuevas maneras de hacer turismo.

CAPÍTULO I: DIAGNÓSTICO DEL ESPACIO A INVESTIGAR

1.1.2 Antecedentes históricos

Aún es posible encontrar pruebas del pasado de este sector. Hace mucho tiempo, lo que se observa lleno de montañas no era más que un lecho marino. Todo estaba cubierto de agua, incluyendo las imponentes montañas del Cajón del Maipo.

Los primeros habitantes de estas tierras altas fueron los indios Chiquillanes, quienes vivían en el actual sector de San Gabriel. También se han encontrado vestigios de la presencia de la cultura Inca, prueba de ello está la Momia que fue hallada en el Cerro El Plomo, que actualmente forma parte de la colección del “Museo Nacional de Historia Natural”.

San José de Maipo, capital de la comuna, en sus inicios surgió de la necesidad de dar asentamiento a diversas comunidades mineras establecidas en el sector, dedicadas a la explotación de una de las primeras minas de plata del país, “San Pedro de Nolasco”, la que generó grandes ganancias en su época. El entonces Gobernador del Reino de Chile, Don Ambrosio O’Higgins, al tanto de esta necesidad, funda el 16 de Julio de 1792, mediante mandato del Rey de España, la Villa de San José de Maipo, la que posteriormente paso a llamarse Villa Alta y que actualmente es conocida como San José de Maipo (Ilustre Municipalidad de San José de Maipo, 2013).

1.1.3 Antecedentes administrativos

San José de Maipo pertenece al Distrito Electoral n° 29 y a la 8ª Circunscripción Senatorial (Santiago Oriente). Es representada en la Cámara de Diputados del Congreso Nacional por los diputados Osvaldo Andrade Lara del Partido Socialista y Leopoldo Pérez Lahsen de Renovación Nacional. A su vez es representada en el Senado por los senadores Manuel José Ossandon de Renovación Nacional y Carlos Montes del Partido Socialista.

Actualmente, la Ilustre Municipalidad de San José de Maipo es dirigida por el Sr. Luis Pezoa Álvarez de Renovación Nacional como Alcalde y los concejales Eduardo Astorga de RN, Marco Quintanilla de PS, Andy Ortiz de Ind/PS, Andrés Venegas de PRSD, Carmen Larenas de RN y Maite Birke de PRI.

1.1.4 Antecedentes geográficos

El relieve de la comuna se compone en su mayor parte por cordones montañosos y cuencas, y su morfología en valle, pie de monte, cordillera media y alta cordillera. Está caracterizada por sus formaciones cordilleranas, abundante naturaleza y libre de contaminación ambiental. Está conformada aproximadamente por dieciocho diferentes localidades pequeñas que se instalaron en las explanadas a lo largo de la orilla norte del Río Maipo. Fue declarada Zona Turística en el año 2002 (Ilustre Municipalidad San José de Maipo., 2013).

1.1.5 Clima

En los primeros 20 kilómetros de San José de Maipo el clima es templado con una temperatura media anual de 14°C. En invierno puede bajar hasta 0°C, o algo menos; el verano se presenta con temperaturas máximas sobre los 30°C. En zonas más elevadas a partir del sector de El Manzano, es común tener nevadas en invierno lo que le da al lugar un especial atractivo turístico.

1.1.6 Zona de Interés Turístico Nacional (ZOIT)

Según Arancibia (1997) en el documento de “Elaboración de Criterios y Procedimientos para la Declaración de Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional” (Gabriela Angulo, 2002), la definición de Zona de Interés Turístico (ZOIT) corresponde a un área de características esencialmente rural, amplia en extensión, donde junto a recursos turísticos relevantes coexisten otros usos o actividades con una compatibilidad básica con estos. Los atractivos turísticos que ofrece, corresponden a una gama variada y contribuyen a conformar circuitos y/o áreas turísticas generalmente no explotadas, de carácter potencial, siendo conveniente velar por la preservación y puesta en valor de los recursos turísticos que posee.

La comuna de San José de Maipo fue declarada Zona de Interés Turístico Nacional según resolución exenta N° 1.138 del 13 de noviembre del 2001. Su ámbito de acción es diferente del de otras zonas, pues abarca a toda la comuna, incluyendo áreas urbanas y rurales, predominando estas últimas. La comuna, como ya se revisará, es turística y su principal característica es su ubicación cordillerana.

Algunos lugares de interés turístico en la comuna que cabe mencionar son¹:

- La Obra: Una vez internado en la ruta G-25, la primera localidad que se conoce es La Obra. Este sector tuvo sus inicios en el año 1802 a causa de las faenas que se realizaron durante la construcción del canal San Carlos, cuya bocatoma nace en el río Maipo. El sector de La Obra es un lugar de experimentados canteros, los que dan vida a las piedras existentes en el sector con un toque artístico muy particular.
- Las Vertientes: Sus inicios se remontan al año 1941 producto del loteo de un antiguo fundo. Actualmente productos típicos como almendras, miel, nueces y cristales de cuarzo, salen al encuentro del visitante a los costados del camino.

¹ www.cajóndelmaipo.cl

- El Canelo: Esta localidad debe su nombre al árbol sagrado de los mapuches, el que también se encuentra en las quebradas húmedas existentes en el sector. Desde aquí se puede acceder al Cerro Purgatorio con 2.466 metros de altura y además disfrutar de vinos y licores de la zona.
- El Manzano: Esta es la cuarta localidad que es posible encontrar internándose en la comuna. Ofrece al visitante sectores que invitan a recorrer entre boldos, espinos y quillayes, así como también practicar escalada deportiva en el Cerro Las Torrecillas, ubicado al interior de esta localidad.
- Guayacán: Retomando el recorrido por la carretera G-25, es posible encontrarse con este sector, localidad que debe su nombre a la existencia de una especie arbórea del mismo nombre, la que posee una madera de excelente calidad.
- El Cajón del Colorado: Desviándose de la ruta G-25 hacia la izquierda a pocos metros del Puente el Colorado, es posible acceder hacia el Cajón del Colorado internándose en la ruta G-345. Este sector se llama así por el color de las aguas de su río, lugar que permite al visitante a internarse en la cordillera, para así poder observar el Cerro Tupungato y el Volcán Tupungatito, de 6.570 y 5.640 metros sobre el nivel del mar respectivamente. También a través de esta ruta se pueden encontrar las localidades de Los Maitenes y El Alfalfal y más al interior llegar al parque de Montaña Río Olivares.
- San José de Maipo: Es la capital comunal donde se encuentra las principales actividades comerciales del sector. Su pintoresca arquitectura rescata el estilo clásico que dio origen al poblado actualmente existente. Es posible recorrer su Plaza de Armas y disfrutar de un merecido descanso. Aquí interesantes muestras artesanales típicas de la zona se instalan los fines de semana y festivos, dando la oportunidad al visitante de conseguir un bonito recuerdo de este viaje.
- Lagunillas: Siguiendo por la ruta G-25 y desviándose hacia la izquierda a no más de un kilómetro del sector de San José de Maipo, comienza la ruta G-355, camino de acceso que lleva al Centro Invernal de Lagunillas el que se encuentra ubicado a 17 kilómetros de la localidad de San José de Maipo, a una altura de más de 2.200 metros sobre el nivel del mar. Este lugar invita a disfrutar durante todo el año, en invierno como centro invernal, donde se puede practicar sky y snowboard y el resto del año especialmente en verano, atrae a los amantes de las montañas, a los que les gusta caminar y recorrer los cerros de este sector, practicar descensos en mountain bike o disfrutar en su plenitud la posibilidad de observar una imponente vista panorámica del sector, acompañada del entorno natural que caracteriza a la cordillera del centro de nuestro país.

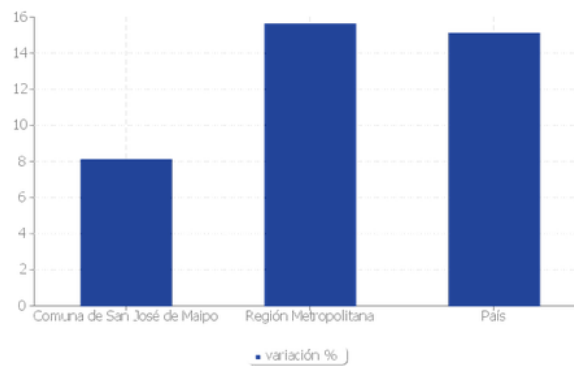
- El Toyo: Este es un pequeño y típico poblado donde se puede disfrutar del contacto directo con la naturaleza mediante la práctica de diversas actividades, como caminatas y pesca deportiva. En este mismo sector, al costado izquierdo de la ruta G-25 y a unos 3 kilómetros frente a un atractivo puente colgante de madera, se encuentra una enorme huella estampada en una roca conocida por los habitantes como “La Pata del Diablo” la que debe su nombre a la rica mitología asociada a la zona.
- El Melocotón: Esta localidad surgió de la necesidad de contar con pastos naturales para alimentar a los animales que bajaban desde la cordillera. En este lugar se puede disfrutar de un hermoso paisaje que invita a recorrer e internarse en el sector para así disfrutar con mayor plenitud del contacto con la naturaleza y desde donde es posible realizar descensos en balsas o kayak.
- San Alfonso: La identidad propia de esta localidad estimula al visitante a disfrutar más y tranquilamente de su hermoso entorno natural, que en algunos sectores se confunde con lo pintoresco de su arquitectura local. Además de disfrutar de vinos y licores de la zona es recomendable visitar el “Túnel Tinoco”, Monumento Histórico, que ofrece a quienes deseen atravesarlo una memorable experiencia.
- El Ingenio: Esta localidad surgió de la necesidad de servir como zona de veraneo para sus actuales habitantes, quienes encontraron en este lugar las condiciones adecuadas para poder lograr un merecido descanso. Al visitarla no se puede dejar de degustar los dulces y pasteles producidos en el sector.
- El Boyenar: Pequeño poblado ubicado frente al sector del Ingenio, caracterizado por ser un sector bastante tranquilo.
- San Gabriel: Este sector surgió como un pequeño caserío nacido de las actividades ganaderas y de la explotación de canteras y minas. En esta localidad es posible observar en las rocosas laderas de los cerros el “Ciprés de la Cordillera”, una de las escasas coníferas existentes en el país. Un gran atractivo son “Los rodados de San Gabriel”, lugar que en temporada de invierno permite disfrutar de la nieve junto a la familia.
- Romeral: Pequeña localidad rodeada de imponente entorno cordillerano que domina todo el sector. Desde este punto es posible apreciar la Cordillera de Los Andes en todo su esplendor. Aquí se encuentra el desvío hacia la ruta G-455 que lleva hacia el “Embalse el Yeso”.

- El Yeso: Este sector en realidad corresponde al “Embalse El Yeso”, formidable cuerpo de agua ubicado a más de 2.000 metros sobre el nivel del mar que posee una capacidad de 250.000.000 m³, y una profundidad de 55 metros. En sus aguas de color verde esmeralda, es posible practicar diversos deportes acuáticos como el wind-surf y pesca deportiva, todo esto rodeado de gigantescas montañas. Internándose unos 18 kilómetros, se encuentra las Termas del Plomo y el paso Fronterizo Piuquenes.
- Queltehues: Esta localidad se encuentra al desviarse de la ruta G-25 e internarse en la ruta G-465, la que conduce al sector de Las Melosas. En esta localidad es posible encontrarse con la central hidroeléctrica Los Queltehues.
- Las Melosas: Después de atravesar una singular formación rocosa que existe en el sector del puente “El Cristo” (donde las rocas parecen haber sido particularmente pulidas por una fuerza superior), se encuentra la localidad de Las Melosas, donde se puede apreciar lo bello de la montaña, pudiendo encontrar flora y fauna nativa, como cóndores, surcando los cielos de los andes centrales.
- El Volcán: Siguiendo por la ruta G-25 se encuentra este poblado que debe sus orígenes a la gran actividad minera que alguna vez existió en la zona. Un testigo mudo de esta época es el silo de acopio de materiales que aún existe, junto con las oxidadas maquinarias de aquel periodo existentes en el área, las que actualmente cobijan algunas leyendas y mitologías del sector. En esta localidad se desarrolla además el Turismo Minero.
- El Morado: El Morado es un espectacular Monumento Natural administrado por CONAF. En este sector, de aproximadamente 3.000 hectáreas, existen dos glaciares, el San Francisco y El Morado, a los que se puede acceder caminando. También se encuentra la Laguna El Morado, Aguas Panimávida, vegetación andina y el Cerro El Morado, el que alcanza una altura de 5.060 metros sobre el nivel del mar.
- Baños Morales: Es un pequeño poblado ubicado a más de 2.000 metros sobre el nivel del mar en este sector existen piscinas de aguas termales ricas en sales minerales muy beneficiosas para la salud, las que cada verano son visitadas por numerosas personas que buscan en sus aguas el alivio a enfermedades de tipo reumático.
- Baños de Colina: Ubicado a más de 3.500 m.s.n.m., este centro natural de aguas termales de rústicas características permite disfrutar de un entorno completamente natural, casi inalterado por la mano del hombre.

1.1.7 Indicadores demográficos

En el año 2002, la población existente en la comuna de San José de Maipo era de 13.376 habitantes. Según las proyecciones para el año 2012, ésta cifra debería haber aumentado un 8.1%, llegando a los 14.455 habitantes (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2013).

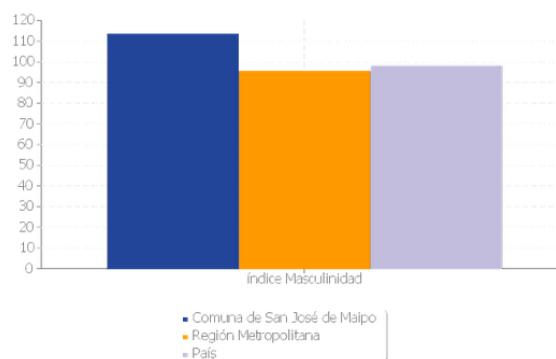
Gráfico 1.1: Índice de variación demográfica



Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, en base a información del INE.

Con respecto a las cifras dependiendo del sexo, en el año 2002 se estimó que los hombres viviendo en la comuna eran 6.947, lo que según estimaciones para el año 2012 la cifra llegaría a 7.678 hombres. En cuanto a las mujeres, para el año 2002 existían 6.429 viviendo en la comuna, mientras que en el 2012, según estimaciones, esta cifra aumentaría a 6.777. En cuanto al índice de masculinidad en la comuna, en el año 2002 este era de 108.1%, mientras que en el 2012 las estimaciones lo dejarían en 113.3% (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2013).

Gráfico 1.2: Índice de masculinidad



Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, en base a información del INE.

En cuanto a la población segmentada en grandes grupo de edad, para el rango de 0 a 14 años existían 3.291 habitantes en el año 2002. Para el 2012, esta cifra descendería a 2.773 habitantes según estimaciones.

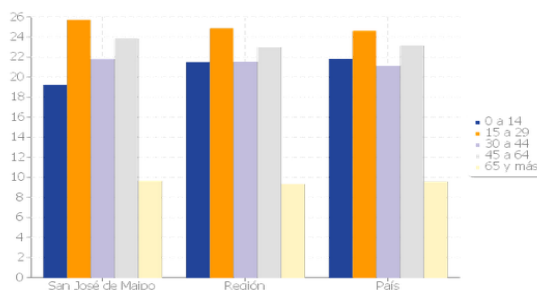
En el rango de 15 a 29 años, la comuna contaba con 3.287 habitantes en el año 2002, cifra que en el año 2012 aumentaría, según estimaciones, a 3.711.

En el rango de 30 a 44 años, los habitantes en el 2002 eran 3.333, mientras que según estimaciones esta cifra descendería a 3.145 personas.

En el año 2002, el rango de 45 a 64 años tenía a 2.334 personas, mientras que según estimaciones ésta cifra aumentaría a 3.437 personas.

En cuanto al rango de 65 años y más, en el año 2002 se registraban 1.131 personas mientras que en año 2012, según las estimaciones, esta cifra sería de 1.389 (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2013).

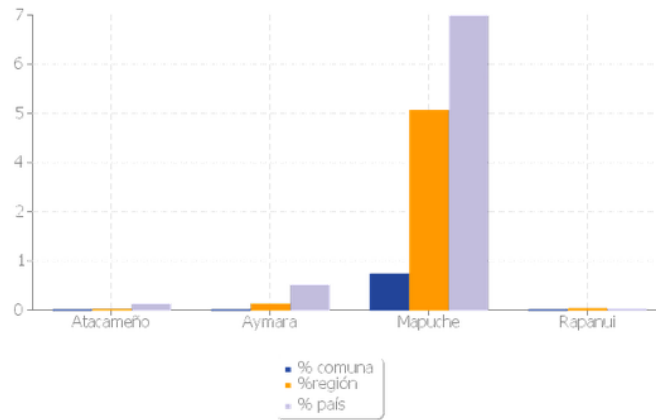
Gráfico 1.3: Población por grandes grupos de edad



Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, en base a información del INE.

Los antecedentes por etnia declarada en la comuna de San José de Maipo son los siguientes: en el año 2003, 2006, 2009 y 2011 no se declararon personas como Atacameños. Lo mismo sucedió con la etnia Aimara. Con respecto a la etnia Mapuche, en el año 2003 se declararon 960, en el año 2006 fueron 170, en el año 2009 fueron 344 y en el año 2011 fueron 118. En cuanto a la etnia Rapanui, en el año 2003 fueron 12 las personas que se declararon como tal, en el año 2006 fueron 0, en el año 2009 fueron 24 y en el año 2011 fueron 0 (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2013).

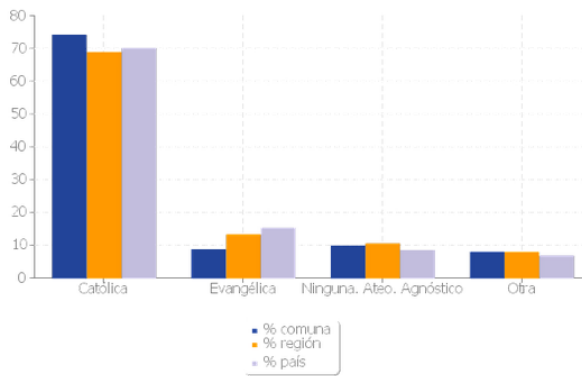
Gráfico 1.4: Población por etnia declarada



Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, en base a información del INE.

Con respecto a la población según religión declarada, en el año 2002 se declararon 7.460 personas como católicas, 858 como evangélicas, 977 como de ninguna religión, ateos o agnósticos, mientras que 790 se declararon de otra religión.

Gráfico 1.5: Población por religión declarada

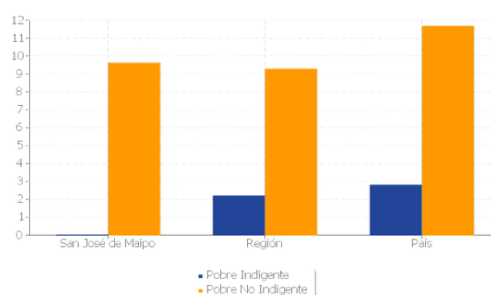


Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, en base a información del INE.

1.1.8 Indicadores sociales

Según la distribución de la población según condición de pobreza, en el año 2003 existía 378 personas pobres indigentes, en el año 2006 la cifra era de 489, en el 2009 era de 650 mientras que en el año 2011 la cifra era de 0. Con respecto a la población pobre no indigente, en el año 2003 la cifra era de 1.891, en el año 2006 era de 1.008, en el 2009 era de 1.068 y en el año 2011 era de 1.330. Con respecto a la población no pobre las cifras son, para el 2003 la población era de 11.500, en el 2006 era de 11.963, en el año 2009 era de 12.608 y en el año 2011 la cifra era de 12.512 (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2013).

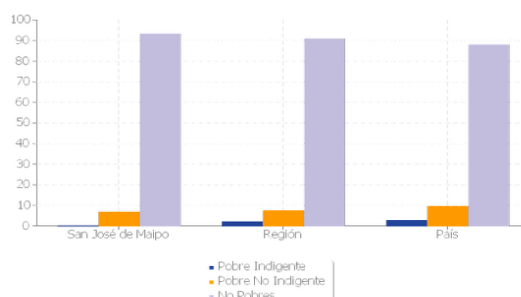
Gráfico 1.6: Distribución de la población según condición de pobreza



Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, en base a información del Encuesta CASEN, Ministerio de Desarrollo Social.

En cuanto a la distribución de los hogares en condición de pobreza, en el año 2003 las personas pobres indigentes eran 111, en el año 2006 eran 114, en el 2009 la cifra era de 150 mientras que en el año 2011 eran 0. Con respecto a las personas pobres no indigentes, en el año 2003 había 364, en el año 2006 eran 239, en el año 2009 eran 248 mientras que en el año 2011 la cifra era de 308. Las personas no pobres en el año 2003 eran 3.368, en el 2006 eran 3.399, en el 2009 eran 3.489 y en el 2011 eran 4.272 (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2013).

Gráfico 1.7: Distribución de los hogares según condición de pobreza



Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, en base a información del Encuesta CASEN, Ministerio de Desarrollo Social.

La tasa de analfabetismo para el año 2000 era de 5.1%, cifra que desciende en el año 2003 a un 2.8%. En el año 2006 la cifra asciende a 4.6%.

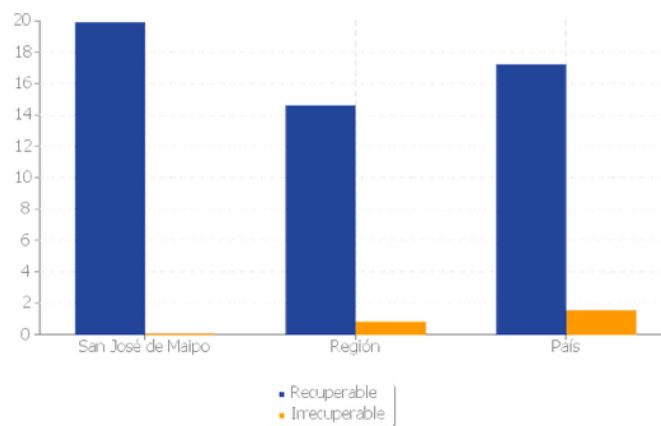
Gráfico 1.8: Tasa de analfabetismo



Fuente: Encuesta CASEN, Ministerio de Planificación, 2006.

Los porcentajes con respecto a la calidad de la vivienda en el año 2011 eran de 80.2% como aceptable y 19.9% como recuperable.

Gráfico 1.9: Calidad de la vivienda



Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, en base a información de la Encuesta CASEN, Ministerio de Desarrollo Social.

El número de organizaciones sociales y comunitarias en el año 2011 era el siguiente: Clubes deportivos 32, Centros de Madres 9, Centros u Organizaciones de Adulto Mayor 15, Centros de Padres y Apoderados 22, Juntas de Vecinos 28, Uniones Comunales 3 y otras Organizaciones Comunitarias Funcionales 278. El total era de 387 para ese año (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2013).

Según estadísticas de la Subcomisaría de Carabineros ubicada en el Sector de San José de Maipo, el mayor número de denuncias realizadas en el año 2013 fue por Amenazas simples contra

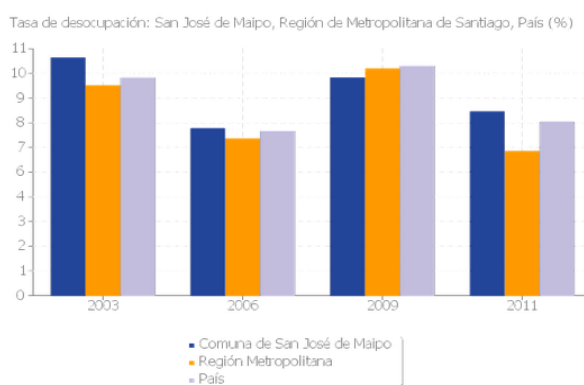
personas y propiedades (art. 296). En segundo lugar se encuentran las denuncias por Robo en lugar habitado o destinado a la habitación. En tercer lugar se encuentran las denuncias realizadas por Violencia intrafamiliar a mujer (Lesiones psicológicas). Con respecto al número de detenciones, el mayor porcentaje lo tienen las Amenazas simples contra personas (art. 296).

1.1.9 Indicadores económicos

Con relación a la población según fuerza de trabajo en el año 2011, las personas ocupadas eran 6.444, los desocupados eran 575, mientras que las personas inactivas eran 3.987.

Con respecto a la tasa de ocupación el mismo año, esta era de 58.6%, la tasa de desocupación era de 8.2% y la tasa de participación era de 63.8% (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2013).

Gráfico 1.10: Tasa de desocupación



Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, en base a información del Encuesta CASEN, Ministerio de Desarrollo Social.

Según el Servicio de Impuestos Internos (SII), el número de empresas dependiendo de su tamaño en el año 2011, la comuna contaba con 1 empresa grande, 8 empresas medianas, 572 microempresas y 99 pequeñas empresas (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2013).

Con respecto al número de empresas por rama de actividad para los años 2007, 2009 y 2011, las cifras son las siguientes:

Tabla 1.1: Empresas por rama de actividad

Origen	Comuna		
	2007	2009	2011
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	41	38	35
Pesca	0	0	0
Explotaciones de Minas y Canteras	22	21	19
Industrias manufactureras no metálicas	42	43	53
Industrias manufactureras metálicas	12	15	16
Suministro de electricidad, gas y agua	5	5	4
Construcción	27	28	32
Comercio al por mayor y menor, repuestos, vehículos, automotores/enseres domésticos	295	292	305
Hoteles y restaurantes	84	87	99
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	64	70	67
Intermediación financiera	8	15	20
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	59	69	84
Adm. pública y defensa, planes de seg. social afiliación obligatoria	1	1	1
Enseñanza	7	8	9
Servicios sociales y de salud	3	4	4
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	43	31	34
Consejo de administración de edificios	0	0	0
Organizaciones y órganos extraterritoriales	0	0	0
Sin información	0	0	0
total	713	727	782

Fuente: Servicio de Impuestos Internos (SII)

Con respecto a la superficie de explotaciones silvoagropecuarias 2007 (Has.) y en base a información del Censo Agropecuario 2007, la superficie agropecuaria en la comuna era de 450.869,6, mientras que la superficie forestal era de 8.848,2, con una superficie total de 459.717,8 (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2013).

En cuanto al porcentaje de superficie de explotación silvoagropecuaria 2007, y en base a información del Censo Agropecuario 2007, el porcentaje de superficie agropecuaria era de 98.1%, mientras que la superficie forestal era de 1.9% (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2013).

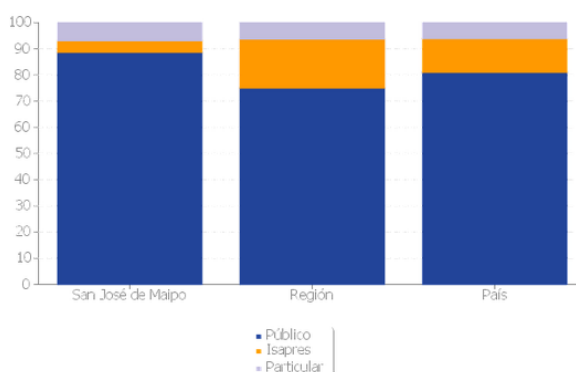
1.1.10 Indicadores de salud

Con respecto al número de establecimientos de salud en la comuna de San José de Maipo, existe 1 hospital, 3 postas rurales y ningún centro de salud ambulatorio.

La población inscrita en servicios de salud municipal es 8.722 (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2013).

Con respecto a la distribución de la población en sistema previsional, en el año 2011 un 88.7% pertenecía a sistema previsional público, un 4.5% a isapres y un 6.8% a particulares (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2013).

Gráfico 1.11: Población según sistema de salud



Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, en base a información del Encuesta CASEN, Ministerio de Desarrollo Social.

1.1.11 Indicadores de educación

La cantidad de establecimientos educacionales en la comuna en el año 2011 era de 15, de los cuales 10 correspondían a establecimientos de corporaciones municipales, 0 de tipo municipal, 4 particulares subvencionados, 1 particular pagado y 0 establecimientos pertenecientes a corporaciones privadas (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2013).

En cuanto al nivel educacional de la población, para el año 2011 había un porcentaje de 1.6% de personas sin educación, 10.2% con básica incompleta, 19.4% con básica completa, 22.1% con media incompleta, 18.9% con media completa, 18.9% con superior incompleta y 9% con superior completa (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2013).

CAPÍTULO II: TURISMO ESPIRITUAL

2.1 Conceptos

Para el desarrollo de este trabajo se revisarán algunos conceptos relacionados al tema, con el fin de que el lector comprenda en su totalidad el contenido del mismo.

2.1.1 El Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo, este se define como:

“las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”.

El turismo se ha realizado por décadas, pues el ser humano, dotado del sentido de la sobrevivencia y también de su curiosidad, se ha movido alrededor del mundo. Según algunos autores, no es sino hasta el desarrollo de los medios de transporte y comunicación cuando el turismo comienza a cobrar mayor importancia. La primera referencia bibliográfica de turismo en la historia de la humanidad es la que se encuentra en la biblia con la palabra *tör* que significa viajes de exploración, reconocimiento y vanguardia.

Hoy en día, el turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos que crece con mayor rapidez en el mundo entero, igualando e incluso superando el volumen de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. Según la OMT, la contribución del turismo a la actividad económica se estima en cerca del 5%, con un crecimiento en relación a la llegada de turistas internacionales a ritmo anual del 6.2% entre los años 1950 y 2011, pasando de 25 millones a 980 millones. Esto ha significado que muchos países en desarrollo y con recursos turísticos potenciales vean en esta actividad una oportunidad para potenciar el desarrollo en áreas marginales.

Según estimaciones del Consejo Mundial de Viajes y Turismo, esta actividad emplea a uno de cada diez trabajadores en el mundo, convirtiéndolo así en el mayor empleador a escala mundial. La OMT estima que la contribución del turismo al empleo es entre el 6% y 7% del número total de empleos en todo el mundo, incluyendo directos e indirectos.

2.1.1.1. El Turismo y la superación de la pobreza

El turismo se ha convertido no sólo en un aporte para la economía de los países sino también en un aporte para la superación de la pobreza. Según un informe relacionado a la competitividad sobre viajes y turismo realizado por el Foro Económico Mundial (FEM), este sector genera la mayoría de los nuevos puestos de trabajo en los países en desarrollo.

Para un tercio de estos países el turismo ya es la fuente de ingreso principal así como también la principal fuente de divisas extranjeras en 46 de los 49 países menos adelantados, además de ser el primero, segundo o tercer sector de la economía más importante entre los 50 países más pobres del mundo (Weinz y Bolwell, 2009).

Hoy en día es evidente la relación entre turismo y pobreza. Por la misma razón, distintos organismos públicos a nivel mundial se han hecho partícipes en la creación de instancias para hacer del turismo una herramienta útil en el combate contra la pobreza en el mundo. Ejemplo de esto es el programa ST-EP (Turismo sostenible-Eliminación de la Pobreza) de la OMT, programa que trabaja en acciones para promover el turismo sostenible o sustentable y que específicamente atenúen la pobreza, trayendo consigo progreso y empleos a personas que viven con menos de 1 dólar al día. Otro claro ejemplo es el trabajo que realiza la OIT. Esta interviene de manera activa en distintos proyectos de turismo en comunidades rurales en 14 países de América Latina, además de tener un sitio web sobre cuestiones de turismo relacionadas al trabajo y al dialogo social, promoviendo estudios y proyectos de turismo a favor de los pobres en África (Weinz y Bolwell, 2009).

2.1.1.2 Modalidades en el turismo

Es posible destacar dos grandes modalidades turísticas: El turismo tradicional y el turismo alternativo. El primero se caracteriza por ser un turismo masivo y en espacios de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento. Aquí es posible encontrar las siguientes categorías: relacionadas con sol y playa, actividades culturales en grandes ciudades y otras actividades de esparcimiento en lugares con lujosa infraestructura. En el segundo es posible mencionar que el turista realiza el viaje con la intención de participar en actividades de tipo recreativas, en constante contacto con la naturaleza y expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas. En este caso se tienen las siguientes categorías: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural (Ibañez y Rodríguez V, 2013).

En el siguiente recuadro se observan las modalidades, categorías y actividades turísticas:

Tabla 2.1: Modalidades, categorías y actividades turísticas

Modalidad turística	Categoría	Actividad
Turismo tradicional	Relacionadas con sol y playa	Visitas aglomeradas en playas Esquí, paseos en moto y actividades acuáticas en complejos turísticos
	Actividades culturales en grandes ciudades	Visitas a sitios históricos en grandes en grandes ciudades Visitas a eventos musicales, concursos o ferias en grandes ciudades
	Otras actividades de esparcimiento en lugares con lujosa infraestructura	Disfrute y visitas a restaurantes lujosos y discotecas y casinos anexos Entre otras
Turismo alternativo	Ecoturismo	Talleres de educación ambiental Senderismo interpretativo Observación sideral Rescate de flora y fauna Observación de flora y fauna Observación de ecosistemas Observación geológica Observación de atractivos naturales
	Turismo de aventura	Montañismo Rappel Cabalgata Escalada Espeleísmo Ciclismo de montaña Caminata
	Turismo rural	Talleres artesanales Etnoturismo Ecoarqueología Agroturismo Preparación y uso de medina tradicional Talleres y disfrute gastronómico Fotografía rural Aprendizaje de dialectos Vivencias místicas

Fuente: Tipología y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo, Reyna Ibáñez e Ismael Rodríguez Villalobos.

Como se aprecia en el recuadro anterior en la tipología de turismo alternativo, es en la categoría de turismo rural donde tenemos el primer acercamiento con el turismo espiritual, con actividades de “vivencias místicas”.

A continuación, se revisará el concepto de “espiritualidad”, término que tendrá mucha relevancia en el desarrollo del presente trabajo.

2.1.2 La Espiritualidad

Turismo y Espiritualidad han estado unidos por cientos de años, tal como se revisó en la definición anterior en donde la palabra *tôr* que aparece en la biblia hace alusión a los viajes de exploración, reconocimiento y vanguardia.

El término “espiritualidad” suele ser un tanto difícil de explicar, pues siempre dependerá del contexto, de la persona o de la intención de que provenga. La primera relación con el término que se viene a la cabeza normalmente es el de religión. Para los cristianos el término “espiritualidad” alude a la parte de la teología que estudia el dinamismo que produce el espíritu en la vida del alma: cómo nace, crece, se desarrolla, hasta alcanzar la santidad a la que Dios llama desde toda la eternidad, buscando una doctrina teológica y vivencia cristiana, ambas fuertemente arraigadas (Riveros, 2013). A esta definición se puede agregar que las religiones en general son el medio para acercar a las personas a la divinidad, a Dios, o al menos eso es lo que se intenta. El problema surge cuando las religiones se tornan absolutistas, es decir, se vuelven el fin y no el medio para llegar al estado espiritual. Puede ser esta razón una de tantas por las que la disconformidad con las religiones en general ha aumentado considerablemente durante los últimos años.

El poeta, ensayista, escritor y pensador espiritual italiano Pietro Grieco le da una explicación más holística al término: La espiritualidad es “la expresión de la esencia del ser, la cual es la sustancia de la vida y se manifiesta en energía, cualidades y valores. Energía como fortaleza vital, mental, física, dinámica, equilibrio y dominio propio. Cualidades como la belleza, la bondad, la honradez y la compasión. Valores como la dignidad, la verdad, el coraje, la justicia y la paz.” En esta definición se observa un enfoque más humano que divino, es decir, centrándose en el ser humano más que en una entidad divina, como Dios, por ejemplo. Grieco alude a un trabajo interno del ser humano de expresión del verdadero ser, aquel que existe fuera de lo que la sociedad ha moldeado. Esto tiene mucho que ver con un movimiento que ya lleva bastantes años en el colectivo humano, “el new age” o “nueva era”.

Este movimiento ha incluido muchas disciplinas, técnicas y pensamientos que trabajan con el ser interno, con el verdadero “yo”, con la verdadera naturaleza humana. Es posible mencionar los retiros espirituales que se realizan en muchos lugares del mundo, la meditación, el reiki, distintas medicinas naturales, muchas de las cuales ocupaban tribus e indígenas hace miles de años, y en general, distintas disciplinas que buscan el autoconocimiento del ser humano. De este tema se hablará más adelante.

Para el estadounidense David Molineaux, Master en Teología, los humanos tenemos la necesidad vital de una espiritualidad que emerge desde nuestras raíces genéticas, una espiritualidad que es tan profunda como los anhelos que impulsan el despliegue evolucionario cósmico y terrestre. Entonces, la espiritualidad es aquel aspecto de nuestra existencia que explora las energías que nos rodean y que nos atraviesan, revelándonos las profundas conexiones entre todas las cosas.

Para Molineaux, la espiritualidad no es un fenómeno meramente humano, sino una característica esencial de todos los seres en el universo, desde un átomo a un alerce o a una galaxia. Esto suele chocar con el pensamiento occidental moderno, pues una de las creencias actuales es que sólo el ser humano tiene consciencia y sentir, y por ende espiritualidad (Molineaux, 2004). Este autor cree que este pensamiento refleja el dualismo heredado de alguna de las vertientes de la tradición intelectual occidental, como lo es el cartesianismo, en donde se postula que sólo la mente humana es consciente y que el mundo de la naturaleza obedece a leyes estrictamente mecánicas.

Otra definición que se puede revisar es la que da la Real Academia Española, RAE, sobre el término “vida espiritual”. Según ésta, se define como “el modo de vivir arreglado a los ejercicios de perfección y aprovechamiento en el espíritu”. En esta definición también es posible observar un trabajo más interno que externo con respecto a la espiritualidad.

Como se ha visto en estas diferentes definiciones del término “espiritualidad”, en general, el concepto hace referencia a un conocimiento interno, no sólo del propio ser humano sino también de su entorno, de quienes lo rodean, de su hábitat, es decir, de prácticamente todo. Algunos autores hablan de la experiencia como parte crucial de la espiritualidad. En este sentido, la espiritualidad del ser humano estaría muy ligada a sus experiencias, a sus vivencias, a los sentimientos, es decir, a lo que realmente es posible experimentar, en relación, por supuesto, a todo lo que le rodea.

Ahora, con dos definiciones mucho más claras, turismo y espiritualidad, se revisará el siguiente concepto, el que resulta de la unión o combinación de lo que ya se vio, esto es el Turismo Espiritual.

2.1.3 El Turismo Espiritual

Suele pasar que cuando el ser humano moderno necesita claridad, paz o tranquilidad, recurre a lugares naturales, como una montaña, un río o un bosque. En estos lugares el individuo busca el silencio y la calma interior con la esperanza de encontrar respuestas a sus preguntas o la calma a sus tormentos. Según el autor y Master en Teología David Molineaux, esto lo hacemos instintivamente, pues sabemos en lo más profundo de nuestro ser que es en estos lugares donde existe una espiritualidad activa, la cual está ligada a nuestras propias energías.

Hoy en día existe una gran cantidad de personas que buscan este tipo de lugares para volver a la tranquilidad, para “cargar energías”, para poder continuar con una vida llena de estrés, monotonía y estructuras impuestas por la sociedad moderna. Las personas necesitan mirarse y escucharse a sí mismas, y sus vidas cotidianas generalmente no se los permiten.

Hace ya un largo rato, el turista pasó de pasivo a activo, es decir, de solamente contemplar el lugar visitado a ser un participante activo de las actividades que allí se puedan realizar. Ahora es la experiencia la que juega un papel primordial en la opinión que el turista forme del destino visitado y de las actividades que realizó. Este último punto es muy importante en el desarrollo de

actividades turísticas espirituales, pues en este tipo de turismo lo que busca el turista es precisamente eso, la experiencia, es ese “algo más”, que no se encuentra en cualquier lugar.

El turismo espiritual es aquel donde el turista busca en sus viajes o desplazamientos además del aspecto de recreo, placer o cultural, conectar su mente y espíritu a través de la práctica de rituales de carácter místico (Martínez Cárdena, 2009). Algunos autores también lo llaman “turismo esotérico”, “turismo místico”, “turismo chamanístico” e incluso “turismo reflexivo”. Según los tipos de turismo que se revisaron con anterioridad, este concepto entraría en la categoría de “turismo rural”, el cual se desprende de la modalidad “turismo alternativo”. Según SECTUR, el turismo alternativo tiene como propósito realizar actividades recreativas que se encuentran en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales, con el fin de que el viajero conozca, disfrute, respete, participe y se comprometa en la conservación de los recursos naturales y culturales (Domínguez Estarda, s.f). El turismo espiritual también podría incluirse en la categoría de “turismo de intereses especiales”, pues hace referencia, según la Organización Mundial de Turismo, a “una amplia categoría de turismo basado en intereses concretos que incluye naturaleza, cultura, historia y otros campos de índole diversa ofrecidos en un entorno local”.

Algunos suelen confundir el turismo espiritual con el turismo religioso. En esto hay que ser cauteloso, pues son dos conceptos diferentes. Hablar de turismo religioso es hablar de los desplazamientos que realizan las personas de un sitio a otro con la finalidad de adentrarse en un lugar considerado sagrado. Su principal y peculiar característica es el hecho de pretender lograr alcanzar una cercanía del visitante con una divinidad que considera no puede ser alcanzada en cualquier sitio distinto al santuario.

Dentro de las actividades que se realizan están las peregrinaciones, viajes misioneros, ocio, convenciones, retiros, visitas y estancias en monasterios y campamentos de fe. Una de los lugares con mayores visitas en el mundo por este tipo de turismo es Arabia Saudita, en la ciudad santa de La Meca.

En Chile también es posible observar el turismo religioso. Así lo demuestran los cerca de 150 mil peregrinos provenientes de todas partes de Chile y también del exterior que visitan Andacollo en la Región de Coquimbo, debido a la Basílica o Templo Nuevo de la Iglesia Católica, declarado Monumento Nacional, situado en el centro de la ciudad y observable desde cualquier punto debido a su altura.

En este punto, en que ya se han revisado conceptos como el turismo y la espiritualidad, además de las diferencias entre el turismo religioso y el turismo espiritual, se dará paso a un concepto que mantiene una estrecha relación con el turismo espiritual: El New Age.

2.1.4 El Movimiento New Age

Este movimiento guarda mucha relación con la aparición del turismo espiritual. El New Age corresponde ante todo a una subcultura del bienestar y del desarrollo personal y espiritual por medios diferentes de los que ofrecen la medicina y la religión cristiana (Delumeau, 1997).

Este movimiento, en español llamado Nueva Era, tiene sus orígenes a mediados del siglo XIX con la fundación de la Sociedad Teosófica. En su mayoría la conformaban masones, aunque también tenía la presencia de espiritistas, como lo fue Helena Blavatsky.

Los objetivos de esta sociedad eran principalmente tres:

- Buscar una fraternidad entre la humanidad donde no existieran diferencia alguna, principalmente en razas y creencias,
- El estudio y la investigación sin límites morales o teológicos de la filosofía, la ciencia, la religión, las leyes de la naturaleza, e
- Incentivar la emancipación de la mujer.

De esta sociedad destaca la participación de Alice Anne Bailey (1880-1849) quien posteriormente funda la “Escuela Arcana”, con muchos de los lineamientos de la Sociedad Teosófica. El uso del término New Age se le atribuye a ella.

Uno de los libros más importantes para este movimiento es el de Marilyn Ferguson (1938-2008), “La conspiración de Acuario”, en donde se pone de manifiesto una nueva era para la humanidad basada en la fraternidad y solidaridad. Todo esto por el término de la Era de Piscis y el comienzo de la Era de Acuario, esotéricamente hablando.

Muchos conceptos paralelos forman parte del movimiento New Age, como lo son el karma, la energía universal y el concepto de dios, por ejemplo. Este último tiene tres maneras de interpretación, la atea, la energética y la politeísta. El primer concepto hace referencia a la inexistencia de un dios y se pone mayor atención en la evolución del ser humano. En segundo lugar, se habla de dios como la energía que hay dentro de cada individuo en el universo. Finalmente, dios se manifestaría no solo en un personaje, sino que en muchos, antiguos y nuevos, incluso paganos (Castillo González, 2012).

Algunas de las prácticas de los seguidores de este movimiento son:

- El empleo de diversas técnicas nuevas y tradicionales como medio de transformación personal: yoga, meditación, canalización, consultas astrológicas, consultas de tarot, etc.
- El empleo de un sinnúmero de disciplinas de sanación alternativas, incluyendo algunas de origen oriental: alimentación natural, centralización, proyección astral, visualización guiada, iridiología, reflexología, gemoterapia, cromoterapia, renacimiento, shiatzu, sanación con poder de pirámides, cristaloterapia, etc.

- El empleo de diversas técnicas psicoterapéuticas no psicoanalíticas derivadas del movimiento del potencial humano.
- La adhesión a movimientos sociales internacionales no partidarios como el feminismo, la ecología, el pacifismo, la comida saludable, los recursos renovables y la tecnología a escala humana (Carozzi, s.f.).

Actualmente, gran parte del mercado consumidor de productos y servicios del turismo espiritual forman parte de este movimiento. Distintos lugares con ofertas turísticas espirituales, como centros turísticos, spa o comunidades ecológicas, realizan actividades, tales como meditación, reiki, yoga, comida vegetariana, etc., muchos enfocándose al turista perteneciente al movimiento New Age. De hecho, se podría clasificar al turismo espiritual dentro de las actividades realizadas por los seguidores de este movimiento.

Una característica bastante común de quienes se han adherido al movimiento del New Age es el cuidado y respeto por el medioambiente. Algunos autores investigadores del tema espiritual están convencidos de que todo lo que conocemos posee un espíritu, es decir, está vivo, por lo que merece un cuidado y respeto adecuado. Es aquí donde se puede observar una clara conexión entre todos los conceptos que se han revisado y el turismo sustentable. Es por eso que este concepto se incluirá a continuación, para complementar todo el material revisado.

2.1.5 El Turismo Sustentable

Los principios de la sustentabilidad se refieren a aspectos económicos, medioambientales y socioculturales, existiendo una estrecha relación entre estos con el fin de garantizar sustentabilidad a largo plazo. El desarrollo del turismo espiritual tiene un estrecho vínculo con el desarrollo del turismo sustentable, pues sigue, de alguna manera, los tres principios de la sustentabilidad, el respeto por el recurso medioambiental, sociocultural y económico de los lugares intervenidos.

Entonces, dicho de una manera sencilla, el turismo sustentable es “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (Organización Mundial de Turismo, 2013).

En este sentido, el desarrollo del turismo debe preocuparse por la economía del lugar intervenido relacionando a todos los agentes involucrados, en cuanto a beneficios económicos y calidad del empleo, reduciendo en mejor medida la pobreza. También se debe velar por el uso adecuado del medioambiente del lugar, dando un uso óptimo a los recursos naturales, los procesos ecológicos y la diversidad ecológica. Finalmente, es necesario y muy importante el respeto a la comunidad anfitriona, otorgándole valor a sus costumbres, a sus creencias, a su arquitectura y, en general, a sus formas de vida.

2.1.5.1 El Turismo Sustentable en Chile

Chile es un país con una cantidad de recursos naturales innumerables, con una variedad de climas que hacen que existan dentro del mismo territorio nacional desiertos, bosques, montañas, cordilleras, volcanes, lagos, playa, glaciares, etc. Hay que recordar que el aporte del sector turístico al PIB nacional llega al 3.23%, además de 135.436 empleos directos y formales a nivel nacional y más de 2.700.000 de turistas internacionales al año. Chile cuenta con 1.226 Monumentos Nacionales declarados desde 1925 y 5 sitios declarados Patrimonio de la Humanidad (Sernatur, 2013). Por esta razón es que una política acerca del turismo sustentable en Chile es absolutamente necesaria, salvaguardando no sólo el recurso natural sino también el cultural. En este sentido, Sernatur ha trabajado por el crecimiento de la actividad turística en el país, dentro de un marco sustentable. En el año 2010 se creó la Sub-Unidad de Sustentabilidad dentro de la Unidad de Territorio y Medio Ambiente (Subdirección de Estudios), instancia en la que se elaboran una serie de manuales de buenas prácticas llamado “Chile por un turismo sustentable”, divididos en distintos sectores: sector turístico, servicios de alojamiento, tour operadores, municipalidades, servicios de alimentación, congresos-ferias y eventos, próximamente se publicará el último manual de la serie “Servicios de transporte” (Sernatur, 2013).

En abril de este año se conforma la “Mesa Nacional de Sustentabilidad Turística”, con el fin de promover el desarrollo turístico sustentable en Chile concordando líneas estratégicas de acción, en base a las políticas de Estado en la materia. Esta entidad junto a SERNATUR lanza el sistema de “Distinción de Turismo Sustentable” y se otorga la distinción a los primeros seis Servicios de Alojamiento Turístico de Chile.

2.1.6 A modo de conclusión

El turismo se ha convertido en una actividad propia del ser humano, inherente a este, realizada con distintos motivos y en distintos contextos. Ya se mencionó la referencia bibliográfica de turismo en la biblia, es decir, hace más de 2000 años, con sociedades completamente distinta a las que hoy se conocen pero que sin embargo realizaban actividades que hasta el día de hoy se hacen, como la actividad turística. Es importante recalcar la importancia que ha ido asumiendo esta actividad a nivel mundial, lo que se refleja en su aporte al combate contra la pobreza, por dar un ejemplo, siendo en muchos países el motor principal de subsistencia y desarrollo económico. De ahí su importancia a nivel mundial.

El turismo ha ido evolucionando de la mano con el ser humano, por supuesto. Los intereses de las personas han ido cambiando, para mejor o peor, con el pasar de los años. Es así como surgen distintos movimientos en los que el ser humano intenta conectarse con su interior, conocerse así mismo, con el fin, también, de conocer a su entorno. Todo esto en medio de distintos cambios sociales, cambios de paradigmas y mucha confusión. El movimiento New Age puede ser solo uno

de tantos que han surgido en estos últimos años, pero sin embargo ha sido acogido de una manera diferente. Si bien es cierto, mucha de la oferta New Age es solo un producto comercial que se vende y con lo cual se lucra, muchas personas han encontrado en él un estilo de vida que les acomoda y que les da mucho más sentido que cualquier otra cosa experimentada. Es por esta razón que el turismo acoge en algún momento esta necesidad del ser humano por conocerse mediante diversas técnicas, muchas de ellas provenientes de oriente, y la combina con los desplazamientos geográficos. Una estrategia que ha dado buenos resultados hasta el momento.

Hoy en día quienes trabajan en el sector de turismo saben que el turista es más exigente que hace 10 años. Un factor importante a la hora de ofrecer un servicio turístico es preocuparse de la experiencia que tendrá el turista, pues de esto dependerá en gran medida el si vuelve o no. En el caso del turismo espiritual, la experiencia lo es todo, pues es eso básicamente lo que busca la persona, una experiencia que lo acerque al conocimiento, de sí mismo y de quienes lo rodean, que en definitiva, son parte de su mundo, parte de él mismo. Acá surge no solamente la preocupación por el individuo mismo, sino también por su entorno, el medioambiente, la naturaleza animal. He aquí una clara conexión entre el desarrollo del turismo espiritual y el turismo sustentable, muy en boga durante estos últimos años. Y esta conexión es necesaria, pues si no se complementa la actividad turística con el aspecto sustentable, los factores en contra son mayores a los que se tendrán a favor. Es necesario recordar que los pilares de la sustentabilidad son el medioambiente, lo sociocultural y lo económico, es decir todo el contexto en el cual se involucra la actividad turística.

Lamentablemente hoy en día este tipo de turismo no ha generado bibliografía suficiente, lo que complica al investigador a la hora de buscar la información para comprender un poco más de este hecho social, y a las personas que trabajan en este rubro. He aquí, también, la importancia del presente trabajo.

2.2 Antecedentes generales de la Industria Espiritual

2.2.1 Orígenes

El tema espiritual, como ya se comentó algunas páginas atrás, se inicia a mediados del siglo XIX, con la aparición de distintos movimientos que agrupaban varias disciplinas, como la brujería, el tarot, las regresiones a vidas pasadas y la medicina alternativa, entre otras. Muchas de estas disciplinas parecieron encontrar, después de mucho tiempo de juicios, un espacio en donde se les reconociera de una manera positiva y útil por las personas.

Es posible reconocer en la literatura los inicios del tema ligados a “espiritualidad” y “autoayuda”, en donde distintos autores exponían sus tesis, experiencias y juicios. Algunos de los autores que a la fecha se han hecho de un prestigio gracias a la publicación de libros de este tipo son Brian Weiss, Rhonda Byrne, Deepak Chopra e Isha, entre otros.

Brian Weiss actualmente es el principal experto estadounidense en la terapia de regresión a vidas anteriores. Es autor de numerosos libros y súper ventas como *Muchas vidas, muchos maestros*, *Lazos de Amor*, *Meditación*, *Los mensajes de los sabios*, *Sólo el amor es real* y *A través del tiempo* (Weiss, 2012).

Gracias a “El Secreto”, Rhonda Byrne se hizo un nombre en el mundo del New Age. Como guionista y productora austriaca nadie podría haber presagiado el éxito que esta mujer alcanzaría con este libro y posterior película (*El Secreto*). El principal argumento del libro es que el universo responde a frecuencias positivas de deseo y lo satisface respondiendo a una ley de atracción que hace que el universo “oiga” los poderosos llamados de los anhelos de cada individuo, y responda positivamente a ellos (Emprendedores exitosos, 2013).

Deepak Chopra es Licenciado en Medicina del All India Institute of Medical Sciences y se especializa en la Técnica de Meditación Trascendental y practica la medicina alternativa. Es fundador y director del Centro Chopra para el Bienestar y el Instituto Médico Mente – Cuerpo, ambos en California (Lecturalia, 2013).

Jennifer Lee Duprei, más conocida como Isha, nombre con el que ha sido conocida a nivel mundial, crea un método para la expansión de la conciencia, vale decir técnicas individuales que permiten transformar la energía negativa en positiva y que fortalecen el cuerpo y el espíritu, a partir de ciertas experiencias traumáticas en su vida. Esta escritora ha realizado reiteradas visitas a Chile en donde se estima que cerca de siete mil personas practican el sistema (Economía y Negocios, 2013).

Chile, no se queda atrás en cuanto a autores. Es posible mencionar a Lita Donoso y Fresia Castro, dos mujeres que han trabajado con métodos de expansión de la conciencia y autosanación muy parecidos. Lita Donoso es chilena psicóloga clínica de la Universidad de Chile, con veinticinco años de experiencia como terapeuta. Hoy se dedica exclusivamente a la enseñanza de la autosanación. Es la creadora y maestra del Método Alkymia, aplicación práctica para la cura del

Es la creadora y maestra del Método Alkymia, aplicación práctica para la cura del cuerpo y mente del centro pineal-pituitaria o glándula pineal, actividad que la ha convertido en una viajera frecuente a través del mundo, impartiendo cursos en México, España, Venezuela, Argentina y Portugal, países en donde se convertido en uno de los nuevos nombres de la autoayuda (Donoso, 2010).

Fresia Castro por su parte es periodista, escritora y tiene un máster en artes. Es Presidenta de CyclopeaWorldwide, organización dedicada a la enseñanza de técnicas que contribuyen a la auto-maestría de las personas. Se especializó en el periodismo científico, desde donde ha aportado una visión unificadora en el campo de la ciencia y el espíritu, uniendo conceptos de ciencia con la sabiduría ancestral, la cual se encuentra presente en la mayoría de los grandes movimientos espirituales. Es la creadora del Método Cyclopea de activación interna de la glándula pineal, técnica creativa que ha permitido a miles de personas alrededor del mundo activar definitivamente su Glándula Pineal, despertando la memoria de origen llevando al Ser a un mayor potencial de sus capacidades. Este trabajo se resume en el libro, “El Cielo está Abierto” (Que de libros, 2013).

2.2.2 Evolución de la actividad

Los libros fueron solo el comienzo de todo este movimiento. Con el paso del tiempo, la oferta espiritual se ha ido diversificando, entregando al público una gran cantidad de actividades relacionadas al tema. En este sentido, lo que ha llevado la delantera es el yoga. Esta disciplina de origen oriental y milenario puede traducirse literalmente como unidad, unión o subyugación. Hace miles de años distintos sabios de la India descubrieron que las facultades del hombre en todas sus esferas podían ser potenciadas extraordinariamente por medio de un entrenamiento adecuado y acostumbrado de control de la mente, cuerpo, atención, voluntad, emociones y deseos. De aquí el nacimiento de la técnica que ha ido variando con el pasar de los años. Existen distintos tipos de yoga, pero en general, todos combinan posturas, movimientos y respiraciones, finalizando cada sesión con meditación (Uaeyoga, 2013).

Con el tiempo se han ido sumando muchas otras disciplinas tales como el reiki, la acupuntura, el biomagnetismo, los retiros espirituales, el uso de medicina alternativa, distintos métodos de autosanación y expansión de la conciencia, entre muchos otros.

2.2.3 Orígenes en Chile

Según el periodista y terapeuta Eduardo Yentzen, los orígenes de la espiritualidad en Chile comienzan en durante el siglo XX de la mano de Lola Hoffmann. Esta mujer nace en Letonia y desarrolla sus estudios y su trabajo profesional en Alemania. Es allí donde conoce al médico chileno de ascendencia alemana Franz Hoffmann con quien posteriormente llega a Chile. Una vez en el país conoce al poeta Totila Albert quien será la persona que despertará su vocación espiritual. Lola conoce el trabajo de Carl Gustav Jung y viaja a Europa para especializarse en el análisis de sueños. En 1952 vuelve a Chile comprometida con la sanación de almas.

El mismo año Gastón Soubllette, con 25 años, actual filósofo, musicólogo y profesor en Estética de la Universidad Católica de Chile, descubre el pensamiento oriental y los libros del discípulo de Ghandi, Lanza de Vasto, quien posteriormente viene a Chile, momento en el que se crea en Santiago el movimiento “El Arca” de inspiración cristiana-ghandiana, al que se integran desde sus comienzos Gastón y Lola.

En ese año Franz Hoffmann, el esposo de Lola, crea el Centro de Estudios de Antropología Médica de la Universidad de Chile, con el objetivo de dar una formación más integral a los médicos, mediante la psicología, el dibujo, la filosofía y la antropología. En este centro harán docencia Claudio Naranjo y Rolando Toro, este último creador de la psicodanza, la actual biodanza².

Claudio Naranjo, psiquiatra chileno, viaja a California en 1963 y 1967 donde tiene contacto con los más importantes exponentes del movimiento de nueva espiritualidad como el Dr. Leo Seff, Carlos Castaneda; el maestro budista zen Suzuki Roshi; Ida Rolf, Alan Watts, y Fritz Perls. Todos estos conocimientos los comparte en Chile con los primeros grupos de psicoterapia humanista.

En el año 1964 llega desde México José Rafael Estrada, representante de la Gran Fraternidad Universal, organización que imparte los primeros conocimientos de yoga en el país. En el año 1966 viene a Chile Maharishi, creador de la Meditación Trascendental, a lo que se suma la posterior llegada de profesores de Argentina y Alemania para impartir entrenamiento de este tipo de meditación.

Ya en los años 70 las corrientes de psicoterapia humanista comienzan a ganar adeptos. Claudio Naranjo conduce por cerca de un año un grupo de psicoterapia en casa de Lola introduciendo las enseñanzas de la Gestalt³ y el Fischer-Hoffmann⁴, entre otras.

² La biodanza es un sistema de integración humana, renovación orgánica, reeducación afectiva y reaprendizaje de las funciones originarias de vida. Su metodología consiste en inducir vivencias integradoras por medio de la música, del canto, del movimiento y de situaciones de encuentro en grupo. (<http://www.biodanza.org/es/biodanza/definicion-de-biodanza>)

³ La Gestalt (palabra alemana que quiere decir conjunto, configuración, totalidad o "forma") es una escuela de psicología que interpreta los fenómenos como unidades organizadas, estructuradas, más que como agregados de distintos datos sensoriales. (<http://www.personarte.com/gestalt.htm>)

⁴ El proceso se refiere a los cuatro aspectos interactivos del yo: físico, emocional, intelectual y espiritual, y proporciona un modelo dinámico para comprender el comportamiento humano. El objetivo del Proceso Hoffman consiste en lograr una integración armónica de los cuatro aspectos del yo, que tiene como resultado cambios positivos duraderos documentados en los participantes. (<http://www.quadrinity.com/about.php?level=2&page=history&lang=spanish>)

En el año 1971 Lola Hoffmann termina la traducción de I Ching, libro oracular chino cuyos primeros textos se suponen escritos hacia el 1200 a. C, mientras que al año siguiente Rolando Toro ofrecía un curso de psicodanza en el Campus Oriente de la Universidad Católica, dentro del programa del Instituto de Estética.

Cuando ocurre el Golpe Militar en el año 1973 muchos profesionales del campo de la psicoterapia humanista y personas vinculadas a las escuelas de conciencia deben abandonar el país.

A pesar de esto, poco tiempo después empieza a resurgir la corriente de conciencia en Chile. En 1974 Francisco Huneeus funda la editorial Cuatro Vientos, comenzando así la difusión de textos de crecimiento y espiritualidad. En 1976 se publica la traducción del Lola del I Ching.

En 1980 se funda la revista La Bicicleta, que junto a la revista Clan difunde temas de psicología, ecología y espiritualidad. Este año, también, se fundan dos pequeños grupos budistas tibetanos en Chile, el Centro “Karma Chile TeksumCholing” y el Centro Dharmadatu de Santiago.

Un año después se constituye un grupo budista de la tradición Shambala, creada por el lama TrungpaRimpoché, encabezado por Francisco Varela y Leonor Palma, quienes ya se habían iniciado en la meditación de este tipo en EEUU. Emerge también la Astrología en el país de la mano de Elia Parada y Gonzalo Pérez.

Leonor Palma trae de regreso el Rolwing y Lucila Geralnick enseña Gimnasia Conciente, esta última disciplina es creada por InxBayerthal.

Todo este período culmina con el lanzamiento en Chile de la Iniciativa Planetaria para el Mundo que Elegimos, creada en Nueva York en 1981 por cinco organizaciones de carácter mundial: los Ciudadanos Planetarios, la Asociación de Psicología Humanista, la Asociación de Educación Global, el Club de Roma, y la Asociación de Naciones Unidas para Nueva Gales del Sur.

En 1990, poco después del plebiscito, se crea la revista Uno Mismo, muy importante en el desarrollo y concentración de la información relacionada a estos temas (Yentzen, 2004).

Actualmente en Chile podemos encontrar una vasta gama de opciones para realizar en relación a este tipo de terapias. Ya se habló del yoga, quien lidera las actividades de tipo espiritual y de desarrollo personal. A esto es posible sumar el Reiki, la acupuntura, el biomagnetismo, flores de Bach, la regresión a vidas pasadas, talleres de desarrollo personal, la biodanza, la medicina Mapuche, etc.

2.2.3.1 Algunos datos interesantes

En Chile se han formado, desde hace un tiempo a la fecha, distintos lugares de encuentros para aquellos viajeros amantes de las experiencias místicas o espirituales. Ejemplo de esto es el Valle de Elqui, cuenca hidrográfica ubicada en la Región de Coquimbo. Este lugar es conocido por sus vibraciones magnéticas, y su fuerte energía, casi perceptible, lo que ha hecho que gran número de actividades espirituales se realicen en la zona, como retiros espirituales, yoga y meditación. Algunas historias cuentan cómo en la década de los 70 algunos grupos esotéricos anunciaron el nacimiento de un ser especial en la zona. Se dice que en esa época algunos monjes del Tíbet visitaron el lugar por lo que se creyó que el centro energético del Himalaya se trasladaría al Elqui. El Valle posee además gran cantidad de atractivos naturales como lo es su cielo sin contaminación, especial para observaciones astronómicas en los varios observatorios de la zona. Otra particularidad del Valle es ser la cuna de la poetisa chilena Gabriela Mistral y ser productor de pisco.

Otro lugar importante a la hora de hablar de espiritualidad y turismo en Chile es San Pedro de Atacama. Este lugar es una provincia de El Loa en la Región de Antofagasta y se encuentra a 1.670 km al norte de Santiago. Posee un sinnúmero de atractivos naturales, como por ejemplo la Reserva Nacional Los Flamencos, con 74 mil hectáreas y diferentes escenarios naturales. El Valle de la Luna y el Valle de la Muerte son lugares llenos de tranquilidad y cargados de una energía increíble. San Pedro de Atacama guarda una estrecha relación con el turismo espiritual pues es aquí donde varias de las actividades descritas en páginas anteriores tienen lugar. Prueba de esto son las varias empresas que se dedican a realizar reiki, masajes de relajación y sanación, yoga y talleres y seminarios de tipo espiritual, al turista extranjero y chileno.

A pesar de que el Archipiélago de Chiloé es visitado principalmente por su fuerte patrimonio cultural, el desarrollo de actividades ligadas a lo místico, mágico y/o espiritual también tienen cabida. Algunos autores sugieren que este sector, ubicado al sur de Chile, mantiene una conexión innegable con la magia y la espiritualidad, lo que es claramente visible en su cultura marcada fuertemente por lo mitológico y mágico.

A continuación, se detalla la caracterización de la oferta y la demanda espiritual en la comuna de San José de Maipo, con el fin de entender cómo está funcionando la industria espiritual específicamente en este sector, que es el objeto de análisis de este trabajo.

2.3 Caracterización del turismo espiritual en la comuna de San José de Maipo

Para comprender mejor la manera en la que funciona el turismo espiritual en la región, es importante revisar dos puntos esenciales, la oferta y la demanda.

2.3.1 La Oferta Turística Espiritual

En este punto se hará una revisión de la oferta turística espiritual con la que cuenta la comuna de San José de Maipo. Para esto, es recomendable revisar el concepto de “oferta turística”. Según la Organización Mundial de Turismo, esta corresponde al conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas en la experiencia turística (Organización Mundial de Turismo, 1991). Es por esto que la revisión incluirá estos tres puntos: productos, servicios y organizaciones vinculados al turismo espiritual en la comuna.

Tabla 2.2: Productos Turismo Espiritual

NOMBRE	CATEGORÍA	UBICACIÓN	DESCRIPCIÓN
Nauoma	Bazar esotérico	Camino al Volcán 3319, Las Vertientes.	Este bazar esotérico ubicado en la localidad de El Canelo ofrece joyas de cristales de cuarzo, gemas semi-preciosas, lámparas de sal, péndulos radiestésicos, orgones, velas esotéricas y aromáticas, inciensos, sahumerios y palo santo, sales, aceites y jabones, hierbas y gotitas medicinales, almohadas de cuarzos, libros y videos de crecimiento personal, naipes de tarot, figuras de santos, ángeles y budas, móviles de geometría sagrada, de gemas semi-preciosas y Feng Shui.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2.3: Servicios Turismo Espiritual

NOMBRE	CATEGORÍA	UBICACIÓN	DESCRIPCIÓN
Santuario del Río	Centro turístico	Camino al Volcán 37659, San Alfonso.	Se define a sí mismo como un lugar para el descanso y la realización de talleres, jornadas laborales y trabajo en equipo. Este lugar entrega una variada oferta con cabañas, centro de reunión, restaurant, piscina y un eco-spa. Este último ofrece masajes de relajación y descontracturantes, terapias corporales, terapias de sanación, cosmetología y belleza.
Cascada de las Ánimas	Centro turístico	Camino al Volcán 31087, San Alfonso.	Entre sus servicios está el arriendo de cabañas, hostel, piscina, centro de reuniones, sala de juegos, restaurant, camping, picnic, y un spa salud. Este último ofrece masajes, reflexología, sauna, yoga, acupuntura y biomagnetismo. El predio Cascada de las Ánimas fue declarado oficialmente Santuario de la Naturaleza en el año 2005.

Tabla 2.3: Servicios Turismo Espiritual (Continuación)

NOMBRE	CATEGORÍA	UBICACIÓN	DESCRIPCIÓN
Refugio Piedra Luna	Centro turístico	Los Maitenes 100, San Alfonso.	El trabajo que se realiza hace 22 años comprende desde el arriendo de cabañas, que es la principal oferta, hasta talleres de desarrollo personal. Estos últimos son organizados para personas solteras, maduras, para niños y para parejas, entre otros. Cuenta con una piscina y es considerado un foco de energía universal por los símbolos que es posible encontrar en él.
Centro de Terapias y Cultura Spa Rústico	Centro de terapias y cultura	Camino al Volcán 3037, Las Vertientes.	Están en la búsqueda de nuestra esencia natural, volver a nuestras raíces, construir una filosofía de vida que nos de tranquilidad y paz en un mundo cada vez más exigente y materialista. Todo esto por medio de terapias y diferentes actividades culturales para el desarrollo íntegro del ser humano, cuerpo, mente y espíritu. Realizan distintos talleres como el de activación de la glándula pineal, de autosanación, pilates y yoga, además de actividades como meditación y musicoterapia. También realizan cursos de Reiki, biomagnetismo y masoterapia. También cuentan con un hostel y un café literario.
Tremonhue	Centro de salud holística y espiritualidad	José Manuel Balmaceda 30369, San Alfonso.	Este es un centro de salud holística y de espiritualidad, donde su equipo de profesionales ofrece talleres sobre la nueva cosmología, la espiritualidad indígena y el estudio sobre los arquetipos, rituales y prácticas ecofeministas.
Pachamama	Encuentros de terapia sanadora para mujeres	Camino al Volcán 31087, San Alfonso.	Actividades sanadoras para el espíritu enfocados a las mujeres y realizados en la naturaleza ocupando los elementos que esta entrega, aire, fuego, tierra y agua, liderados por su fundadora Soco Astorga.
Nauoma	Bazar esotérico	Camino al Volcán 3319, Las Vertientes.	Además de ofrecer productos, este bazar también ofrece distintos servicios, como tarot, gemoterapia con Mega Brain, terapia Termo Masajeadora (Camilla Jade), aromaterapia, reiki, limpieza áurica, Feng Shui (armonización de casas, oficinas y negocios), cursos de tarot, entre otros.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2.4: Organizaciones Turismo Espiritual

En este punto es necesario comentar que actualmente no existen organizaciones que contribuyan única y exclusivamente al turismo espiritual en la comuna. Sin embargo, existen otras que aunque no pretenden trabajar en función del turismo espiritual si lo hacen de manera indirecta, como es el caso de las siguientes organizaciones:

NOMBRE	CATEGORÍA	UBICACIÓN	DESCRIPCIÓN
Oficina de Información y Gestión de turismo de San José de Maipo	Departamento dependiente de la Ilustre Municipalidad de San José de Maipo	Camino al Volcán 19778, San José de Maipo.	Encargado del desarrollo y el fomento del turismo en la comuna.
Cámara de Comercio y Turismo de San José de Maipo	Agrupación privada de empresas	San José de Maipo.	Encargado del desarrollo y el fomento del comercio y del turismo en la comuna.
Cámara de Turismo de San José de Maipo	Agrupación privada de empresas	San José de Maipo.	Encargado del desarrollo y el fomento del turismo en la comuna.
Cóndores del Maipo	Agrupación privada de empresas	San José de Maipo	Su trabajo se centra en el desarrollo del turismo sustentable en la comuna.
SERNATUR	Organización gubernamental de turismo	Avda. Providencia 1550, Santiago.	El Servicio Nacional de Turismo es el organismo público a nivel nacional encargado de promover y difundir el desarrollo de la actividad turística de Chile.

Fuente: Elaboración propia

2.3.2 La Demanda Turística Espiritual

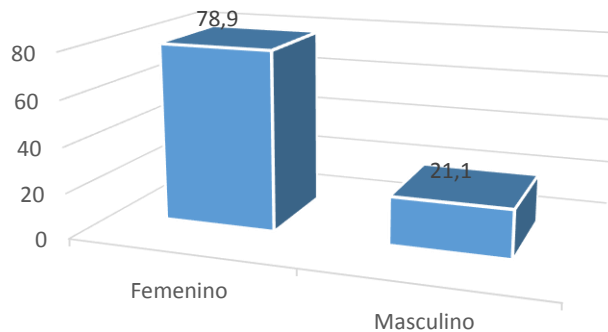
En este segundo punto, lo primero será definir “demanda turística”. Según la Organización Mundial de Turismo, ésta está formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos (Organización Mundial de Turismo, 1991).

Ahora con este concepto claro es posible comenzar con la definición del perfil del turista que realiza actividades en la comuna de San José de Maipo.

En primer lugar, se analizarán los resultados de las encuestas que se realizaron durante el mes de diciembre de 2013 en tres lugares, el centro turístico “La Cascada de Las Ánimas”, en el sector de San Alfonso, en el centro de salud holística y espiritualidad “Tremonhue”, también en el sector de San Alfonso, y en el centro de terapias y cultura “Spa Rústico”, en el sector de Las Vertientes. La metodología utilizada para determinar el número de encuestas a realizar fue la de muestreo no probabilístico de tipo causal⁵, debido principalmente a que no todas las empresas quisieron participar. El total de encuestas contestadas fue de 38.

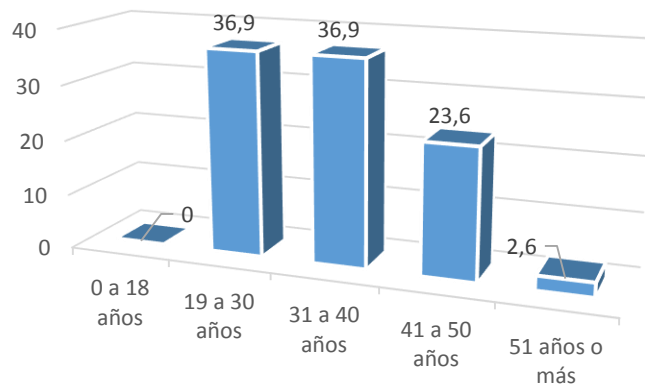
⁵ Procedimiento que permite elegir los elementos arbitrariamente sin un juicio o criterio preestablecido.

Gráfico 2.1: Género de personas encuestadas



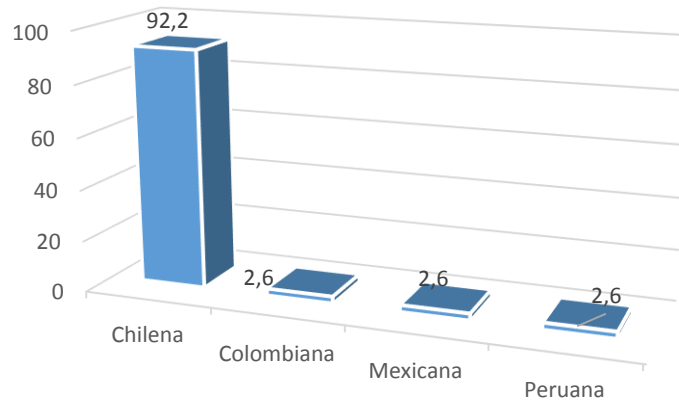
Como se aprecia en el gráfico, la gran mayoría de personas que se encontraban realizando actividades de tipo espiritual al momento de ser encuestadas fueron mujeres, con cerca del 80% de participación.

Gráfico 2.2: Rango etario de personas encuestadas



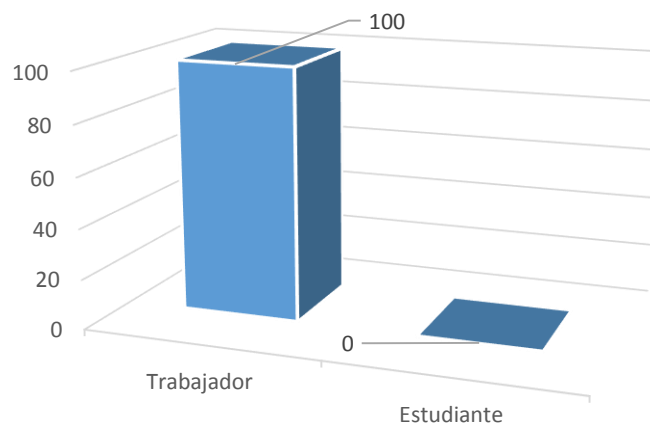
Con respecto a las edades de los encuestados, destaca el rango 19 a 30 años y el de 31 a 40 años, con el mismo porcentaje de 37% para cada uno. Le sigue el rango 41 a 40 años, con el 24%. El rango de 51 años o más presenta una mínima participación en las actividades. El rango de 0 a 18 años no tuvo presencia alguna.

Gráfico 2.3: Nacionalidad de personas encuestadas



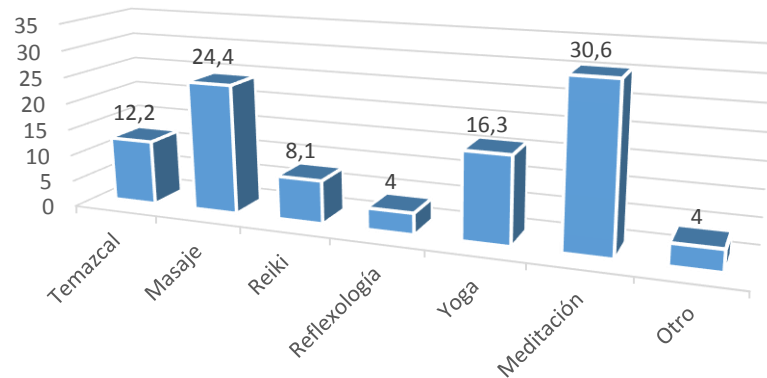
El 100% de los encuestados correspondió a latinoamericanos. Pero, sin duda alguna, la nacionalidad que presenta mayor visibilidad en las actividades es la chilena, con más del 90%. De este porcentaje, casi el 100% declaró pertenecer a la Región Metropolitana.

Gráfico 2.4: Ocupación actual de personas encuestadas



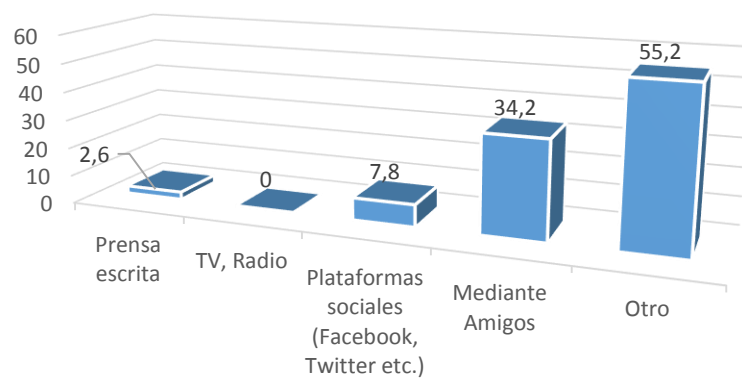
Como se aprecia en el gráfico, el 100% de las personas encuestadas fueron trabajadores, en su mayoría profesionales. Cabe destacar que las encuestas realizadas en el centro turístico “La Cascada de Las Ánimas” correspondieron en su mayoría a personas en paseos de empresas, y no así en las que fueron contestadas en “Spa Rústico” y en “Tremonhue”.

Gráfico 2.5: Producto y/o servicio de consumo de personas encuestadas



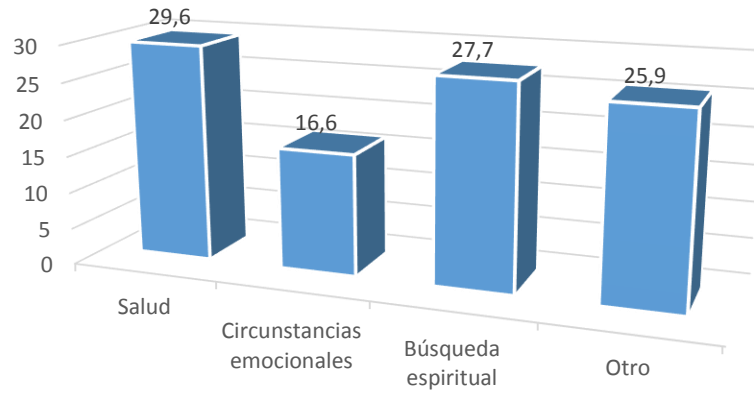
En primer lugar, es posible observar que la actividad con mayor porcentaje es la “meditación”, con el 31% de preferencias. A esto le sigue “masaje”, con 25% y “yoga”, con 16%.

Gráfico 2.6: Medio por el cual las personas encuestadas supieron de la actividad



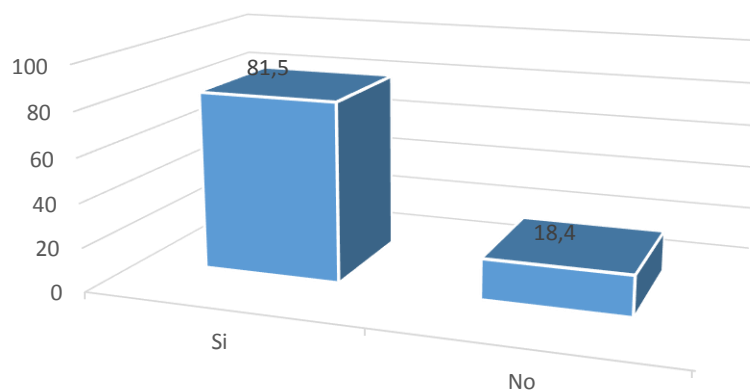
Un 55% de los encuestados declararon enterarse de la actividad por “otros medios”. Es un porcentaje alto, pero como ya se mencionó, muchas de las personas encuestadas realizaban la actividad en paseos empresariales. El porcentaje también se debe a que en “Tremonhue” se encuestó a un grupo organizado de asistentes, lo que los llevó a marcar esta alternativa. Quienes se enteraron por “amigos” están en segundo lugar, con un marcado 34% de presencia. En tercer lugar se encuentran las “plataformas sociales” como medio de conocimiento, con un 8%.

Gráfico 2.7: Motivación principal para el consumo de las personas encuestadas



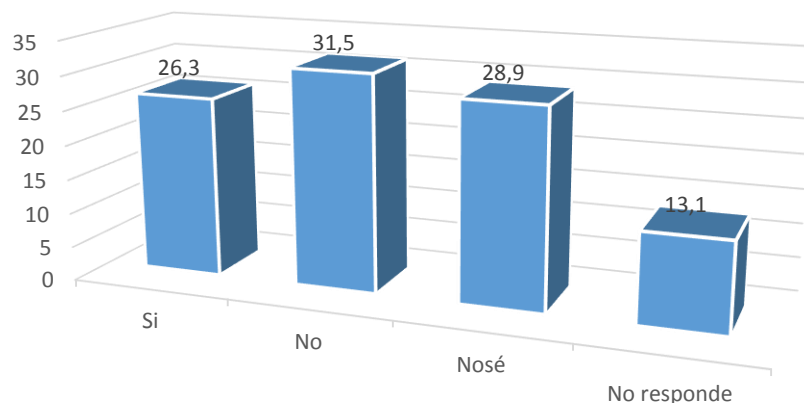
En ésta pregunta se buscó conocer cuál era la motivación principal para realizar las actividades de tipo espiritual en los lugares antes mencionados. Como se observa en el gráfico, los porcentajes de preferencias con respecto a “salud”, “circunstancias emocionales” y “otro” son bastante similares, aunque “salud” y “búsqueda espiritual” se encuentran a la cabeza.

Gráfico 2.8: Relación entre la comuna de San José de Maipo y el Turismo Espiritual



Un 82% de los encuestados declaró encontrar una relación entre la comuna de San José de Maipo y el turismo espiritual, quienes, curiosamente, nombraron a “la naturaleza” como principal motivo de su respuesta. Sólo un 18% de los encuestados cree que no existe tal relación.

Gráfico 2.9: Futuras mejoras en productos y/o servicios de tipo espiritual



Un 32% de los encuestados cree que no existen mejoras para los productos y/o servicios espirituales en la comuna, mencionando que la comuna es más recreacional que espiritual y también que no necesita mejoras porque se conserva igual desde hace años y así ha funcionado perfectamente. Un alto porcentaje de los encuestados se muestra indiferente frente a futuras mejoras, con el 29%. El 26% de los encuestados piensa que si deberían realizarse mejoras en tales productos y/o servicios, mencionando por ejemplo un aumento en la oferta actual de estas actividades en la comuna, más especialización, mejoras en la publicidad para tener mejor información acerca de las actividades, mejoras en el transporte de la comuna y la detención de algunos proyectos que amenazan la naturaleza y la tranquilidad del sector.

Entonces, como resultado de las encuestas realizadas, es posible decir que la demanda espiritual de la comuna de San José de Maipo son en su mayoría mujeres de entre 19 y 40 años, chilenas y trabajadoras profesionales. La meditación, los masajes y el yoga son las actividades preferidas por esta demanda, con un porcentaje importante que llega gracias a sus empresas y no por iniciativa propia. Esto no quiere decir, por supuesto, que asistan obligadas a los lugares mencionados. Puede ser un primer acercamiento a este tipo de actividades. Estas personas se enteran de las actividades en gran medida por sus amigos. Las principales motivaciones por las que las personas prefieren realizar ciertas actividades de tipo espiritual son “salud” y “búsqueda espiritual”. Esta demanda cree que existe una relación entre la comuna y el turismo espiritual, teniendo en cuenta que la naturaleza del lugar juega un papel fundamental en ésta relación.

Finalmente, un alto porcentaje de estas personas cree que no es necesario realizar mejoras en los productos y/o servicios de tipo espiritual en la comuna, o se muestran indiferentes al respecto. Sin embargo, existe también otro porcentaje importante de quienes si creen que es necesario realizar mejoras futuras con respecto a las actividades en la comuna, haciendo referencia principalmente a la diversificación de la oferta.

Con el fin de complementar la información obtenida del análisis de los resultados de las encuestas se revisarán algunos estudios sobre el estilo de vida de este segmento.

En una investigación realizada en el año 2011 en la ciudad de Bogotá, Colombia, por José Ricardo Barrero, Jairo Clavijo y Nelson Antonio Gómez⁶, con respecto a las prácticas de consumo y estilo de vida, llamada “Cuerpo sano y espiritual: prácticas de consumo y estilo de vida”, se logró identificar el perfil de las personas que consumen productos y servicios de tipo espiritual. Con este estudio se pudo identificar una característica en este tipo de mercado; necesariamente se debe pasar por una etapa de evaluación de las circunstancias personales ligadas a la emoción y la salud, en la que se identifican y se asumen prácticas en relación con el cuerpo y la mente. De esta manera el individuo organiza su vida personal y establece relaciones con otras personas que tienen búsquedas parecidas.

En esta investigación se identificaron tres ámbitos de interacción que entrelazan la perspectiva individual con la de los otros. Estos ámbitos son: *ámbito terapéutico, ámbito de consumo y ámbito de redes sociales.*

En el ámbito terapéutico o medicina alternativa, los individuos dan importancia al tratamiento de su salud física y mental. En este punto se pudieron identificar tres grandes motivaciones: primero, por cuestiones de salud, segundo, por circunstancias sentimentales, y tercero, por búsquedas de tipo espiritual.

En el caso de las personas que sufren de enfermedades graves o crónicas y ya han agotado los tratamientos médicos alopáticos, buscan otros tratamientos u opciones para enfrentar su enfermedad. Es aquí donde se pueden observar motivaciones por cuestiones de salud, donde es posible nombrar estilos de vida vegetarianos y veganos, por ejemplo.

Con respecto al segundo punto, puede ser que por algún tipo de crisis emocional por la pérdida de algún ser querido o un quiebre matrimonial, por ejemplo, el individuo replantee la manera en la que ha estado viviendo. Es aquí donde se encuentran las motivaciones por circunstancias sentimentales.

Como tercera motivación en relación al ámbito terapéutico, se encuentra la búsqueda espiritual del individuo. Generalmente, este tipo de personas se encuentran en la búsqueda de “algo más”, algo que les permita conocerse a sí mismo y a los demás y tener una vida “con sentido”, y no guiada por los estándares de la sociedad moderna.

El estudio pudo identificar que este tipo de personas normalmente combinan distintos tipo de terapias y medicinas alternativas, además de generar cambios significativos en los diferentes escenarios de la vida social, como lo son sus relaciones familiares, con sus amigos y como se vinculan productivamente a la vida social.

⁶ José Ricardo Barrero es Sociólogo y Magíster en Ciencias Políticas. Jairo Clavijo es Doctor en Antropología de l'Université Sorbonne Nouvelle de París, Antropólogo de la Universidad de Los Andes y Licenciado en Ciencias Sociales de la Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá. Nelson Antonio Gómez es Sociólogo de la Universidad Nacional y Magíster en Investigación Social Interdisciplinaria de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

En el segundo ámbito, de consumo, los investigadores observaron cerca de 40 establecimientos, entre tiendas naturistas, sitios de ventas para rituales de todo tipo, servicios médicos alternativos, lugares de terapias no medicadas y centros comerciales donde se distribuían productos naturistas. En base a esto, se caracterizaron estos lugares de consumo como: tienda orgánica, restaurantes vegetarianos, salones para el cuerpo y creencias variadas. Con respecto a las tiendas orgánicas, estas se definen como el mercado de alimentos cultivados en el campo sin uso de químicos en algunos de los procesos (Pontificia Universidad Javeriana, 2011). En el caso de los restaurantes vegetarianos, estos se definen como aquellos lugares que tiene por principio la comida saludable, que evitan el consumo de carnes, lácteos, azúcar, harinas refinadas y hasta de vegetales y frutas procesados de manera industrial o expuesta a contaminantes (Pontificia Universidad Javeriana, 2011). Los Salones para el cuerpo son establecimientos que ofrecen servicios para incrementar volumen, masa muscular y capacidad cardíaca; moldear la figura, estirar, masajear y relajar, o incluso para hacer limpieza de piel y acicalar (Pontificia Universidad Javeriana, 2011). También cuentan con tratamientos de mediana duración para adelgazar o fortalecer músculos. Algunas técnicas corporales están articuladas con doctrinas espirituales de origen oriental, especialmente. No es posible distinguir un perfil específico en el tipo de personas que visitan estos establecimientos, como tampoco en el caso de los nombrados anteriormente.

Los establecimientos de creencias variadas son lugares que ofrecen productos a los que se les atribuye alguna cualidad que logra tener influencia sobre el curso de vida de las personas o incluso controlar sus acciones, preferencias o asegurar un futuro deseable (Pontificia Universidad Javeriana, 2011).

De este tipo de consumos la investigación arrojó dos tipos de relaciones sociales inseparables: por un lado convicciones sobre la vida, el cuerpo, lo sano y lo espiritual, y por otro lado las condiciones sociales de consumo ligado a la moda.

En el tercer ámbito de redes sociales, estas redes funcionan como redes de apoyo, de forma institucionalizada como es el caso de las iglesias, por ejemplo, o de forma más flexible. Cuando se asume un estilo de vida diferente se producen cambios en las relaciones de estos individuos como buscar personas más afines a sus actuales preocupaciones, frecuentando espacios diferentes a los habituales o vinculándose a algún grupo religioso. Este tipo de relaciones da lugar para que se conozcan también diferentes terapias y medicinas alternativas. En este tipo de redes los medios de comunicación son muy importantes, pues constituyen la plataforma de información para este tipo de personas, donde se pueden encontrar diversos talleres, libros, foros de conversación y lo último de moda en relación a las actividades espirituales. También han surgido diferente programas radiales en los que es posible obtener información variada acerca del tema.

Una de las características que destacan en la demanda espiritual es el cuidado por el cuerpo, así como las emociones y la vida espiritual. Se definen entonces para algunos la felicidad y la tranquilidad como objetivos a alcanzar en sus vidas. Además, es importante también el ejercicio físico regular, las terapias y las técnicas de relajación.

En la investigación de Sandra Marín Barón llamada “La Nueva Era: mercado y crisis de sentido”⁷, se identifica un perfil para quienes consumen productos y servicios de tipo espiritual. El rango de edad más recurrente de este tipo de consumidor es 27 a 63 años, es decir, un amplio espectro de edades. De estas personas, cerca de un 80% corresponde a mujeres, y solo un 20% son hombres. Generalmente, quienes consumen este tipo de servicios son personas con un porcentaje de poder adquisitivo superior a la media y profesionales. También se encuentran en este grupo personas con interés en el comportamiento humano y en la salud.

Sandra Marín infiere de esta información que, a pesar de que este tipo de consumidor posee educación y una situación socioeconómica media-alta, tienen un vacío espiritual considerable y que por esta razón podrían ser quienes más buscan actividades de tipo espiritual.

Con respecto a las motivaciones que llevarían a este tipo de mercado a consumir tales productos y servicios, se encuentran los factores salud y emoción principalmente. De aquí se desprendería el resto de las motivaciones, principalmente por curiosidad del mundo espiritual que se está conociendo.

El yoga, según este estudio, constituye la puerta de entrada al mundo de la Nueva Era para muchas personas, y después surgiría el interés por tomar otros cursos y adquirir nuevos conocimientos en relación al tema.

En una entrevista con Jaime March⁸, co-fundador del Centro de Permacultura y Salud Integral “Lemulawen”, ubicado en el sector de El Canelo en la comuna de San José de Maipo, se pudo obtener una aproximación a quienes hacen uso de este tipo de servicios. Él comenta que quienes llegan al centro a realizar talleres de yoga, meditación, maternidad consciente, etc., son de todo tipo, es decir, no hay un rango de edad que destaque del resto, pues vienen personas de todas las edades. Tampoco existe una clara diferencia entre hombres y mujeres, ni tampoco nacionalidades. Al lugar llegan personas de todo el mundo, de todos los sexos, de todas las edades y de todas las clases sociales. No existe un perfil claramente definido para quienes llegan al centro a realizar las actividades.

En este centro se realizan diversas actividades relacionadas a la permacultura, a la salud integral, crianza natural, psicoterapia con visión transpersonal, yoga, meditación, círculos de mujeres y ceremonia ancestrales, entre otros. Sus fundadores no le han dado un enfoque turístico al centro, pues en primer lugar no están muy de acuerdo a las actividades turísticas que se han llevado a cabo en la comuna. Esto es porque han visto la pérdida de mucha cultura intangible a favor de un turismo más bien comercial que no ha sabido salvaguardar la identidad de estas personas y de la comunidad en general. Sin embargo, el centro o comunidad se encuentra abierto a quienes deseen aprender más con respecto a estas disciplinas.

⁷ Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de Sociólogo en la Escuela de Ciencias Humanas Programa de Sociología Universidad del Rosario.

⁸ Jaime March Fernández es un participante activo en la Red EcoChile y Bioregión Valle Maipo del Instituto Chileno de Permacultura, además de Terapeuta en Salud Integrativa, diseñador en permacultura e instructor de Yoga.

María Eugenia Astorga Lira⁹, Gerente General del Refugio Piedra Luna, ubicado en el sector de San Alfonso en la comuna de San José de Maipo, comenta que quienes hacen uso del refugio generalmente son personas de nivel socioeconómico alto. Esto es debido a que el costo del arriendo de las cabañas, que es el principal ingreso del refugio, supera los 50.000 pesos por noche. María Eugenia cuenta que el tipo de persona que visita el refugio es principalmente chileno, y que solo un 15% sería extranjero. El turista que visita el lugar está generalmente conformado por parejas y por familias y que serían profesionales y empresarios en búsqueda de tranquilidad en medio de un lugar natural.

Refugio Piedra Luna es un centro turístico de salud y psicoterapias con diversas actividades para realizar, como por ejemplo terapias de anti estrés, relajación e hipnosis, talleres psicológicos, paseos a termas medicinales, caminatas y clases de baile, entre otros.

La Cuenta Pública de la comuna de San José de Maipo del año 2012 aporta información con respecto al perfil del turista visitante. En el año 2012 cerca de 8.440 turistas visitaron la Oficina de Gestión e Información de Turismo, de los cuales solo un 28% correspondió a extranjeros, con cerca de 2.324 personas, y el 72% restante correspondió a chilenos haciendo turismo interno. De esta información es posible suponer que quienes más realizan las actividades de tipo espiritual en la comuna serían chilenos. De estos es posible suponer también que son en su mayoría provenientes de la Región Metropolitana, pues según este mismo informe los turistas nacionales que vienen de otras regiones de Chile a visitar la comuna no superan el 11%. Esta información concuerda con los resultados del análisis de las respuestas de las encuestas, las que muestran que quienes hacen uso de estos servicios y productos son en su mayoría de nacionalidad chilena.

⁹ María Eugenia Astorga Lira es chilena y de profesión Psicóloga Clínica.

2.3.3 A modo de conclusión

De esta información es posible definir algunas puntos claves que identifiquen al turista espiritual, aunque esto es solo una aproximación, pues como el propio concepto de “espiritualidad”, es aún difícil dar una definición clara debido a que normalmente depende de quien venga y también porque el tema espiritual es algo absolutamente subjetivo en todo sentido y en todas sus variantes. Lo que lleva a una persona a realizar una actividad de tipo espiritual es principalmente debido a factores relacionados a la salud o a circunstancias emocionales. Muchos de quienes realizan actividades espirituales tienen algún tipo de enfermedad que los hace cambiar de estilo de vida, buscando alimentos sanos y rutinas de ejercicios acorde a sus cuerpos. También incide mucho el factor emocional en quienes realizan este tipo de actividades, pues muchas de estas personas han sufrido algún golpe emocional, como la pérdida de algún ser querido, por ejemplo, que los hace buscar distintas alternativas de tratamiento para sobrellevar esta situación.

Un aspecto importante que es posible observar es el cuidado por el cuerpo, en un sentido externo y también interno.

Es posible que este tipo de personas tienda, consciente o inconscientemente, al individualismo, buscando respuestas a interrogantes internas, a como “yo” me desenvuelvo en el mundo, a buscar identidad propia, algunas veces evitando ser parte de la sociedad. En definitiva, se centran en el “yo” como centro del universo.

Las personas que consumen estos productos y servicios tienen generalmente un poder adquisitivo medio-alto, y con un gran sentido del aprovechamiento de su tiempo personal. Las edades de estas personas pueden variar, aunque se observa una tendencia entre quienes tiene entre 19 y 40 años. La actividad espiritual preferida hasta el momento es el yoga, y puede ser debido a que entrega una combinación de beneficios que calzan con el perfil aquí descrito, como lo es el aspecto físico, pues la mayoría de las variantes de esta disciplina ayudan a mantener un estado físico adecuado. También otorga tranquilidad a quienes lo practican, dada la realización de ejercicios de respiración y postura. Esta actividad, sin duda, es la puerta a muchas otras disciplinas que se practican con relación a la espiritualidad. También se observa una preferencia por los masajes terapéuticos y la meditación.

Con respecto a la nacionalidad del turista que realiza actividades de tipo espiritual en la comuna de San José de Maipo, estos son en su mayoría chilenos de la Región Metropolitana. Así lo demuestran los resultados de las encuestas realizadas y la información rescatada de la Cuenta Pública de la comuna del año 2012.

CAPÍTULO III: ANÁLISIS ESTRATÉGICO

3.1 Análisis del entorno

Para realizar un análisis del entorno de la comuna de San José de Maipo se utilizarán dos herramientas conocidas a nivel empresarial. Estas son el Diamante de Porter y las 5 Fuerzas de Porter. El creador de estas dos herramientas es Michael Porter¹⁰ y a pesar de que han pasado varios años desde su creación, siguen siendo utilizadas en la actualidad por diferentes empresas, incluyendo a gobiernos.

3.1.1 Macro-entorno

El análisis comenzará con el macro-entorno de la comuna de San José de Maipo. Para este punto se utilizará la primera herramienta llamada Diamante de Porter. Esta herramienta incluye el análisis de cuatro puntos bien definidos: los factores productivos, las condiciones de la demanda, industrias relacionadas y de soporte y finalmente estrategia, estructura y rivales. Este modelo debe entenderse como un sistema interrelacionado en el que el efecto de cada uno de los cuatro factores analizados depende de la situación de los demás y de cómo se refuerzan unos a otros.

3.1.1.1 Factores productivos

La actividad económica en Chile se ha destacado durante las últimas décadas por un acelerado crecimiento, una alta estabilidad macroeconómica y una marcada tendencia a la especialización en actividades de producción ligadas a los recursos naturales.

Las principales tendencias del proceso de transformación que ha experimentado durante los últimos años la economía chilena, y que han afectado de manera directa a las diferentes actividades productivas del país, son:

1. **La emergencia de una economía más abierta e integrada a los mercados internacionales:** A mediados de la década del 70, Chile aumenta su integración con los mercados internacionales, factor que ha sido esencial en la estabilidad que ha tenido la estrategia de desarrollo del país. Esta integración comprende entre otros aspectos, la entrada y salida de inversiones directas, los flujos financieros, las diferentes estrategias de internacionalización de las empresas y, por supuesto, la expansión del comercio de bienes y servicios. En este período, la rebaja de aranceles produce una diversificación y expansión de la canasta exportadora, lo que se apoya de manera importante en los sectores basados en recursos naturales, como lo son la minería, la pesca, la agricultura y la

¹⁰ Michael Porter es el presidente del Institute for Strategy and Competitiveness de la Harvard Business School, dirige el programa de dicha institución de la Universidad de Harvard dedicado a nuevos CEOs y presidentes de grandes corporaciones, es profesor de la Harvard Business School y eminencia en temas de estrategia de empresa, desarrollo económico de naciones y regiones y aplicación de la competitividad empresarial a la solución de problemas sociales, medioambientales y de salud.

silvicultura. Este apoyo en recursos naturales se ha mantenido constante durante estos años, con recientes variaciones en algunas actividades de exportación de servicio, tales como la industria de servicios globales o algunos nichos en el mercado del turismo (Marshall y Rodríguez, 2010).

2. **Una estructura productiva más especializada en torno a actividades vinculadas a los recursos naturales:** La vinculación de la economía nacional a los mercados internacionales ha significado que las empresas especialicen cada vez más sus actividades productivas, en especial vinculados a los sectores de capital humano y físico con la ventaja comparativa de los recursos naturales que se posee, tales como la minería, la pesca o la agricultura, lo que sería en definitiva una buena estrategia de desarrollo. Esto ocurre en parte debido a que el sector exportador se ha extendido poco en la integración de la cadena de valor en el exterior.
3. **Un ritmo decreciente en los aumentos de productividad:** la aceleración en la productividad en Chile fue una tendencia hasta mediados de la década del 80, lo que en la época actual ha disminuido de manera considerable.
El sector de las actividades no transables, tales como Electricidad, Gas y Agua, Construcción, Comercio, Transporte, Servicios Personales y Servicios Financieros, ha visto una tendencia ascendente durante las últimas décadas, no así con los productos transables, como por ejemplo la Agricultura, Pesca y Silvicultura, Minería y Manufacturas, que ha experimentado la pérdida de dinamismo de su productividad. Esto se podría explicar por los escasos esfuerzos de innovación, además de no haber sabido aprovechar las condiciones favorables del mercado internacional en nuevas tecnologías y aumentar de esta manera su productividad.
4. **Un crecimiento regional explicado principalmente por el desempeño de los sectores que están vinculados a los recursos naturales:** El crecimiento de la economía chilena se distribuye, en general, a lo largo de todo el país. Sin embargo, aquellas regiones que basan su productividad en los recursos naturales han tenido un mayor crecimiento. Esto ha significado que en tiempos de gran actividad productiva este tipo de regiones se vean altamente beneficiadas, pero cuando el ciclo productivo decae también lo hace el crecimiento regional. Esto no sucede con aquellas regiones que basan su actividad en productos distintos al recurso natural, pues durante las últimas décadas estas se han mantenido con crecimientos estables. Es posible observar tres macro-regiones en el país ligadas a un recurso natural. El sector minero se desarrolla principalmente desde la *I región hasta la IV*, la industria manufacturera en la *V y VIII* región y la industria de la agricultura de ha desarrollado principalmente en las regiones *VI y IX*. En el caso de la

Región Metropolitana no es posible identificar actividades características ligadas a los recursos naturales.

Este proceso de especialización y escalamiento en torno a los recursos naturales ha generado un alto dinamismo en las regiones mineras y agrícolas, mientras las regiones industriales han experimentado un crecimiento más bien lento. En todas las regiones, sin embargo, el bajo ritmo de la innovación ha estado presente.

Un factor clave dentro del desarrollo de cualquier actividad productiva es el capital humano, y lo que le da valor a este es la formación y capacitación, sobre todo en las áreas de turismo donde aún no se ha podido sustituir a las personas por nuevas tecnologías. La industria turística se caracteriza por la importancia de la personalización del servicio, siendo la eficacia en el ámbito funcional y la empatía en el ámbito relacional elementos claves en la mejora de la calidad de los servicios turísticos.

No es algo nuevo escuchar que la educación en Chile es conocida a nivel mundial por lo rara, segregada y poco efectiva. Y esto tiene muchos orígenes. Por ejemplo, el tema de la educación preescolar no ha sido algo recurrente en estudios, o al menos no con la importancia que debiera asignársele. Recién durante estos últimos años la educación preescolar ha salido como tema de análisis dentro de estrategias de gobierno, cuestión que tiene sus pros y contras. Por un lado, estudios internacionales han sido consistentes en demostrar un retorno social asociado a la inversión en intervenciones tempranas, acción que por otro lado podría ocasionar un desbalance en las estrategias y recursos aportados al resto de los niveles educativos en el país que han sido logrados durante los últimos años. Es verdad, sin embargo, que se ha avanzado en el tema educación en Chile, pero no se ha logrado aún un nivel educativo de calidad para toda la población, como si ocurre con países desarrollados como Dinamarca, Finlandia o Suecia, por ejemplo.

Durante el año 2013 se rindió la prueba PISA, aplicada por la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) a 65 países, dentro de los cuales se encuentra Chile. El país tuvo mejoras con respecto a años anteriores, con lo que pasó a liderar los resultados de la región, superando a países como México, Uruguay, Costa Rica, Brasil, Argentina, Colombia y Perú pero aún está lejos de los resultados obtenidos por los demás integrantes de la OCDE.

Chile obtuvo 423 puntos en Matemáticas, 441 en Lectura y 445 en Ciencias. El resto de los países integrantes de la OCDE obtuvo 494, 496 y 501 respectivamente.

Los datos actuales muestran que el país ha crecido notablemente en temas relacionados a la cobertura de la educación. No así en lo relacionado en la calidad, y es aquí donde las políticas publicadas debieran hacer hincapié.

Un dato relevante es el obtenido en un informe realizado por la OCDE durante el año 2010 con respecto a la educación en el mundo, de acuerdo a la proporción de adultos con título universitario y el gasto público y privado. Chile es el país con menor gasto público en los cuatro niveles de educación (pre-primaria, primaria, secundaria y superior) frente a los demás países que son parte de la organización, con un aporte de 57,9%. Finlandia, por ejemplo, aporta 97,6%. El informe divide la inversión en gasto público y privado, estando este último compuesto por gastos del hogar e instituciones privadas.

De acuerdo al detalle del informe de la OCDE, la educación pre-primaria en Chile tiene un 83 por ciento de gasto público, mientras que de gasto privado tiene un 16,9 por ciento. En el nivel primario y secundario, en tanto, la cifra de gasto público baja a un 78,6 por ciento y el gasto privado sube a un 21,4 por ciento. En cuanto a la educación superior, el gasto público de Chile es de un 22,1%. Este ítem lo encabeza Suecia con un 90,6 por ciento, y México -el otro país latinoamericano de OCDE- tiene un 68,9 por ciento (Cooperativa.cl, 2013).

Según el informe, la inversión privada está tomando cada vez más importancia con respecto a la financiación de la educación.

En conclusión, es posible decir que las cifras hablan por sí solas. Chile está muy lejos de la calidad y cobertura en educación que tienen los países con mayor desarrollo, con mejores índices de calidad de vida y con mayores ingresos. Esto está muy ligado al desarrollo económico de un país, pues estamos hablando en definitiva de la calidad del capital humano, de la calidad del producto y servicio final que el país genera.

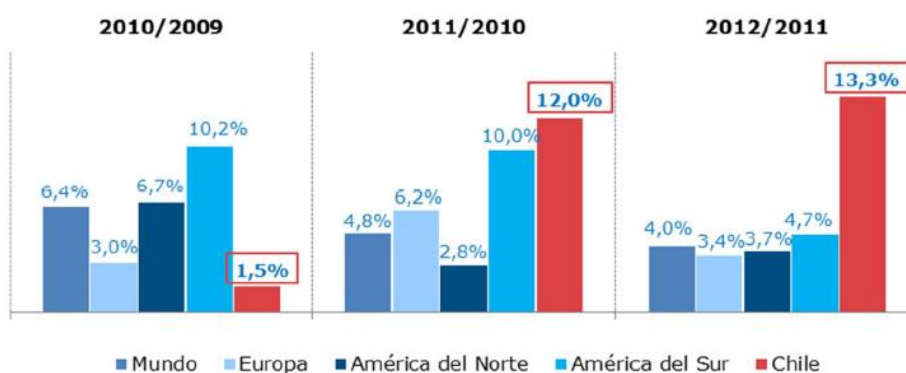
3.1.1.2 Condiciones de demanda

Según el informe del Servicio Nacional de Turismo llamado “Comportamiento y perfil de turismo receptivo 2012”, fueron 4.397.337 los turistas que ingresaron vía aeropuerto a Chile, de los cuales el 80,8% correspondió a turistas y sólo el 19,2% a excursionistas. El total del ingreso de divisas para ese año fue de US\$2.138,7 millones reportados por el total de visitantes de los cuales un 98,7% fueron generados por turistas y un 1,3% por excursionistas.

Con respecto al año 2011, las visitas al país aumentaron en un 13,3%, es decir, más de 400 mil llegadas para el 2012.

En el siguiente gráfico se muestra el crecimiento de la llegada de turistas a nivel mundial, regional y local:

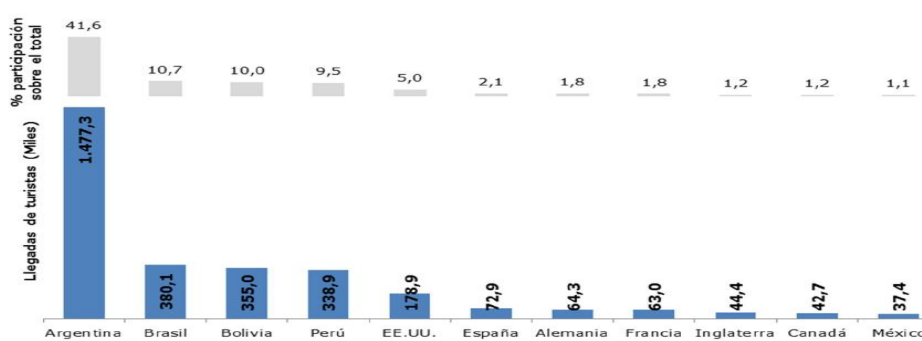
Gráfico 3.1: Variación porcentual de llegada de turistas a nivel mundial, regional y Chile



Fuente: UNWTO World Tourism Barometer – Volume 11. April 2013 – Statistical Annex

Con respecto a los principales países emisores de turistas durante el año 2012, se tiene a Argentina, Brasil y Bolivia, quienes concentran el 62,3% del total de llegadas, 2,2 millones de arribos. De estos países Argentina es el país emisor de turistas con mayor presencia para Chile con el 41,6% del total de las llegadas. En el siguiente gráfico se observan los principales países emisores de turistas para Chile:

Gráfico 3.2: Principales países emisores de llegada de turistas. Cifras según país de residencia



Fuente: Turismo receptivo, SERNATUR

Argentina y Brasil son los países que durante el año 2012 lideraron el aporte de divisas al país, concentrando el 38,8% del total de ingreso de divisas generado por los turistas.

El comportamiento turístico en Chile se caracteriza por su estacionalidad. Por esta razón, la llegada de turistas al país se concentró en el primer y cuarto trimestre del 2012, con un 50,4% de las llegadas.

Con respecto a las principales vías de acceso al país, el 59,3% de las llegadas fueron vía terrestre, mientras que el 40,7% se hizo vía aérea. Sin embargo, el gasto total individual de los turistas que ingresan por esta vía es casi cinco veces menor que aquellos que ingresan por aeropuertos.

Tabla 3.1: Principales características del turista receptivo que ingresa vía aeropuertos (2012)

Llegadas de Turistas	1.445.388
Ingreso de divisas	US\$ 1.630.129.065
GTI US\$	US\$ 1.127,8
GPDI US\$	US\$ 88,3
Permanencia (Noches)	12,8
Distribución según género	Hombres: 59,1%
	Mujeres: 40,9%
Principal rango etario	35 a 44 años : 24,2%
Principal motivo de visita	Vacaciones: 47,3%
	De Negocios: 31,5%
Principales actividades	Visita a museos, city tours: 50,1%
	Ocio y descanso : 49,9%
	Actividades profesionales: 30,8%
Principales lugares visitados	Santiago y alrededores : 87,8%
	Valparaíso - Viña del Mar: 38,0%
	Centros Invernales:11,2%

Fuente: Turismo receptivo, SERNATUR

Como se aprecia en el recuadro, el principal motivo de visita de los turistas que ingresan vía aeropuertos es el de vacaciones. De estos, gran cantidad dedica su tiempo a visitar museos y a realizar city tours, además de dedicar tiempo al ocio y al descanso. Un 87,8% de los turistas que llegaron al país visitaron Santiago y sus alrededores.

En relación al perfil del turista receptivo que ingresa vía aeropuertos según su país de residencia para el año 2012, se tiene que:

Tabla 3.2: Principal motivo de viaje del turista receptivo continente Americano, año 2012

CARACTERÍSTICAS	AMÉRICA	ARGENTINA	BOLIVIA	PERU	BRASIL	EE.UU.	CANADA	MEXICO	O. AMERICA
Principal Motivo del Viaje	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Personales	68,4	58,9	67,0	58,5	83,8	61,6	74,5	53,8	63,6
Vacaciones	47,8	34,8	17,2	27,9	77,7	35,5	46,9	31,6	35,4
Visita Familiares/Amigos	16,7	20,9	27,7	26,9	4,5	20,3	25,1	16,5	23,3
Salud	0,4	0,1	14,4	0,1	0,0	0,1	0,1	0,0	0,3
Estudios	1,5	0,3	3,8	1,6	0,7	3,5	0,9	3,4	2,0
Otro	2,0	2,8	3,9	2,0	0,8	2,3	1,5	2,3	2,6
Negocios	31,6	41,1	33,0	41,5	16,2	38,4	25,5	46,2	36,4
Negocios/Profesionales	28,8	37,6	27,3	38,6	14,7	36,9	25,0	42,6	30,9
Congresos/Seminarios	2,8	3,5	5,7	2,9	1,5	1,4	0,5	3,6	5,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Turismo receptivo, SERNATUR

Claramente se observa una tendencia en motivos personales, vacaciones y motivos de negocios como principal motivo de viaje. Cabe destacar que el turista que vino desde Bolivia tiene un 14,4% a factores asociados a la “salud” como principal motivo de viaje.

Ahora, si se revisa el tipo de alojamiento utilizado, se observa que:

Tabla 3.3: Tipo de alojamiento utilizado por turista receptor continente Americano, año 2012

CARACTERÍSTICAS	AMÉRICA	ARGENTINA	BOLIVIA	PERU	BRASIL	EE.UU.	CANADA	MEXICO	O. AMÉRICA
Tipo de alojamiento utilizado	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Hotel y similares	72,5	64,9	54,7	54,8	92,4	70,0	67,3	74,5	58,0
Casa o departamento arrendado	2,8	4,4	5,0	2,5	1,1	3,1	3,3	3,4	3,4
Casa de familiares o amigos	27,0	32,7	45,7	44,7	7,2	29,9	35,1	26,9	42,6
Pasajero en crucero	0,4	0,2	0,0	0,0	0,1	1,3	4,3	0,1	0,1
Otros	1,6	1,0	4,6	2,0	0,4	4,6	2,8	1,3	1,3

Fuente: Turismo receptivo, SERNATUR

La tendencia es alojarse en hoteles y similares, seguido de casas de familiares o amigos.

Con respecto a la composición etaria de los turistas que visitaron el país el 2012, se tiene lo siguiente:

Tabla 3.4: Composición etaria total del turista receptor continente Americano, año 2012

CARACTERÍSTICAS	AMÉRICA	ARGENTINA	BOLIVIA	PERU	BRASIL	EE.UU.	CANADA	MEXICO	O. AMÉRICA
Total composición etaria	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Menor de 18 años	3,2	3,9	5,5	3,5	3,9	1,5	1,7	2,1	2,8
18 a 24 años	2,9	2,6	3,4	3,1	2,5	3,6	3,1	2,9	3,0
25 a 29 años	15,1	12,9	10,6	16,7	15,9	17,0	13,3	15,5	15,2
30 a 34 años	24,3	23,4	34,2	23,3	28,3	16,9	14,7	20,7	26,2
35 a 44 años	25,1	26,8	27,9	27,4	25,1	21,4	20,8	28,5	25,1
45 a 59 años	22,6	23,7	15,3	20,2	19,4	28,6	33,0	26,1	21,0
60 años y más	6,8	6,7	3,1	5,8	5,0	11,1	13,3	4,2	6,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Turismo receptivo, SERNATUR

Los rangos etarios que destacan son 30 a 34 años y 35 a 44 años, es decir, el turista que visitó el país durante el año 2012 tenía entre 30 y 44 años, principalmente.

En el siguiente recuadro se observa la composición según género del turista receptor:

Tabla 3.5: Composición según género del turista receptor continente Americano, año 2012

CARACTERÍSTICAS	AMÉRICA	ARGENTINA	BOLIVIA	PERU	BRASIL	EE.UU.	CANADA	MEXICO	O. AMÉRICA
Composición según Género	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Femenino	41,8	38,2	40,8	39,7	46,3	36,5	42,4	35,2	45,3
Masculino	58,2	61,8	59,2	60,3	53,7	63,5	57,6	64,8	54,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Turismo receptivo, SERNATUR

De todos los destinos acá revisados destaca el turista de género masculino.

Ahora se revisarán las actividades realizadas por los turistas que llegan al país:

Tabla 3.6: Actividades realizadas por el turista receptivo continente Americano, año 2012

CARACTERÍSTICAS	AMÉRICA	ARGENTINA	BOLIVIA	PERU	BRASIL	EE.UU.	CANADA	MEXICO	O. AMERICA
Actividades realizadas	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Visitar a museos, centros históricos, city tours	49,2	25,9	53,7	34,1	72,5	43,1	50,5	50,4	46,8
Visitar Aereas Protegidas, ecoturismo, obs. de paisaje, flora y fauna	22,4	9,0	8,3	10,3	35,5	25,3	31,9	17,3	19,2
Actividades de Playa	22,5	19,5	17,1	13,3	29,5	17,7	24,4	19,6	22,8
Deportes de playa y acuáticos	1,1	1,0	2,5	0,1	0,8	2,4	2,1	0,5	0,6
Recreativas y deportivas de montaña y nieve	14,2	4,3	3,6	2,0	32,4	10,5	9,9	8,2	5,4
Excursiones náuticas, cruceros	1,1	0,6	0,0	0,7	0,8	2,0	4,7	0,9	1,2
Rutas de interés temático, termas, centro de salud	22,1	4,9	14,0	6,7	45,6	16,2	20,1	17,2	15,0
Eventos y actividades masivas de tipo religioso, deportivo, etc.	4,4	4,3	1,7	6,1	3,5	5,0	3,0	4,9	5,7
Visitar Casinos / Salas de juegos	1,5	1,1	5,7	0,5	2,5	0,8	1,9	1,2	0,8
Ir de compras	33,4	25,3	56,1	23,7	49,6	20,1	24,3	22,8	30,5
Actividades Profesionales	31,0	40,1	33,3	41,4	15,6	38,3	25,7	46,9	34,8
Ocio-Descanso	50,3	45,1	56,2	50,4	56,7	44,9	55,2	40,0	50,3
Ninguna de las anteriores	1,2	2,0	5,4	1,3	0,4	0,9	0,8	1,0	1,6

Fuente: Turismo receptivo, SERNATUR

Aunque no son las más realizadas, es importante destacar que un porcentaje no menor realiza actividades de Rutas de interés temático, Termas y Centros de Salud en su visita al país. De estos mercados destaca la presencia de Brasil en este tipo de actividades, con un 45,6%.

El ítem de Eventos y actividades masivas de tipo religioso, deportivo, etc., tiene un porcentaje bajo, aunque mayor que las Visitas a casinos y Salas de juego y también mayor que los Deportes de Playa y acuáticos.

Con respecto a los lugares visitados por el turista receptivo, se tiene que:

Tabla 3.7: Áreas del país visitadas por el turista receptivo continente Americano, año 2012

CARACTERÍSTICAS	AMÉRICA	ARGENTINA	BOLIVIA	PERU	BRASIL	EE.UU.	CANADA	MEXICO	O. AMERICA
Anica	0,8	0,9	0,9	0,9	0,2	1,5	2,4	0,9	1,0
Putre - Lago Chungará	0,1	0,2	0,2	0,0	0,1	0,2	0,4	0,2	0,1
Iquique - Salitreras - Pica - Matilla	1,6	1,0	1,9	0,5	0,5	2,1	3,3	0,8	4,3
Antofagasta - Calama	2,0	1,3	0,4	2,0	1,1	3,8	7,0	1,8	2,6
Valle de la Luna - San Pedro de Atacama - Geysir del Tatio	3,0	0,8	0,0	0,6	4,2	5,7	8,7	3,3	1,4
La Serena - Coquimbo	3,1	2,8	5,5	2,9	0,9	6,3	9,4	2,7	3,5
Valle del Elqui - Vicuña	1,0	0,8	3,4	0,5	0,4	2,0	3,0	1,2	1,1
Isla de Pascua	0,8	0,3	0,0	0,2	0,6	2,6	2,9	0,5	0,4
Valparaíso - Viña del Mar	38,6	24,7	32,7	23,0	55,4	32,6	43,8	39,4	37,1
Otros sectores costeros de la Región de Valparaíso	7,2	7,5	5,5	5,7	7,6	6,1	9,7	9,7	7,0
Centros Invernales (Farellones, Valle Nevado, Portillo, Termas de Chillán, etc.)	14,3	3,2	2,2	1,9	38,2	3,4	3,6	6,4	4,5
Santiago y alrededores (Cajón del Maipo, Isla de Maipo, Talagante, Melipilla y otros)	89,4	87,1	94,0	91,9	95,3	83,4	80,8	92,0	86,2
Costa de Pichilemu - Constitución	1,4	1,1	0,6	1,0	0,7	2,5	3,2	1,8	2,2
Concepción, área costera del Bio - Bio	3,3	2,0	3,3	2,6	2,2	4,9	5,3	6,2	5,1
Pucón - Villarrica - Lican Ray - Caburga	3,5	1,8	2,6	1,4	3,2	6,7	6,9	4,5	3,7
Valdivia sector costero de Corral	1,9	0,8	2,9	1,5	1,1	3,5	4,1	3,6	2,7
Osorno y alrededores	1,1	0,4	0,7	0,7	1,0	1,7	1,6	1,6	1,7
Puerto Mont - Puerto Varas - Parque Nac. Pérez Rosales - Lago Llanquihue	4,7	1,5	1,8	3,1	4,3	8,6	12,5	6,2	5,6
Isla de Chiló	1,1	0,5	0,3	0,6	0,7	2,4	3,9	1,4	1,3
Carretera Austral - Futaleufú - Palena	0,4	0,1	0,0	0,0	0,1	1,6	1,6	0,8	0,3
Torres del Paine - Puerto Natales	1,7	0,3	0,2	0,3	1,2	5,3	7,8	2,0	0,7
Punta Arenas	1,8	0,5	0,9	0,8	1,1	5,3	8,4	2,5	1,0
Otras (Rancagua, Isla Juan Fernandez, Tierra del Fuego, Puerto Williams, etc.)	2,4	1,4	2,1	2,8	1,1	5,1	5,1	4,4	2,7

Fuente: Turismo receptivo, SERNATUR

Sin duda alguna, el primer lugar de visitas se lo lleva Santiago y alrededores, incluyendo al Cajón del Maipo, Isla de Maipo, Talagante, Melipilla y otros. El porcentaje en todos los casos supera el 80% y en algunos casos el 90%.

Ahora se revisarán los mismos datos estadísticos pero en relación al turista proveniente de países de Europa, Asia y otros países del mundo.

Con respecto al principal motivo de viaje, se tiene las siguientes estadísticas:

Tabla 3.8: Principal motivo de viaje del turista receptivo, año 2012

CARACTERÍSTICAS	EUROPA	ALEMANIA	ESPAÑA	FRANCIA	INGLATERRA	O. EUROPA	ASIA	O. MUNDO	TOTAL
Principal Motivo del Viaje	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Personales	70,4	78,3	58,5	80,8	72,8	69,3	35,7	83,3	68,5
Vacaciones	45,4	52,3	32,2	56,9	55,0	43,0	27,6	59,9	47,3
Visita Familiares/Amigos	21,2	20,1	24,1	19,2	14,7	22,8	6,2	13,2	17,2
Salud	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,3
Estudios	2,4	4,7	1,5	4,0	1,2	1,6	1,2	0,5	1,6
Otro	1,3	1,1	0,8	0,7	1,9	1,8	0,7	9,7	2,1
Negocios	29,6	21,7	41,5	19,2	27,2	30,7	64,3	16,7	31,5
Negocios/Profesionales	28,1	20,6	40,1	18,1	25,8	28,8	60,9	15,4	29,0
Congresos/Seminarios	1,5	1,1	1,3	1,1	1,4	1,9	3,4	1,3	2,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Turismo receptivo, SERNATUR

Es posible observar que la tendencia se repite con relación a viajes con motivo personales, vacaciones y negocios. En este caso el ítem de salud no tiene mayor relevancia.

Si se revisan las estadísticas en relación al tipo de alojamiento utilizado en la visita, es posible observar que:

Tabla 3.9: Tipo de alojamiento utilizado turista receptivo, año 2012

CARACTERÍSTICAS	EUROPA	ALEMANIA	ESPAÑA	FRANCIA	INGLATERRA	O. EUROPA	ASIA	O. MUNDO	TOTAL
Tipo de alojamiento utilizado	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Hotel y similares	69,9	71,3	61,1	73,3	79,4	70,4	84,8	83,3	72,7
Casa o departamento arrendado	4,2	3,5	5,2	3,8	2,5	4,4	5,1	2,6	3,1
Casa de familiares o amigos	35,6	35,3	42,7	35,4	23,8	35,1	11,1	17,6	28,0
Pasajero en crucero	0,9	0,9	0,3	0,7	2,3	0,8	0,2	1,2	0,5
Otros	4,3	6,5	2,5	4,8	5,0	3,9	2,9	1,6	2,2

Fuente: Turismo receptivo, SERNATUR

Se repite el uso de alojamiento en hoteles y similares y también en casa de familiares o amigos.

En el caso de la composición etaria del turista receptivo se tiene lo siguiente:

Tabla 3.10: Composición etaria total turista receptivo, año 2012

CARACTERÍSTICAS	EUROPA	ALEMANIA	ESPAÑA	FRANCIA	INGLATERRA	O. EUROPA	ASIA	O. MUNDO	TOTAL
Total composición etaria	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Menor de 18 años	1,4	1,4	1,2	1,7	0,3	1,9	0,5	1,6	2,8
18 a 24 años	3,2	3,9	1,7	3,9	3,1	3,6	3,3	4,2	3,0
25 a 29 años	17,8	23,3	12,7	20,2	20,3	16,7	24,9	19,1	16,0
30 a 34 años	20,0	17,3	24,6	15,5	21,0	20,0	25,8	17,3	23,2
35 a 44 años	21,8	18,9	27,7	17,2	16,4	23,1	28,5	15,5	24,2
45 a 59 años	25,5	24,0	25,4	28,3	24,8	25,2	15,3	24,1	23,0
60 años y más	10,2	11,2	6,7	13,2	14,0	9,6	1,8	18,2	7,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Turismo receptivo, SERNATUR

Es posible observar que los rangos que destacan en este caso son los de 30 a 34 años, 35 a 44 años y 45 a 59 años. Esto es bastante diferente a la realidad del turista del continente americano, el que se encuentra principalmente entre los 25 y 34 años.

El recuadro siguiente muestra la composición en cuanto a género del turista receptor. Como es posible observar, se repite la tendencia del turista masculino.

Tabla 3.11: Composición según género turista receptor, año 2012

CARACTERÍSTICAS	EUROPA	ALEMANIA	ESPAÑA	FRANCIA	INGLATERRA	O. EUROPA	ASIA	O. MUNDO	TOTAL
Composición según Género	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Femenino	39,0	43,3	33,3	44,3	39,8	38,2	25,0	42,3	40,9
Masculino	61,0	56,7	66,7	55,7	60,2	61,8	75,0	57,7	59,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Turismo receptor, SERNATUR

Ahora, si se revisa este gráfico acerca de las actividades que se realizó el turista receptor, es posible observar que destacan tres puntos: Vistas a centros históricos, museos y city tours; Vistas a áreas protegidas, ecoturismo, observación de paisaje, flora y fauna; Ocio y descanso. Destaca también con porcentajes importantes las Rutas de interés temático, Termas y Centros de Salud. En cuanto a los Eventos y actividades masivas de tipo religioso el porcentaje observado es bastante menor que el resto.

Tabla 3.12: Actividades realizadas por el turista receptor, año 2012

CARACTERÍSTICAS	EUROPA	ALEMANIA	ESPAÑA	FRANCIA	INGLATERRA	O. EUROPA	ASIA	O. MUNDO	TOTAL
Actividades realizadas	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Visitar a museos, centros históricos, city tours	52,5	56,3	43,3	64,2	57,6	50,3	42,9	59,3	50,1
Visitar Áreas Protegidas, ecoturismo, obs. de paisaje, flora y fauna	42,7	54,4	29,2	58,3	46,2	38,7	24,2	28,6	26,6
Actividades de Playa	23,1	23,7	23,1	24,5	17,2	24,1	13,6	16,4	22,2
Deportes de playa y acuáticos	2,6	2,9	1,7	2,9	3,7	2,7	0,9	2,7	1,4
Recreativas y deportivas de montaña y nieve	15,4	21,5	10,7	23,9	13,8	12,9	8,6	8,7	14,1
Excursiones náuticas, cruceros	3,9	6,1	2,0	5,4	5,3	3,2	2,1	2,3	1,7
Rutas de interés temático, termas, centro de salud	21,1	24,5	14,4	26,7	28,6	19,2	10,6	18,8	21,5
Eventos y actividades masivas de tipo religioso, deportivo, etc	2,8	2,1	4,1	2,4	2,4	2,6	1,8	2,0	4,0
Visitar Casinos / Salas de juegos	1,0	0,9	1,3	1,1	0,8	0,8	1,3	0,9	1,4
Ir de compras	22,9	20,8	25,6	25,3	17,6	22,8	17,6	20,8	30,5
Actividades Profesionales	29,0	22,1	39,8	19,3	26,4	30,0	61,5	16,3	30,8
Ocio-Descanso	50,7	53,1	50,5	55,1	47,6	49,2	24,7	53,8	49,9
Ninguna de las anteriores	1,1	0,8	1,2	0,6	0,8	1,4	0,6	3,0	1,3

Fuente: Turismo receptor, SERNATUR

En relación a los lugares visitados por los turistas, destaca, sin duda, Santiago y sus alrededores. En segundo lugar queda Valparaíso y Viña del Mar.

Tabla 3.13: Áreas visitadas por el turista receptor, año 2012

CARACTERÍSTICAS	EUROPA	ALEMANIA	ESPAÑA	FRANCIA	INGLATERRA	O. EUROPA	ASIA	O. MUNDO	TOTAL
Atica	4,5	4,9	2,1	7,6	5,0	4,5	1,7	1,9	1,6
Putre - Lago Chungará	1,7	1,8	0,3	4,4	1,9	1,5	0,3	0,3	0,5
Iquique - Salitreras - Pica - Matilla	4,8	6,5	2,7	6,3	4,1	5,1	4,0	1,8	2,3
Antofagasta - Calama	9,0	11,2	7,3	10,8	5,9	9,5	6,2	4,4	3,6
Valle de la Luna - San Pedro de Atacama - Geysers del Tatio	20,7	26,9	11,4	33,2	21,4	18,6	9,1	8,1	6,8
La Serena - Coquimbo	10,5	13,8	6,7	13,8	8,1	10,9	4,8	4,9	4,7
Valle del Elqui - Vicuña	5,1	7,0	3,3	8,5	3,1	4,8	0,9	1,4	1,9
Isla de Pascua	5,9	4,9	3,3	11,2	6,2	5,8	8,5	2,7	2,1
Valparaíso - Viña del Mar	39,1	39,7	34,3	50,1	32,8	39,5	26,0	28,0	38,0
Otros sectores costeros de la Región de Valparaíso	7,2	6,1	8,1	7,9	5,4	7,5	2,5	3,4	7,0
Centros Invernales (Farellones, Valle Nevado, Portillo, Termas de Chillán, etc.)	1,8	1,2	1,9	1,1	2,0	2,3	2,5	2,6	11,2
Santiago y alrededores (Cajón del Maipo, Isla de Maipo, Talagante, Melipilla y otros)	81,0	79,5	84,3	83,1	83,7	78,0	88,9	90,1	87,8
Costa de Pichilemu - Constitución	3,5	3,8	3,4	4,1	2,1	3,6	1,3	2,3	1,9
Concepción, área costera del Bío - Bío	8,0	8,8	8,6	8,0	5,3	8,1	4,5	2,7	4,2
Pucon - Villarrica - Lican Ray - Caburga	11,4	18,2	9,2	12,3	9,3	10,1	3,3	6,4	5,2
Valdivia sector costero de Corral	6,9	10,4	6,2	6,1	6,7	6,2	2,0	3,3	2,9
Osoorno y alrededores	3,7	6,5	2,9	3,8	1,7	3,7	0,6	2,3	1,6
Puerto Montt - Puerto Varas - Parque Nac. Pérez Rosales - Lago Llanquihue	15,9	24,0	9,9	19,4	18,1	14,1	5,7	9,2	7,1
Isla de Chilcú	6,1	7,9	4,4	10,7	3,6	5,3	1,4	2,3	2,1
Carretera Austral - Futaleufú - Palena	2,7	3,8	2,0	2,8	3,1	2,5	0,2	0,9	0,9
Torres del Paine - Puerto Natales	12,2	19,4	5,6	16,9	15,1	10,4	5,2	6,1	4,0
Punta Arenas	11,0	17,9	4,4	14,0	15,1	9,8	6,0	6,0	3,9
Otras (Rancagua, Isla Juan Fernandez, Tierra del Fuego, Puerto Williams, etc.)	5,0	4,3	5,2	4,9	5,3	5,2	2,0	2,8	2,9

Fuente: Turismo receptor, SERNATUR

Ahora se revisará información correspondiente a establecimientos de alojamiento turístico durante el primer semestre del año 2013.

En este primer cuadro es posible observar el número de turistas que llegaron a la comuna de San José de Maipo durante el primer semestre del año 2013. El total corresponde a 12.281 turistas, de los cuales 11.748 fueron chilenos y 533 fueron extranjeros.

La provincia de Santiago es la más visitada de la Región, mientras que la provincia de Cordillera queda en segundo lugar, destacando la participación de la comuna de San José de Maipo.

Tabla 3.14: Alojamiento turístico total Región Metropolitana, primer semestre año 2013

Región, Provincia y Comuna	Llegadas			Pernoctación			Capacidad- días ofrecida	
	Total	Chilenos	Extranjeros	Total	Chilenos	Extranjeros	Habitaciones	Camas
Región Metropolitana de Santiago	941.800	329.905	611.895	1.941.892	624.029	1.317.863	2.123.547	3.296.938
Provincia Santiago	920.205	309.123	611.082	1.895.959	579.311	1.316.648	2.039.413	3.205.084
Santiago	234.935	106.681	128.254	517.482	213.153	304.329	550.220	994.444
Estación Central	19.922	12.318	7.604	35.157	18.158	16.999	35.114	41.992
Huechuraba	11.525	2.491	9.034	13.667	3.024	10.643	19.800	27.000
Las Condes	311.158	64.354	246.804	609.167	118.520	490.647	640.804	921.829
Lo Barnechea	6.416	1.702	4.714	13.026	2.013	11.013	19.845	21.765
Maipú	176	156	20	1.286	1.052	234	1.810	6.154
Providencia	240.690	75.060	165.630	512.753	143.616	369.137	525.064	802.026
Pudahuel	35.392	20.369	15.023	59.411	33.950	25.461	70.952	113.306
Recoleta	1.486	679	807	3.899	2.133	1.766	12.851	27.693
Vitacura	58.505	25.313	33.192	130.111	43.692	86.419	162.953	248.875
Provincia Cordillera	14.781	14.248	533	32.896	32.051	845	41.760	75.823
Pirque	2.500	2.500	0	7.164	7.164	0	2.250	0
San José de Maipo	12.281	11.748	533	25.732	24.887	845	39.510	75.823
Provincia Maipo	1.347	1.347	0	2.694	2.694	0	20.790	6.390
Paine	1.347	1.347	0	2.694	2.694	0	20.790	6.390
Provincia Melipilla	5.330	5.050	280	7.714	7.344	370	14.384	9.641
Melipilla	5.218	4.938	280	7.413	7.043	370	13.964	9.221
Curacaví	112	112	0	301	301	0	420	420
Provincia Talagante	137	137	0	2.629	2.629	0	7.200	0
Isla de Maipo	137	137	0	2.629	2.629	0	7.200	0

Fuente: Estadísticas establecimientos de alojamiento turístico Primer Semestre 2013, SERNATUR

En cuanto a las estadísticas por alojamiento en hoteles en la Región, se tiene que:

Tabla 3.15: Alojamiento turístico en hotel Región Metropolitana, primer semestre año 2013

Región, Provincia y Comuna	Llegadas			Pernoctación			Pernoctación promedio			Capacidad- días ofrecida Promedio anual		Tasa de ocupabilidad	
	Total	Chilenos	Extranjeros	Total	Chilenos	Extranjeros	Total	Chilenos	Extranjeros	Habitaciones	Camas	Habitaciones	Camas
Región Metropolitana de Santiago	810.869	268.288	542.581	1.608.893	487.853	1.121.040	1,9	1,8	2,1	1.744.854	2.663.349	63,4	41,1
Provincia Santiago	808.190	263.964	542.226	1.601.084	480.616	1.120.468	1,9	1,8	2,1	1.734.411	2.649.750	63,6	41,2
Santiago	188.761	85.750	103.011	416.309	172.378	243.931	2,2	2,0	2,4	437.535	795.647	54,0	39,5
Estación Central	19.922	12.318	7.604	35.157	18.158	16.999	1,9	1,5	2,2	35.114	41.932	65,8	51,1
Huechuraba	11.525	2.431	3.034	13.667	3.024	10.643	1,2	1,2	1,2	19.800	27.000	59,6	35,5
Las Condes	283.410	56.968	226.442	530.137	100.997	429.140	1,8	1,8	1,9	561.681	779.651	70,1	43,9
Lo Barnechea	6.378	1.634	4.684	12.903	1.997	10.906	1,8	1,2	2,3	19.545	20.445	51,4	46,7
Maipú	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Providencia	202.172	59.098	143.074	404.372	106.832	297.540	1,9	1,8	2,1	419.531	606.725	65,3	46,9
Pudahuel	35.392	20.369	15.023	59.411	33.950	25.461	1,7	1,7	1,7	70.952	113.306	64,5	36,4
Recoleta	595	145	450	1.195	288	907	2,0	2,0	2,0	8.688	19.910	13,4	4,7
Vitacura	58.035	25.131	32.904	127.933	42.992	84.941	2,1	1,7	2,6	161.505	245.074	66,1	28,9
Provincia Cordillera	4.679	4.324	355	7.809	7.237	572	1,6	1,7	1,6	10.443	19.599	36,3	33,1
Pirque	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
San José de Maipo	4.679	4.324	355	7.809	7.237	572	1,6	1,7	1,6	10.443	19.599	36,3	33,1
Provincia Maipo	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Paine	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Provincia Melipilla	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Melipilla	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Curacaví	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Provincia Talagante	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Isla de Maipo	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0

Fuente: Estadísticas establecimientos de alojamiento turístico Primer Semestre 2013, SERNATUR

La comuna de San José de Maipo queda en primer lugar dentro de la provincia Cordillera, destacando la llegada de chilenos al sector.

En cuanto a las estadísticas por alojamiento en residenciales en la Región, se tiene que:

Tabla 3.16: Alojamiento turístico en residencial Región Metropolitana, 1° semestre año 2013

Región, Provincia y Comuna	Llegadas			Pernoctación			Pernoctación promedio			Capacidad- días ofrecida Promedio anual		Tasa de ocupabilidad	
	Total	Chilenos	Estrangeros	Total	Chilenos	Estrangeros	Total	Chilenos	Estrangeros	Habitaciones	Camas	Habitaciones	Camas
Región Metropolitana de Santiago	1.960	1.634	266	4.618	4.080	538	2,2	2,4	2,0	16.103	26.245	16,1	13,0
Provincia Santiago	1.635	1.409	226	4.065	3.584	481	2,3	2,5	2,1	11.403	19.910	19,4	15,3
Santiago	1.635	1.409	226	4.065	3.584	481	2,3	2,5	2,1	11.403	19.910	19,4	15,3
Estación Central	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Huechuraba	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Las Condes	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Lo Barnechea	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Maipú	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Providencia	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Pudahuel	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Recoleta	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Vitacura	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Provincia Cordillera	325	285	40	553	496	57	1,6	1,7	1,4	4.706	6.335	8,3	6,1
Pirque	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
San José de Maipo	325	285	40	553	496	57	1,6	1,7	1,4	4.706	6.335	8,3	6,1
Provincia Maipo	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Paine	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Provincia Melipilla	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Melipilla	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Curacaví	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Provincia Talagante	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Isla de Maipo	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0

Fuente: Estadísticas establecimientos de alojamiento turístico Primer Semestre 2013, SERNATUR

Nuevamente destaca la participación de San José de Maipo en la provincia Cordillera, aunque la preferencia por alojamientos en residenciales es menor a la que se realiza en hoteles.

En cuanto a las estadísticas por alojamiento en moteles en la Región, se tiene que:

Tabla 3.17: Alojamiento turístico en motel Región Metropolitana, 1° semestre año 2013

Región, Provincia y Comuna	Llegadas			Pernoctación			Pernoctación promedio			Capacidad- días ofrecida Promedio anual		Tasa de ocupabilidad	
	Total	Chilenos	Estrangeros	Total	Chilenos	Estrangeros	Total	Chilenos	Estrangeros	Habitaciones	Camas	Habitaciones	Camas
Región Metropolitana de Santiago	5.543	5.509	34	15.004	14.946	58	2,2	2,7	1,7	16.222	48.334	19,0	23,6
Provincia Santiago	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Santiago	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Estación Central	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Huechuraba	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Las Condes	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Lo Barnechea	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Maipú	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Providencia	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Pudahuel	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Recoleta	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Vitacura	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Provincia Cordillera	5.194	5.165	29	14.302	14.249	53	2,3	2,8	1,8	13.268	40.493	21,2	26,1
Pirque	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
San José de Maipo	5.194	5.165	29	14.302	14.249	53	2,3	2,8	1,8	13.268	40.493	21,2	26,1
Provincia Maipo	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Paine	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Provincia Melipilla	349	344	5	702	697	5	1,5	2,0	1,0	2.954	7.841	9,2	7,8
Melipilla	237	232	5	401	396	5	1,4	1,7	1,0	2.534	7.421	6,9	4,8
Curacaví	112	112	0	301	301	0	1,3	2,7	0,0	420	420	23,3	46,7
Provincia Talagante	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Isla de Maipo	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0

Fuente: Estadísticas establecimientos de alojamiento turístico Primer Semestre 2013, SERNATUR

En este caso el número de chilenos supera absolutamente al de extranjeros que se alojan en moteles. Se supera en llegadas y en pernoctaciones el alojamiento en moteles sobre el que se hace en hoteles, en la comuna de San José de Maipo.

En cuanto a las estadísticas por alojamiento en Aparthotel en la Región, se tiene que:

Tabla 3.18: Alojamiento turístico en aparthotel Región Metropolitana, 1° semestre año 2013

Región, Provincia y Comuna	Llegadas			Pernoctación			Pernoctación promedio			Capacidad- días ofrecida Promedio anual		Tasa de ocupabilidad	
	Total	Chilenos	Extranjeros	Total	Chilenos	Extranjeros	Total	Chilenos	Extranjeros	Habitaciones	Camas	Habitaciones	Camas
Región Metropolitana de Santiago	110.219	43.370	66.849	287.560	93.939	193.621	2,5	2,2	2,9	287.626	513.464	60,8	39,0
Provincia Santiago	110.219	43.370	66.849	287.560	93.939	193.621	2,5	2,2	2,9	287.626	513.464	60,8	39,0
Santiago	42.378	19.142	23.236	93.858	36.019	57.839	2,2	1,9	2,5	95.249	156.927	53,6	43,8
Estación Central	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Huechuraba	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Las Condes	27.748	7.386	20.362	79.030	17.523	61.507	2,7	2,4	3,0	79.123	142.178	65,4	36,0
Lo Barnechea	38	8	30	123	16	107	2,8	2,0	3,6	300	1.320	41,0	8,5
Maipú	176	156	20	1.286	1.052	234	9,2	6,7	11,7	1.810	6.154	33,6	19,7
Providencia	38.518	15.962	22.556	108.381	36.784	71.597	2,7	2,3	3,2	105.533	195.301	65,2	38,5
Pudahuel	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Recoleta	891	534	357	2.704	1.845	859	2,9	3,5	2,4	4.163	7.783	33,2	27,7
Vitacura	470	182	288	2.178	700	1.478	4,5	3,8	5,1	1.448	3.801	79,6	41,5
Provincia Cordillera	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Pirque	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
San José de Maipo	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Provincia Maipo	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Paine	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Provincia Melipilla	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Melipilla	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Curacaví	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Provincia Talagante	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Isla de Maipo	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0

Fuente: Estadísticas establecimientos de alojamiento turístico Primer Semestre 2013, SERNATUR

En este caso no se tiene registro alguno de llegadas ni pernoctaciones en este tipo de alojamientos por parte de chilenos ni de extranjeros.

En cuanto a las estadísticas por alojamiento en Camping (sitios y cabañas) en la Región, se tiene que:

Tabla 3.19: Alojamiento turístico en camping (sitios y cabañas) RM, 1° semestre año 2013

Región, Provincia y Comuna	Llegadas						Pernoctaciones					
	Sitios			Cabañas			Sitios			Cabañas		
	Total	Chilenos	Extranjeros	Total	Chilenos	Extranjeros	Total	Chilenos	Extranjeros	Total	Chilenos	Extranjeros
Región Metropolitana de Santiago	8.412	8.107	305	2.636	2.557	79	18.398	18.093	305	4.169	3.946	223
Provincia Santiago	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Santiago	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Estación Central	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Huechuraba	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Las Condes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Lo Barnechea	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Maipú	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Providencia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pudahuel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Recoleta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vitacura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Provincia Cordillera	3.040	2.960	80	1.543	1.514	29	7.704	7.624	80	2.528	2.445	83
Pirque	2.500	2.500	0	0	0	0	7.164	7.164	0	0	0	0
San José de Maipo	540	460	80	1.543	1.514	29	540	460	80	2.528	2.445	83
Provincia Maipo	1.055	1.055	0	292	292	0	2.110	2.110	0	584	584	0
Paine	1.055	1.055	0	292	292	0	2.110	2.110	0	584	584	0
Provincia Melipilla	4.180	3.955	225	801	751	50	5.955	5.730	225	1.057	917	140
Melipilla	4.180	3.955	225	801	751	50	5.955	5.730	225	1.057	917	140
Curacaví	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Provincia Talagante	137	137	0	0	0	0	2.629	2.629	0	0	0	0
Isla de Maipo	137	137	0	0	0	0	2.629	2.629	0	0	0	0

Fuente: Estadísticas establecimientos de alojamiento turístico Primer Semestre 2013, SERNATUR

Es posible observar que el extranjero prefiere el alojamiento en sitios de camping que en cabañas, en este caso. No así el turista chileno que prefiere el alojamiento en cabañas que en sitios de camping. De igual manera, la tendencia a la llegada de chilenos a la comuna de San José de Maipo supera a la que realizan los extranjeros.

3.1.1.3 Industrias relacionadas y de soporte

- Cámara de Comercio y de Turismo de San José de Maipo: Esta entidad ha sido el organismo encargado de velar por asuntos relacionados al turismo, aunque no al cien por ciento, pues su labor se enfoca en potenciar toda la actividad comercial en la comuna. Actualmente, el turismo se trabaja a fondo por la Cámara de Turismo de San José de Maipo.
- Cámara de Turismo de San José de Maipo: Esta entidad es la que en la actualidad trabaja los asuntos directamente relacionados con el turismo, teniendo a la sustentabilidad como pilar fundamental de trabajo.
- Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR): Es el organismo público encargado de promover y difundir el desarrollo de la actividad turística de Chile. Su misión institucional es ejecutar la Política Nacional de Turismo mediante la implementación de planes y programas que incentiven la competitividad y participación del sector privado, el fomento de la oferta turística, la promoción y difusión de los destinos turísticos resguardando el desarrollo sustentable de la actividad, que beneficien a los visitantes, nacionales y extranjeros, prestadores de servicios turísticos, comunidades y al país en su conjunto (Servicio Nacional de Turismo, 2014).
- Agrupaciones y Juntas Vecinales: Cuando se habla del desarrollo de la actividad turística en cualquiera de sus modalidades, turismo aventura, turismo cultural, turismo espiritual, etc., es necesario tomar en cuenta el factor “Comunidad”. Sin lugar a dudas, las agrupaciones de residentes y trabajadores son en muchos casos un ingrediente indispensable para alcanzar los objetivos de la gestión turística en una localidad. Esto cobra mucho más sentido cuando se habla de comunidades con un alto sentido de valoración de los recursos de sus localidades, como es el caso de San José de Maipo.
- Industria Transporte Público: La industria del transporte no se crea con un enfoque turístico, en la mayoría de los casos, pero es indispensable para el desarrollo del turismo en cualquier lugar. En la comuna de San José de Maipo el transporte es uno de los factores claves para el desarrollo de la actividad turística, y esto se debe en gran medida a las dimensiones geográficas del lugar. Es posible encontrar minibuses de la empresa TurMaipo que cada vez toman mayor conciencia de la importancia del turismo en la comuna, y cómo esto puede beneficiarlos. Esto se ve reflejado, por ejemplo, durante la época de verano pues proporcionan un servicio especial hacia ciertas localidades de la comuna, pues saben que la llegada de los turistas aumenta notablemente durante este período. Sin duda, esta industria es parte importante para el turismo en la comuna.

- **Industria de Telecomunicaciones:** La telecomunicación constituye un factor social y económico indispensable en la sociedad contemporánea en la que se vive. Distintas tecnologías tales como la TV, la radio, el teléfono, la telefonía móvil, redes informáticas, internet, etc., nacen con el fin de satisfacer necesidades científicas o militares, pero en la actualidad son parte importante en la vida de las personas en todo el mundo, incluyendo también a las empresas, instituciones privadas, públicas y políticas.

Por supuesto, en un territorio donde el turismo se ha hecho cada vez más importante y sustento de muchas personas como es San José de Maipo, las nuevas tecnologías deben convertirse en factores claves para la diferenciación.

- **Cóndores del Maipo:** Esta agrupación está conformada por distintos emprendedores de servicios turísticos, quienes, como ellos mismos postulan, aspiran a mejores senderos para el turismo sustentable, certificado y comunitario en el Cajón del Maipo, aportando e influyendo en la construcción de una nueva identidad que trascienda en el tiempo, promoviendo el Cajón como un atractivo e imperdible destino de la Región Metropolitana.

3.1.1.4 Estrategia, estructura y rivales

Como ya se comentó, SERNATUR es la entidad nacional para el desarrollo de la actividad turística en Chile. Actualmente, son varios los programas para el fomento del turismo. Uno de los que destaca, debido a su alcance, es la Estrategia Nacional de Turismo 2012 – 2020¹¹, el que tiene como pilares de estrategia 5 puntos bien definidos: la promoción, la sustentabilidad, la inversión y la competitividad, la calidad y el capital humano y, finalmente, la inteligencia de mercado. Con este trabajo, que involucra a actores del sector público y también privado, se pretende convertir a Chile en un destino turístico de clase mundial con una oferta atractiva, variada, sustentable y de alta calidad. La estrategia nacional hará del turismo el principal promotor de la conservación del medioambiente y del patrimonio y la identidad cultural de las comunidades, además de generar cerca de 40.000 nuevos empleos directos y 160.000 nuevos empleos indirectos para el año 2020. Esto mediante la creación de pequeñas y medianas empresas a lo largo del país vinculadas, por supuesto, al turismo. De los 5 pilares de estrategia se obtienen 46 líneas de acción, las que se irán actualizando con el paso del tiempo y a medida que sea necesario. La tarea de coordinar la ejecución de la estrategia y de su actualización será llevada a cabo por la Subsecretaría de Turismo. Además de esta estrategia a nivel nacional, SERNATUR también trabaja a nivel local con Planes Regionales de Desarrollo Turístico¹², que intentan dar respuestas a las necesidades de los empresarios turísticos, los propios turistas de cada región del país. Esto resulta crucial si se piensa

¹¹ Es posible revisar y descargar la Estrategia Nacional de Turismo en el siguiente link: <http://www.sernatur.cl/estrategia-nacional-de-turismo/>

¹² Los Planes Regionales de Desarrollo Turístico pueden ser descargados del siguiente link: <http://www.sernatur.cl/planes-regionales-de-desarrollo-turistico>

que Chile cuenta con una gran variedad de recursos, diferentes en cada zona, por lo cual deben existir planes de trabajo adecuados a cada realidad en relación a los recursos, a la comunidad, a la infraestructura, etc.

Otros planes que han sido impulsados y desarrollados por Sernatur son Calidad Turística, Programa Gira de Estudio, Programa Vacaciones Tercera Edad, Turismo Mujer, Programa de Fomento al Turismo, Programa de Promoción Internacional, Programa de Turismo Sustentable, Programa de Turismo Municipal y Programa de Conciencia Turística.

Una campaña importante a nivel interno es “Chile es Tuyo”, impulsada también por Sernatur. Esta campaña apunta a la promoción del turismo interno mediante diferentes tipos de publicidad, como comerciales televisivos, folletería y anuncios radiales, entre otros. No hay que olvidar que el turismo interno representa el 70% de la actividad turística del país, y que cada año la cifra aumenta. De hecho, el turismo interno aumento 20% entre los años 2010 y 2011, lo que significa que se aumentó de 4.7 millones a 5.6 millones de viajes realizados por chilenos.

Existen distintas agrupaciones a nivel nacional que trabajan en conjunto para fomentar y desarrollar la actividad turística en distintos puntos del país y de diversas maneras. Esta tendencia aumenta cada año y habla, por supuesto, de una industria que entiende que el trabajo en conjunto mejora los resultados. En relación a esto, es posible nombrar a ACHET (Asociación Chilena de Empresas de Turismo), FEDETUR (Federación de Empresas de Turismo de Chile), APTUR (Asociación de Periodistas de Turismo de Chile), ACHIGA (Asociación Chilena de Gastronomía), Hoteleros de Chile, ProChile (Instituto de Promoción de Exportaciones de Chile), CONFEDECH (Confederación del Comercio Detallistas y Turismo de Chile), CNC (Cámara Nacional de Comercios, Servicios y Turismo de Chile) y ChileSertur, sólo por nombrar a algunos.

Dos instituciones importantes dentro de la estrategia a nivel país son el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC) y la Corporación de Fomento a la Producción (CORFO). La primera es una corporación de derecho privado dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo que promueve y apoya iniciativas de mejoramiento de la competitividad de las micro y pequeñas empresas y pretende fortalecer el desarrollo de la capacidad de gestión de sus empresarios. La segunda es un organismo público que fomenta el emprendimiento y la innovación para mejorar la productividad de Chile, con el fin de alcanzar posiciones de liderazgo mundial en materia de competitividad. Ambas instituciones trabajan con planes, programas y concursos apoyando a personas y empresas en distintas actividades económicas.

Con respecto a la competencia directa que tiene la comuna de San José de Maipo, es posible mencionar a la comuna de Pirque. Esta comuna, al igual que San José de Maipo, se encuentra en la Región Metropolitana y también pertenece a la Provincia de Cordillera. Pirque resulta ser el rival principal de San José de Maipo debido, principalmente, a su parecido geográfico. Uno de los atractivos más importante de San José de Maipo es su recurso natural, factor clave en el desarrollo de actividades de tipo espiritual. Por su lado, la comuna de Pirque posee también importantes

recursos naturales que la convierten en un buen destino turístico desde Santiago, lugar donde llega gran cantidad de turistas. Esta comuna cuenta con una variada planta turística, entre los que se encuentran bares, restaurantes, cafeterías, centros de spa, golf y polo, picnics, viñedos, cabañas y hostales. Además, Pirque también posee una oferta espiritual, la que no supera a la que tiene San José de Maipo, debido tal vez a que es considerablemente más pequeña a nivel geográfico. Allí es posible encontrar centros de espiritualidad en los que se desarrollan actividades tales como yoga, reiki, temazcales y, en general, distintas terapias naturales.

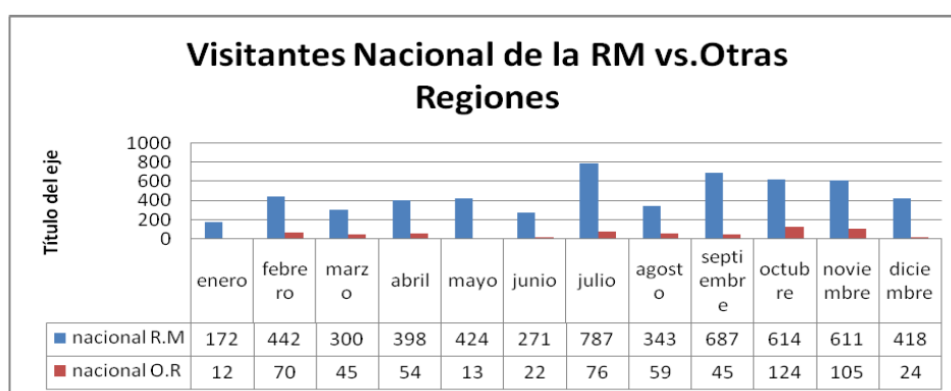
3.1.2 Micro-entorno

Ahora se realizará un análisis a nivel interno de la comuna de San José de Maipo, en base al turismo de tipo espiritual. Para esto se utilizará la herramienta de análisis llamada “las 5 fuerzas de Porter”, fuerzas, que según su creador Michael Porter, influyen en la rentabilidad a largo plazo de algún mercado o de algún segmento de este, y deben ser tomadas en cuenta a la hora de evaluar objetivos y recursos en la estrategia que formule una organización o un sector industrial. A continuación se hace el análisis de estas fuerzas una a una.

3.1.2.1 Poder de negociación de los clientes

La persona que visita la comuna para realizar actividades turísticas son en su mayoría chilenos realizando turismo interno, con un 72% de presencia, mientras que el 28% restante corresponde a extranjeros (Ilustre Municipalidad de San José de Maipo, 2012). En el siguiente gráfico es posible observar una realidad interesante:

Gráfico 3.3: Visitantes nacionales de la RM versus otras regiones del país



Fuente: Cuenta pública comuna San José de Maipo año 2012

Del 72% de visitas a la comuna de chilenos, el 89% corresponde a personas provenientes de la Región Metropolitana, y sólo un 11% viene de otras regiones del país. Esto se pudo observar también en el análisis de las encuestas realizadas en esta investigación para determinar

el perfil del turista que realiza actividades de tipo espiritual en la comuna. El turista de San José de Maipo es chileno y proviene en su mayoría de la Región Metropolitana.

Según la Cuenta Pública 2012 de la comuna de San José de Maipo, se ha registrado un aumento considerable en la información que el turista adquiere antes de realizar turismo en el país. Esto se asocia al aumento en las visitas a páginas web de la comuna, por ejemplo, plataformas sociales como Facebook o Twitter, en comparación con años anteriores. También lo indican los porcentajes en aumento en relación a quienes visitan oficinas de SERNATUR y de turismo en general en la Región Metropolitana.

Sin embargo, muchas de las empresas que se visitaron para esta investigación acerca del turismo espiritual no cuentan con grandes planes de publicidad. Muchas han confiado durante años en los sitios web con los que cuentan y con una difusión más bien discreta.

Es importante mencionar que el grado de organización que poseen los clientes hoy en día es altísimo. Eso fue posible comprobarlo durante la aplicación de las encuestas para esta investigación. Gran cantidad de las personas que respondieron esta encuesta declararon estar en viajes empresariales grupales o estar participando de alguna actividad a nivel grupal. Es decir, un alto número de quienes realizaban estas actividades lo hacían con un alto nivel de organización. Por supuesto, no es posible aplicar esto a toda la comuna, pero es necesario destacar esta tendencia.

Actualmente la comuna cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico realizado en el año 2011 por estudiantes de la Escuela de Turismo del instituto profesional DuocUC. Este ha servido como apoyo para las estrategias que se han formulado durante estos años a nivel público-privado, pues cuenta con diversa información y estrategias recomendadas a seguir. Una de las estrategias del Pladetur es la de desarrollar una imagen-objetivo, pues según el análisis que se realizó en el documento la comuna se presentaba como un “entorno turístico”, es decir, un espacio con una oferta difusa de productos y servicios locales y de naturaleza, y no como un “destino turístico”, con una identidad y objetivos claros. Tal vez gracias a esta estrategia propuesta es que actualmente la comuna trabaja para posicionarse como un destino turístico en el país, de manera sustentable, aportando en el crecimiento, desarrollo y cuidado de los recursos que posee. El problema percibido en este punto es la fecha de elaboración del documento, pues cada año las realidades y tendencias van cambiando y así debe ser también con los planes de desarrollo turístico.

Es posible apreciar “diferenciación” en los productos y servicios entregados por quienes desarrollan turismo espiritual. Esto se logra gracias a la profesionalización de sus trabajadores, a la calidez de quienes conforman las empresas y de la comuna en general, a la trayectoria de décadas de algunas empresas desarrollando este tipo de turismo, como lo es el caso de “Cascada de Las Ánimas”, y por supuesto el entorno natural con el que cuenta la comuna. Este último es uno de los factores más importantes en el desarrollo de actividades de tipo espiritual, pues como ya se mencionó, cuando el ser humano necesita estar tranquilo, pensar y relajarse busca instintivamente el medio natural. La comuna de San José de Maipo posee una inmensa variedad

de paisajes, con montañas, cerros, ríos, glaciares, embalses, cascadas, etc., que le entregan una clara diferenciación frente a sus competidores. Hay que dejar en claro que cuando los productos y servicios logran diferenciarse del resto por sus atributos las posibilidades de que los clientes sigan prefiriéndolos en el tiempo es alta. En este sentido, la propuesta turística espiritual de la comuna hasta el momento es atractiva para los turistas, lo que sin duda resta el poder que los clientes puedan tener.

3.1.2.2 Poder de negociación de los proveedores

En el caso del poder que tienen los proveedores con las empresas turísticas de tipo espiritual dentro de la comuna de San José de Maipo, es posible decir que no existe mucha influencia. Muchas de estas empresas consiguen sus insumos en distintas partes, no con un único proveedor, y mantienen relaciones cercanas y de confianza con los que tienen. Ejemplo de esto es los que sucede con la comunidad Lemulawen, ubicada en el sector de El Canelo, que aprovecha las cosechas de sus propios vecinos para surtirse de verduras, o de miel de abeja utilizada en algunas actividades. Otros insumos los compran en La Vega Central, como los cereales que utilizan, o lo hacen en localidades del sur de Chile, aprovechando viajes por seminarios o negocios, como el tabaco que se ocupa para algunos productos medicinales que comercializan y utilizan en actividades. En este caso las relaciones con los proveedores son de confianza por un lado, y por el otro no de exclusividad. Otro ejemplo de esta realidad es la que se observa en el Bazar Esotérico Nauoma, en donde prefieren contar con diferentes proveedores precisamente para evitar que estos ejerzan algún tipo de poder. En este caso, los proveedores son bastante más escasos que los que podrían tener otro tipo de empresas, como botillerías o restaurantes, según comentan sus propios dueños. Sin embargo, prefieren mantener su poder frente al que puedan tener sus proveedores sobre ellos, manteniendo a una variada gama y no guardando exclusividad con algunos.

En el caso del turismo espiritual la situación varía con respecto a empresas en donde los insumos para trabajar son de suma importancia. Acá la mano de obra o recurso humano juega el rol fundamental en el servicio. Si observamos la realidad de los Spa que entregan servicios de masajes, yoga o reiki, por ejemplo, son los terapeutas los que hacen el trabajo central. Los insumos necesarios para estos trabajos se pueden comprar perfectamente en distintos lugares, como los aceites para masajes o los jugos y frutas que complementan el servicio. Entonces, el poder de negociación que puedan tener tales proveedores sobre este tipo de empresas se ve considerablemente más reducido. Además, cabe destacar la cercanía que existe con Santiago, donde la oferta de insumos es bastante más abundante que la que existe dentro de la misma comuna, lo que facilita el cambio de proveedores o la búsqueda de nuevos.

3.1.2.3 Amenaza de entrada de nuevas rivalidades

La comuna de San José de Maipo presenta una oferta turística variada en todo sentido, siendo su fuerte el recurso natural que posee, lo que permite la realización de tal variada oferta. Por esta razón los competidores que puedan presentarse deben asumir una serie de barreras de entrada tales como la diferenciación del producto y/o servicio. A pesar de que San José de Maipo se encuentra en proceso de desarrollo de una identificación de marca a nivel comunal, el producto y servicio espiritual marca la diferencia gracias al profesionalismo del recurso humano, al ya mencionado recurso natural y a la calidez de la comuna. Estas no son características que se puedan copiar fácilmente lo que le da una ventaja importante a la comuna. Los requisitos de capital, como en cualquier otro sector industrial, pueden actuar de manera adversa para quienes quieran ingresar al mercado del turismo espiritual. Las empresas que realizan actividades de tipo espiritual en San José de Maipo llevan años en el rubro y saben que no basta sólo con buenas ideas. En la manera en que se invierta en buena mano de obra, en innovación tecnológica, en un área estratégica, etc., permitirá de igual manera obtener retornos económicos favorables.

Dos puntos que podrían tentar a quienes quieran entrar en este tipo de mercado son el “acceso a los canales de distribución” y las “represalias de las empresas establecidas”. En primer lugar, muchas de las empresas que forman la oferta turística espiritual de San José de Maipo no cuentan con grandes planes de publicidad para fomentar el aumento de la demanda de sus productos o servicios, pues confían en su trayectoria y en la calidad que entregan. Por eso es posible encontrar empresas que mantienen publicidad mediante sus páginas web, folletería y la, tan común, “recomendación”. En este sentido, alguna empresa que quiera establecerse en el sector y haya superado algunas barreras de entrada tales como los requisitos de capital, por ejemplo, podría, eventualmente, acceder a canales de distribución tales como las plataformas sociales o sitios web sin mayores dificultades. En segundo lugar, las empresas establecidas en San José de Maipo que conforman la oferta turística espiritual de la comuna basan su estrategia en la diferenciación de sus productos y/o servicios mediante la calidad. Sus esfuerzos se enfocan en la entrega de una experiencia de calidad para el turista y el trabajo constante, lo que hace que la “competencia salvaje” no tenga espacio y sea más bien del tipo “cortés”. En este sentido, la tendencia por parte de estas empresas establecidas en relación a empresas que no pertenezcan al sector y que quieran incorporarse probablemente sea sólo de “alerta” y no de “represalias”.

3.1.2.4 Amenaza de productos sustitutos

Una modalidad del turismo que podría sustituir al de tipo espiritual es el “ecoturismo”. Según la Secretaría de Turismo de México, el Ecoturismo se define como “los viajes que tiene como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma”.

El ecoturismo busca, mediante la naturaleza, satisfacer necesidades de autorrealización, sacando a las personas de los tiempos impuestos por el sistema moderno para vivir a su propio ritmo, viajando de forma activa y responsable, valorando y respetando las particularidades naturales y socioculturales de los lugares visitados. Por estas razones el ecoturismo se presenta como una modalidad del turismo sustituta a la espiritual, pues tiene la capacidad de hacer que las personas estén más en contacto consigo mismas mediante el contacto con la naturaleza. Este tipo de turismo sería un sustituto imperfecto, pues a pesar de cumplir con algunas de los objetivos del turismo espiritual no tiene el mismo enfoque. El ecoturismo pretende de alguna manera volver a acercar al ser humano a sus raíces, a sus orígenes, como parte del planeta, de los seres vivos, parte del inmenso universo, y esto permite a las personas acercarse un poco más a quienes realmente son, pero no de forma directa, por lo que los resultados pueden ser relativos.

En este sentido, la competencia directa de San José de Maipo, es decir la comuna de Pirque, podría llevar a cabo la tarea de sustitución, pues además de realizar actividades de tipo espiritual se observa un gran potencial con respecto a su recurso natural, aunque no explotado adecuadamente.

Otro tipo de turismo que podría ser un sustituto para el turismo espiritual es el “turismo religioso”. En capítulos anteriores se definió este tipo de turismo para marcar las diferencias entre ambos, pues muchas veces es confundido con el turismo espiritual. Quienes realizan turismo religioso buscan alcanzar gracias espirituales, buscando la proximidad, la inmersión o el contacto con lo sagrado para ellos. Por esta razón este tipo de turismo está relacionado fundamentalmente con las creencias.

El turismo de tipo religioso podría cumplir con algunos de los objetivos del turismo espiritual, pues como ya se mencionó en este estudio, las principales motivaciones de las personas para realizar actividades relacionadas al turismo espiritual son por salud y por circunstancias emocionales. Desde este punto de vista, un acercamiento a diferentes actividades de tipo religioso podría aportar en algún grado, dependiendo del tipo de creencias de las personas, ayuda para la manera en que se carga con tales problemas de salud y de situaciones emocionales. Es necesario que quede claro que, como se acaba de mencionar, actividades de turismo espiritual podrían ser reemplazadas por las de tipo religioso sólo dependiendo del grado de religiosidad que tengan las personas. Por lo que el turismo religioso podría ser un sustituto perfecto o imperfecto, dependiendo de este grado de religiosidad y de aceptación.

Con respecto a este tipo de turismo, no es posible observar a algún sector industrial en el entorno inmediato de San José de Maipo, pues no existen fiestas destacadas a nivel turístico en las cercanías. A nivel país, sin embargo, es posible encontrar bastantes fiestas y celebraciones de tipo religiosas que congregan a fieles y turistas de Chile y del mundo. Ejemplo de esto es lo que sucede en la ciudad de Andacollo en la Región de Coquimbo, con los cerca de 500.000 feligreses provenientes de todas partes de Chile y del extranjero durante los meses de octubre y diciembre y su celebración en honor Nuestra Señora del Rosario de Andacollo.

Otro claro ejemplo es lo que ocurre en la comuna de Pozo al Monte en la Región de Tarapacá con la Fiesta de La Tirana en el mes de julio en honor a La Virgen del Carmen, reuniendo a cerca de 250.000 feligreses.

3.1.2.5 Rivalidad entre los competidores

Como ya se comentó en el análisis del macro-entorno de San José de Maipo, la competencia más próxima que se observa es la comuna de Pirque. Esto es debido a varios factores, dentro de los cuales destaca su cercanía a Santiago, que como ya es sabido, es el punto de ingreso de gran cantidad de turistas nacionales e internacionales. También es considerada competencia directa por el tipo de geografía que posee, es decir, los recursos naturales que posee son abundantes, y esto es una de las prioridades a la hora de realizar alguna actividad relacionada al turismo de tipo espiritual. De hecho, al igual que en San José de Maipo, las actividades de tipo espiritual también se realizan en Pirque, al igual que otras modalidades del turismo, como turismo aventura, turismo vitivinícola y turismo gastronómico, entre otras.

Sin embargo, el escenario competitivo es más bien tranquilo, y se aprecia una competencia de tipo “cortés”. Esto es debido a que las empresas que trabajan con actividades turísticas espirituales en San José de Maipo, en su mayoría, intentan aumentar su cuota de mercado mediante acciones que se enfoquen en la profesionalización de su recurso humano, en la calidad de sus productos y servicios, en la innovación y creatividad de sus ofertas, etc. Es decir, la idea es concentrar sus esfuerzos en la satisfacción de los clientes más que gastar energías en opacar a la competencia. Esta tendencia también se observa en la comuna de Pirque. Desde el año 2008 aproximadamente, las empresas de turismo del sector privado de esta comuna se han agrupado para trabajar en conjunto por el bienestar de sus patrimonios y también de la comunidad en general.

Ambas comunas trabajan de una manera muy parecida a la hora de hablar de competencia en el ámbito turístico. Sin embargo, una importante diferencia entre ambas radica en el apoyo municipal, pues mientras San José de Maipo cuenta con un departamento de turismo encargado de velar por el desarrollo de este a nivel público, Pirque no posee un área específica para el desarrollo de tal actividad. Es por esta razón, como ya se mencionó, que los empresarios del sector turístico de Pirque han trabajado en conjunto ya hace algunos años, pues logran entender cuán importante es para la comuna el desarrollo de actividades de tipo turístico y cuanto impacto generan en la calidad de vida de las personas, residentes y visitantes.

La Cámara de Turismo y la Asociación de Turismo Sustentable, ambas de Pirque y del sector privado, se han involucrado en diversas actividades con agrupaciones de la comuna de San José de Maipo, en pro del desarrollo turístico y también del bienestar de la zona en general. Ejemplo de esto son distintas actividades con la organización “Coordinadora Ciudadana Ríos del Maipo”, creada hace algunos años y conformada por ciudadanos en respuesta al mega proyecto hidroeléctrico llamado “Alto Maipo” de la compañía transnacional AES Gener, que pretende intervenir áreas importantes y de manera irremediable en la comuna de San José de Maipo.

En conversaciones con Paloma Olivares, encargada de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la Municipalidad de Pirque, fue posible enterarse del aumento significativo de las visitas por parte de turistas a la comuna en cuestión en el último tiempo. Es por ese motivo que dentro de las propuestas futuras está la idea de desarrollar el turismo en la zona, pero enfocándolo en el recurso patrimonial. Esta es la idea por parte del municipio al menos. Si fuera este el caso, la diferenciación de los productos entre ambas comunas sería clara, y en tal caso San José de Maipo llevaría la delantera como destino de naturaleza y relajó.

Es importante destacar que la comuna de Pirque es bastante más pequeña que San José de Maipo, son cerca de 50 mil hectáreas versus 500 mil aproximadamente y que el trabajo para el desarrollo del turismo ha sido desarrollado en su mayoría por actores del sector privado y no por aquellos del sector público, al menos durante los últimos años. Esto ha impedido el trabajo en conjunto por parte de ambos sectores, que sería la situación ideal.

Esta es la realidad en términos competitivos entre ambas comunas, lo que deja bastante clara la situación.

3.1.3 Análisis de Recursos, Capacidades y Habilidades

La Teoría de los Recursos, Capacidades y Habilidades parte de la definición de la empresa como un conjunto de capacidades y recursos heterogéneos, y pretende descubrir cuáles son las verdaderas raíces de las ventajas competitivas, que a la vez son las que justificarán la formulación de la estrategia empresarial que se adopte. Por esta razón, es de suma importancia identificar estos puntos en la comuna de San José de Maipo, pues es con ellos que se podrán crear estrategias para el sector en relación al desarrollo del turismo espiritual.

Como se vio en los resultados de las encuestas, la naturaleza tiene una relevancia fundamental a la hora de hablar de turismo espiritual en la comuna. Es por esta razón que a continuación se hará una descripción de los principales atractivos turísticos naturales.

Tabla 3.20: Catastro de atractivos naturales en San José de Maipo

ATRACTIVO	TIPO DE ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN
Cerro Purgatorio	Sitio Natural	Este cerro se encuentra al sur de los sectores de las Vertientes, El Canelo y el Manzano y alcanza casi los 2.500 metros de altura. Es posible realizar trekking, y distintas actividades relacionadas al turismo. El paisaje que se observa desde su cumbre es el del Valle y del Río Maipo. Es posible visitarlo durante todo el año.
Fundo Estero El Manzano	Sitio Natural	En este lugar es posible observar vegetación y fauna, además de algunos vestigios de la cultura Inca. Distintas actividades se pueden realizar en este lugar, tales como caminatas, paseos a caballo, trekking, escalada y fotografía.
Centro de Ski Lagunillas	Sitio Natural	Situado a 67 km. de Santiago y tiene 2.200 metros de altitud. La superficie esquiable es de 200 hectáreas y posee 13 pistas con diferentes grados de dificultad. Es posible realizar esquí nocturno, andinismos, esquí fuera de pista, trekking y snowboard.
La Puerta de Los Sapos	Sitio Natural	Es posible observar un bosque esclerófilo sin mayores intervenciones humanas, con especies como el Peumo, Quillay, Litre, Maitén, Boldo y Guayacán. Se puede realizar distintas actividades, como trekking, fotografía y observación de flora y fauna.
Los Azules	Sitio Natural	Piscinas naturales con una hermosa tonalidad celeste debido a sus piedras y a las sales minerales que posee. Se puede realizar baños, trekking, excursiones, acampar y observaciones de flora y fauna.
Sector El Alfalfal	Sitio Natural	Es posible llegar a este sector a través de la ruta Río Colorado, donde se observa un cajón angosto rodeado de montañas y cordilleras, con una vista de increíble belleza. Se pueden realizar actividades como caminatas, ecoturismo, excursiones o picnic.
Estero Las Monjas	Sitio Natural	Se puede acceder a este sector al inicio del Río Colorado, aunque es un recinto privado, perteneciente a la Fundación Río Colorado. Se pueden observar bosques de Peumo y una gran variedad de flora y fauna. Es posible realizar fotografía, trekking, observaciones de flora y fauna y baños en el río.
Pozas La Gringa y El Puma	Sitio Natural	A este lugar se accede por El Camino El Toyo y luego se sigue a pie por El Estero El Sauce. Se camina aproximadamente por dos horas. Es posible realizar caminatas y baños.

ATRACTIVO	TIPO DE ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN
Río Olivares	Sitio Natural	Este río desemboca en el Río Colorado. Es necesario llegar al sector de El Alfalfal. El clima es de precordillera, caracterizado por un verano relativamente fresco, 24°C, y un invierno con una temperatura media de 1,4°C. El paisaje se compone por una configuración geológica intrusiva de enormes macizos rocosos, farellones integrados por rocas efusivas con escasas intercalaciones sedimentarias y presencia de glaciares Alfa, Beta y Gama a una altura aproximada de 5000 msnm. En la parte precordillerana se pueden observar bosques de Quillay, Maqui Blanco, Tebo, Collihuay, Palqui, Ortiga y Espinalillo, donde se pueden realizar picnic y camping.
Estero El Museo	Sitio Natural	Se puede llegar a este lugar a pie o a caballo por el Río Colorado. Al final de este estero es posible encontrar el cerro y el glaciar El Museo (4.194 msnm). Es posible realizar actividades como acampar, excursiones, media y alta montaña, visita al estero y contemplación del paisaje.
Termas de Tupungato	Sitio Natural	Se observa un paisaje de altas cumbres y una cobertura de vegetación de Quillay, Maqui y Colliguay, en su mayoría matorral esclerófilo. La presencia de termas en este lugar se debe a la formación volcánica de la zona. Es posible realizar excursiones guiadas o informales, visita a las termas y fotografía.
Volcán y Glaciar Tupungatito	Sitio Natural	Se accede por el Río Colorado encontrándose con un paisaje de altas montañas, quebradas y esteros. A través del Estero Tupungatito se accede a mediante senderos al Glaciar Tupungatito, Portezuelo del Tupungato y al Cerro Tupungato. Se pueden realizar excursiones al volcán y al glaciar, alta montaña y trekking.
Pozas el Melocotón	Sitio Natural	Es posible acceder a esta área por la Quebrada El Melocotón frente al puente El Toro donde se sigue por un sendero unos 600 metros. Luego de pasar unas cascadas donde es posible acampar se sigue hasta las pozas.
Estero San Gabriel	Sitio Natural	Este estero se ubica en la orilla del Camino al Volcán, y debido a su vegetación alta y leñosa es posible la realización de picnics y acampar, además de bañarse en las aguas del estero, aunque esto último no está permitido de manera oficial.
Rodados San Gabriel	Sitio Natural	Se ubica en el camino paralelo hacia el Embalse El Yeso, donde se pueden apreciar escarpados cerros perfectos para la práctica de la escalada. Se pueden realizar actividades de caminatas, picnics, observación de paisajes y fotografía.
Laguna Negra y Lo Encañada	Sitio Natural	Estas lagunas se encuentran a 27 kilómetros al nororiente de la localidad de San Gabriel y están insertas en un paisaje de montañas y una vegetación de matorral esclerófilo andino, en su mayoría de especies herbáceas, arbustivas y en una menor densidad arbórea. Lamentablemente, es un área privada por lo que la realización de actividades turísticas, como caminatas, observación de flora y fauna, picnics o camping, está sujeta a los permisos correspondientes.
Termas del Plomo	Sitio Natural	Desde el Embalse El Yeso se observan los Baños Termales del Plomo a unos 3000 metros sobre el nivel del mar. En este lugar es posible realizar observación de flora y fauna, excursiones y baños en las termas.
Cerros Picos Negros, Cortadero San Francisco, Mesón Alto y Punta Esmeralda	Sitio Natural	Esto está conformado por varios cerros de alta montaña, de constante nieve y de glaciares. La altura de estos cerros varía entre los 3.500 a 4.500 metros sobre el nivel del mar. Es posible realizar actividades como excursiones, andinismo, alta montaña, visitas a sitios naturales, contemplación de paisajes, observación de fauna y termalismo.
Camino El Volcán	Sitio Natural	Este camino de tierra, desde el pueblo El Volcán hasta Baños Colina, va por la orilla del Río El Volcán, desde donde se pueden observar hermosos fondos montañosos. Luego, siguiendo el camino del Valle Colina, bordeando el río del mismo nombre, es posible encontrar paredes de aproximadamente 3 metros de alto de hielo. En esta área es posible realizar actividades de observación de flora, fauna y geológica, fotografía y caminatas.

ATRACTIVO	TIPO DE ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN
Baños Morales y Lo Valdés	Sitio Natural	Baños Morales se ubica frente al sector de Lo Valdés a 1.950 metros sobre el nivel del mar, donde se encuentran posadas y refugios familiares y aguas termales, barrosas y de color amarillo, muy demandadas por personas con problemas reumáticos. El sector de Lo Valdés se encuentra a 93 kilómetros de Santiago y en él se puede observar el “Valle de los fósiles”, un centro invernal sin canchas de esquí pero se pueden realizar actividades como escalada, trekking, cabalgatas y excursionismo. También se encuentra un caserío de origen minero.
Monumento Natural El Morado	Sitio Natural	Esta área protegida cuenta con una superficie de 3.009 hectáreas y abarca el cajón del Río Morales y los cerros aledaños. El cerro El Morado es el más alto de los cerros que rodean al cajón con 5.060 metros sobre el nivel del mar. Posee una fauna diversa, con especies como el Yal, Cometocino, Chirihue dorado, Jilguero negro y cordillerano, Tenca, Zorzal, Golondrinita chilena, Dormilona fraile, Churrin, Bandurria y Minero, entre otros. La flora se compone principalmente por matorrales esclerófilos andinos, aunque también es posible observar en las zonas más bajas Olivillo de la cordillera, Hierba blanca y Cola de Zorro. Las actividades para realizar en este lugar son variadas, como escalada, andinismo, caminatas, observación de flora y fauna, acampara, baños, observación de fósiles marinos, cabalgatas, etc.
Cerro Punta Zanzi	Sitio Natural	Ubicado en el cajón de Lo Valdés a 3.747 metros sobre el nivel del mar, este cerro permite realizar actividades como el andinismo y la escalada. En él es posible observar la fauna típica de la zona, como los cóndores y es un área ideal para actividades relacionadas al turismo de aventura.
Camino Río Colina hasta Baños Colina	Sitio Natural	Es posible acceder por el Camino El Volcán para luego seguir por el camino del Valle Colina bordeando el río del mismo nombre, pudiendo apreciarse bloques de nieve y un cajón más estrecho, además de restos de refugios abandonados y las Termas de Colina. Se puede realizar actividades como fotografía, observación de paisajes y de formaciones geológicas.
Cajón de las Nieves Negras	Sitio Natural	Se accede por Baños Colina mediante senderos. Se puede ingresar a caballo con guía durante aproximadamente 8 horas, pudiendo observar paisajes de alta cordillera, quebradas y formaciones geológicas. Las actividades que se pueden realizar en esta área son fotografías, observación de flora, fauna, formaciones geológicas y geomorfológicas, paseos a caballo, camping y picnic.
Cerro Carreño y Carreñito	Sitio Natural	A esta área se puede acceder a pie encontrándose con una vegetación alto andina, a orillas de la quebrada. Es uno de los paisajes más hermosos que se puede apreciar desde Baños Colinas y donde se pueden realizar cabalgatas, trekking, excursiones, observaciones de flora y fauna y contemplación del paisaje.
Cerro Puntigudo o La Plancha	Sitio Natural	Sus colores, café y blanco, y su altura de más de 4.100 metros sobre el nivel del mar, le dan una presencia imponente. Es posible realizar andinismo y escalada, además de la observación de fósiles marinos.
Ruta Río Maipo Melosas Cerro Catedral	Sitio Natural	Esta ruta es la continuación del Río Maipo a la que se puede acceder por el Camino al Volcán, en el kilómetro 75 por la ruta Los Queltehues. En el camino se puede observar la central hidroeléctrica Los Queltehues, alojamientos turísticos en las que fueron las casas de los trabajadores y un sinnúmero de atractivos como formaciones rocosas, ciadas de agua y esteros. Se puede realizar paseos a caballo, fotografías, observación de flora y fauna, escalada, trekking y excursiones.
Baños Colina	Sitio Natural	Se ubica a 105 kilómetros de Santiago y su altura es de 3.500 metros sobre el nivel del mar, donde se encuentran termas formadas por tres piscinas naturales, además de la posibilidad de realizar actividades como paseos a caballo, excursiones y observaciones de flora y fauna.

ATRACTIVO	TIPO DE ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN
Ruta desde el Fundo La Cruz de Piedra hasta hito Paso del Maipo	Sitio Natural	En este territorio que llega al paso fronterizo Hito Paso del Maipo es posible encontrar una variada diversidad de atractivos naturales como paisajes de alta montaña, formaciones geológicas y una cobertura vegetal de estepa alto andina. Uno de los atractivos que destaca es el Volcán Maipo el que a través de sus redes subterráneas conforman las termas Puentes de Tierra. Es posible también encontrarse con la Laguna El Diamante con aguas de color verde esmeralda en territorio Argentino. Algunas de las actividades a realizar en este lugar son las caminatas, andinismo, escalada, observación de flora, fauna y formaciones geológicas y termalismo.
Ruta desde Baños Colina hasta Paso Fronterizo Portezuelo Colina	Sitio Natural	En este territorio existe un conjunto de atractivos naturales conformado por paisajes de altas montañas, formaciones geológicas y por una cobertura vegetal de estepa alto andina. Es posible realizar distintas actividades vinculadas al turismo, tales como caminatas, andinismo, escalada, excursiones, observación de flora, fauna y formaciones geológicas, además de termalismo.

Fuente: Plan de Desarrollo Turístico 2011 de San José de Maipo, realizado por estudiantes de la Escuela de Turismo de DuocUC, sede Padre Alonso de Ovalle.

3.1.3.1 Recursos, capacidades y habilidades a nivel empresarial

A continuación se hará una descripción de las empresas que constituyen la oferta turística espiritual en la comuna de San José de Maipo con sus recursos y capacidades.

Tabla 3.21: Empresas que conforman la oferta turística espiritual

SANTUARIO DEL RÍO	
	<p>Servicios: 4 centros de reuniones con capacidad para 160, 50, 40 y 20 personas. Spa con masajes, tratamientos (estéticos y de sanación), piscina temperada, hidromasajes, sauna, gimnasio. 7 cabañas con capacidad para 2 a 8 personas, climatizadas y equipadas. Hostal. Capacitación para empresas outdoor. Restaurant. Wi-Fi.</p> <p>Personal: Recepcionista, Terapeutas, Profesores para tratamientos de sanación, mucamas, personal de limpieza, administrativo, de cocina, de mantención.</p> <p>Contacto: www.santuariodelrio.cl, info@santuariodelrio.cl, 27906900 / 28613175</p> <p>* Sello de calidad turística</p>

CASCADA DE LAS ÁNIMAS



Servicios: Cabañas para 2 a 8 personas, lodges de 36 a 38 metros cuadrados, hostel, camping, restaurant, 2 salones de eventos para 80 y 40 personas, piscina, spa con terapias naturales, sala de juegos, cabalgatas, caminatas, rafting, tirolesa, tour de viñas.

Personal: Recepcionista, Terapeutas, Profesores para tratamientos de sanación, mucamas, personal de limpieza, administrativo, de cocina, de mantención.

Contacto: www.cascadadelasanimas.cl, info@cascada.net, 28611303 / 28614019 / 098703912

* El predio Cascada de Las Ánimas fue declarado oficialmente Santuario de la Naturaleza en 1995.

SPA RÚSTICO CENTRO DE TERAPIAS Y CULTURA



Servicios: Terapias naturales como temazcal, masoterapia, reflexología, fitoterapia, reiki, biomagnetismo, acupuntura, flores de bach, masajes. Actividades culturales como ciclos de cine, talleres literarios. Algunos programas incluyen desayunos, onces.

Personal: Anfitriones, Terapeutas, Profesores para tratamientos de sanación, personal administrativo.

Contacto: www.lasvertientes.cl/sparustico/, vilove@hotmail.com, 28711367 / 0998846401

REFUGIO PIEDRA LUNA



Servicios: 6 cabañas de 2 a 9 personas, talleres, reflexología, programas de relajación, hipnosis y de crecimiento personal, caminatas, asados, excursiones y visitas a las termas.

Personal: recepcionista, Terapeutas, Profesores para tratamientos de sanación, personal administrativo, de limpieza, jardineros, mantención.

Contacto: www.piedraluna.cl, refugiopiedraluna@piedraluna.cl, 28611542.

<p style="text-align: center;">PACHAMAMA</p>	<p>Servicios: desayuno, cena y almuerzo, alojamiento en cabañas en Cascada de las Ánimas, cabalgata, caminata, ceremonias de purificación y renacimiento en la naturaleza, meditación, Chikung, limpieza de chacras.</p> <p>Personal: recepcionista, Terapeutas, Profesores para tratamientos de sanación, personal administrativo, de limpieza, jardineros, mantención.</p> <p>Contacto: www.pachamama.cl, info@pachamama.cl, 28611303 / 28614019</p>
	<p>Servicios: productos esotéricos como piedras, jabones, lámparas de sal, péndulos radiestésicos, gemas, aceites esenciales aromáticos. Servicios esotéricos como gemoterapia, terapia termo masajeadora, aromaterapia, reiki, limpieza áurica, feng shui, tarot, otros.</p> <p>Personal: anfitrión, terapeutas, personal administración.</p> <p>Contacto: www.nauoma.cl, nauomacamacho@gmail.com, 98487332</p>
<p style="text-align: center;">BAZAR ESOTÉRICO NAUOMA</p>	<p>Servicios: Amplio salón, comedores, cocina americana, dormitorios, áreas verdes, piscina. Estas instalaciones pueden ser arrendadas para Jornadas de trabajo, seminarios, capacitaciones y eventos. Su equipo de profesionales ofrece talleres sobre la nueva cosmología, la espiritualidad indígena, estudio sobre los arquetipos, rituales y prácticas eco feministas.</p> <p>Personal: personal de administración, de limpieza, de cocina, jardinero.</p> <p>Contacto: www.centrotremohue.net, reservas@tremohue.cl, 27671687 / 82258475</p>
<p style="text-align: center;">TREMONHUE</p>	

LEMULAWEN	<p>Servicios: Este lugar cuenta con un extenso espacio natural, donde es posible la realización de talleres, seminarios o charlas en torno a la permacultura, maternidad consciente, terapias naturales, círculos de mujeres, venta de productos naturales, otros.</p> <p>Personal: profesores y terapeutas. Voluntarios.</p> <p>Contacto: lemulawen.blogspot.com, lemulawen@gmail.com</p> <p>Observación: Aunque sus líderes no consideran este espacio para el turismo, dejan en claro que está abierto a cualquier persona interesada en las actividades.</p>
	

Como es posible observar, los recursos de la oferta turística espiritual de la comuna de San José de Maipo son variados, abundantes y de calidad. Muchas de estas empresas recién nombradas tienen años trabajando no sólo con terapias naturales sino explotando de manera sustentable las riquezas de la comuna, lo que les ha dado un nombre a nivel nacional y mucho prestigio. La mayoría de las empresas cuenta con amplios espacios donde la naturaleza juega un papel fundamental.

Uno de los factores cruciales a la hora de entregar un servicio, como es el caso de todas estas empresas, es el recurso humano. La calidez y la entrega de quienes trabajan en estos centros son visibles, incluso cuando sus estudios escolares o superiores no están directamente relacionados al turismo. Algunas empresas comentan que por la ubicación que tienen muchas veces les es difícil encontrar a personal que esté dispuesto a viajar grandes distancias, desde sus casas hasta su trabajo. Es el caso de empresas ubicadas en la localidad de San Alfonso, por ejemplo, las que están a una hora y media aproximadamente de la comuna de Santiago. Muchas de las personas que trabajan en empresas turísticas en esta localidad no poseen estudios en relación a las tareas que desempeñan, como trabajos en hostales o en restaurantes, pero son bien recibidas de igual manera por los dueños de éstas debido a la falta de mano de obra calificada. Esto no significa, sin embargo, que el servicio se debilite, sino más bien significa mayor tiempo de capacitaciones por parte de las empresas a sus trabajadores. Hay que dejar en claro que la profesionalización de quienes realizan terapias alternativas vinculadas a la oferta turística espiritual es óptima. Aquí el alcance que se hace con personal no capacitado adecuadamente es en relación a los servicios complementarios al turismo espiritual que tienen muchas empresas, lo que sin embargo no le resta importancia al hecho.

También es un problema en algunas empresas el personal bilingüe, y las causas son las mismas que se acaban de mencionar. Es sabido que en el rubro del turismo el idioma inglés es esencial, pues le otorga, no sólo a la empresa sino al sector, en este caso a San José de Maipo, competitividad frente a sus rivales.

Curiosamente, el recurso tecnológico, tan en boga en la actualidad por su contribución a la competitividad de las empresas y de los diferentes sectores industriales, no ha sido una prioridad para este tipo de empresas. Incluso las empresas del rubro turístico más grandes de la comuna, como Santuario del Río, por ejemplo, no cuentan con programas computacionales tan sofisticados para las reservas en las cabañas o el manejo de los menús en el restaurant. Más bien, apuntan al uso limitado de este recurso, como la cobertura de wi-fi, el teléfono o el uso de pagos con redcompra, y las razones son simples. Los objetivos principales de este tipo de empresas son otorgarles a los turistas una desconexión de sus rutinarias vidas, alejándolos del estrés y de la rapidez de las ciudades, y acercándolos a los espacios naturales y a la tranquilidad. La mayoría de estas empresas incluso se preocupa por la arquitectura de sus recintos, prefiriendo lo rústico a lo moderno, con el propósito de no constituir una invasión a estos espacios llenos de naturaleza.

Pareciera, entonces, que a pesar de algunas falencias observadas, el factor humano y las capacidades que este aporta a las empresas dedicadas al turismo de tipo espiritual son los que crean y captan el valor que genera la fidelidad de los turistas. No se debe pasar por alto, por supuesto, el recurso natural, que habla por sí sólo. Por lo tanto, las habilidades o aptitudes centrales se desprenden principalmente de estos puntos.

3.1.3.2. Recursos, Capacidades y Habilidades a nivel organizacional

En la comuna de San José de Maipo es posible encontrar un buen nivel organizacional a la hora de hablar de turismo en general. Actualmente, y como ya se ha mencionado con anterioridad en otros capítulos, la comuna cuenta con la Oficina de Información y Gestión Turística, encargada principalmente de velar por la atención a los visitantes a la comuna y la información de tipo turístico que ellos necesiten. En ésta oficina el visitante puede obtener un mapa de la comuna con información en español e inglés con relación a la naturaleza, la historia, los mitos y leyendas, actividades al aire libre, la comunidad anfitriona y un cuadro con información sobre los principales cerros de la comuna y las distancias entre los sectores que la conforman. Este mapa incluye iconografía en relación a las actividades que se realizan en la comuna y los sectores de ésta, además de una ruta patrimonial. Ésta oficina está a cargo del Sr. Aron Toledo, que a su vez es Coordinador Territorial de la Fundación San Carlos de Maipo, la cual cumple un papel importante dentro de los recursos financieros de la comuna y que se describirá más adelante. La Oficina de Información y Gestión Turística cuenta además con el trabajo de la Sra. Cecilia Núñez, que es la persona visible en este lugar. Por el momento, no se cuenta con personal bilingüe.

El inmueble ocupado por la oficina es el único que se posee para esta labor a nivel municipal, sin sedes o departamentos extras. Este está ubicado en la calle Comercio 19.778, en la localidad de San José de Maipo, frente a la sede de la municipalidad de la comuna. Sin embargo, para distintas actividades que involucran al turismo de la comuna, se hace ocupación de “La Casona” en el sector de La Obra, propiedad perteneciente a la Fundación San Carlos de Maipo.

A continuación se muestra el organigrama de la Ilustre Municipalidad de San José de Maipo, para identificar la jerarquización a nivel de departamentos:

Figura 3.1: Organigrama comuna San José de Maipo



Fuente: Cuenta Pública de la comuna de San José de Maipo, 2012

Como se aprecia en la ilustración, la Oficina de Información y Gestión Turística de la comuna, al igual que la Oficina Municipal de Cultura, están bajo el control del Departamento de Organizaciones Comunitarias de la Municipalidad que a su vez está bajo el mando de la Dirección de Desarrollo Comunitario (DIDECO).

El presupuesto mensual con el que cuenta la OIGT de la comuna es de \$3.500.000, el cual es destinado principalmente a la elaboración de folletería y pago de sueldo de la Sra. Cecilia Núñez. Con este presupuesto mensual no se sustentan ideas ni se llevan a cabo proyectos, por lo que la gestión de recursos en este punto es crucial. Casi la totalidad de proyectos a nivel turístico en la comuna son desarrollados gracias al aporte privado. En este sentido, el aporte que hace la Fundación San Carlos de Maipo es de gran ayuda.

La Fundación San Carlos de Maipo, mencionada con anterioridad, trabaja el turismo de la comuna en conjunto con la Municipalidad de San José de Maipo, además de otros temas a nivel social. Esta fundación se crea en el año 1997 y es una organización sin fines de lucro que surge a partir de la inquietud de la Sociedad del Canal de Maipo de sistematizar y encauzar algunas iniciativas de ayuda financiera con fines de beneficencia.

Esta fundación provee de recursos físicos, financieros y humanos a la Municipalidad de San José de Maipo.

Imagen 3.1: Oficina de Información y Gestión Turística de San José de Maipo



Imagen 3.2: “Casona de La Obra”, propiedad de la Fundación San Carlos de Maipo



En la Casona de La Obra se realizan la mayoría de los seminarios, cursos y talleres en general, que tienen relación al turismo y a lo social de la comuna. Esto se debe principalmente a la cantidad de salas (alrededor de 5) y los muebles necesarios para tales actividades, como sillas, mesas, proyectores y pizarras. Además se cuenta con cocinas y baños.

Cabe mencionar que la Fundación San Carlos de Maipo se autofinancia en su totalidad.

Es importante destacar unos de los proyectos más ambiciosos a nivel turístico que tiene la comuna, pues este aportará gran cantidad de recursos físicos, intelectuales y tecnológicos. Dentro de este año se tiene planeado comenzar los trabajos para la construcción de un “Visitor Center”, justo donde hoy se encuentra La Casona La Obra. Este pretende incluir toda la oferta turística de la comuna, con el fin de darla a conocer al turista de manera interactiva, con la ayuda de material audiovisual, pancartas y folletería. También se construirá un museo, que pretende contar con toda la historia de la comuna, de manera que el turista se entere del lugar en el que está y se sienta, de alguna manera, más en contacto con su cultura.

El centro también tendrá un departamento de estadísticas e información, que cumplirá la tarea de recopilar todos los datos del sector turístico para convertirlos en futuras ideas y proyectos, además de combinar todo esto con las últimas tendencias a nivel mundial de manera innovadora. Se integrará a todo esto una cafetería, cuya misión es darles confort a los visitantes y también ser un medio para obtener ganancias para el trabajo del mismo centro. Este centro incluirá equipo técnico y gerencial, además de atención al visitante de lunes a domingo. También se tiene considerado diferentes plataformas web. El objetivo principal del Visitor Center es convertir a la comuna de San José de Maipo en un destino turístico de excelencia en la Región Metropolitana.

La construcción de este centro marcará un hito para la comuna y aportará beneficios para todos los actores involucrados pues se trabajará con los mismos pilares con los que se ha trabajado hasta el momento: medioambiental, económico y sociocultural.

La creación de este Visitor Center es el trabajo en conjunto del sector público y privado de la comuna.

Otra importante asociación que aporta recursos y competencias a la comuna es “Cóncores del Maipo”, una asociación de emprendedores de servicios turísticos, quienes, como ellos mismos postulan, aspiran a mejores senderos para el turismo sustentable, certificado y comunitario en el Cajón del Maipo, aportando e influyendo en la construcción de una nueva identidad que trascienda en el tiempo, promoviendo el Cajón como un atractivo e imperdible destino de la Región Metropolitana. Esta se crea a partir de un proyecto público privado financiado por el fondo concursable de Sercotec IDM (Iniciativas de Desarrollo de Mercado). Esta organización cuenta con 10 empresas turísticas fundadoras, las que se describen a continuación:

- Casona de San José: Centro de eventos cuyos espacios se conforman por una casona levantada en piedra y maderas nobles con más de 70 años, salones y espacios exteriores para matrimonios, eventos de empresas y seminarios. Provee también servicios gastronómicos y de hospedaje, además de poseer amplios estacionamientos. Se ubica en calle Los Almendro n° 3.689, paradero 10, en el sector de Las Vertientes. (www.casonasanjose.cl)

- Los Baqueanos: A 1.200 metros del mar se encuentra este campamento, icono del Glamping, con domos geodésicos de vanguardia, totalmente equipados para ambientar espacios comunes y dormitorios, entregando la comodidad de un hotel en espacios remotos e inexplorados. Además cuenta con caballos, huertos y senderos habilitados y servicios de guías instructores. Se ubica en Camino al Volcán n° 4.926, Comunidad Canelo Alto. (www.losbaqueanos.cl)
- Hotel Peumayén: Este hotel cuenta con habitaciones dobles y suites con jacuzzi, perfectos para descansar y escapar de la rutina. Además, cuenta con amplios comedores, salones y jardines para seminarios y matrimonios con servicio de hospedaje. También cuenta con estacionamientos, servicios gastronómicos y servicios de spa. Se ubica en Camino al Volcán n° 16.779, sector de Guayacán. (www.hotelpeumayen.cl)
- Sureste: Es un emprendimiento familiar con más de 10 años de experiencia, dedicados al desarrollo y fortalecimiento de habilidades blandas en equipos humanos, mediante talleres outdoor con cobertura SENCE, programas outdoor para universidades y colegios, turismo “ruta de cuerdas”, talleres outdoor móviles, circuitos aventura, servicios gastronómicos, salones equipados y estacionamientos. Se ubica en Camino al Volcán km. 21, sector de San José de Maipo. (www.sureste.cl)
- Rancho El Añil: Este centro turístico cuenta con 20 hectáreas, con salones para seminarios y capacitaciones equipados con proyector, telón, plasma, notebook, wi-fi y amplificación básica. Además cuenta con cabañas de dos ambientes, servicio de mucamas, comedores, cocina tradicional chilena, piscina temperada e hidromasaje, piscina al aire libre, canchas de tenis, baby futbol, trekking, cabalgatas, canopy, paintball, mesas de ping-pong, pool y juegos de salón. Se ubica en Camino al Volcán n° 9.716, sector de El Manzano. (www.ranchoelanol.cl)
- Lomitas de Guayacán: Este centro turístico que cuenta con cabañas y departamentos matrimoniales completamente equipados , piscina, spa, miradores naturales, circuitos y senderos, salón y espacios exteriores para matrimonios, seminarios con servicios de hospedaje, servicios de alimentación, cabalgatas outdoor y estacionamientos. Se ubica en Camino al Volcán 18.140, sector de Guayacán. (www.laslomitasdeguayacan.cl)
- Cuernos Del Toro: Es un restaurante especializado en carnes, pescados y mariscos. Además cuenta con un salón para seminarios y capacitaciones, servicios de coffees y alimentación, cabañas equipadas, servicio de mucamas, piscinas, juegos de salos, canchas de baby futbol, sauna, tinajas y masajes. Se ubica en la calle Vista Hermosa n° 471, paradero 14, sector de Las Vertientes. (www.loscuernosdeltoro.cl)

- Isoterma: Es un equipo e instructores outdoor especializados en actividades educativas, deportivas y talleres de liderazgo, abarcando desde deportes extremos hasta observación de la naturaleza. Cuentan con equipos y medidas de seguridad para realizar rafting, trekking, mountain bike y paintball, además de un equipo compuesto por habitantes de la comunidad de San José de Maipo. (www.isoterma.cl)
- Donde Tío Pepe: Es un reconocido restaurante familiar de comida típica chilena con más de 20 años de historia. Mantiene un alto compromiso con el medioambiente y la comunidad, en especial con los artesanos de la zona, quienes ofrecen sus productos en el recinto. Además aplica energía solar y eólica en sus procesos productivos y realiza campañas y acopio de material reciclable. Cuenta con amplios estacionamientos y juegos infantiles, además de ser centro para eventos como matrimonios o graduaciones. Se ubica en Camino al Volcán 12.305, sector de El Manzano. (www.dondetiopepe.cl)
- Alto Puente: Es una empresa de transporte con más de 20 años de experiencia en el sector de San José de Maipo, con cerca de 30 vehículos, entre van, minibuses, taxis y buses. El equipo que lo conforma pertenece a la comuna, conociendo a cabalidad los distintos rincones que la conforman. Poseen un compromiso medioambiental pues cuentan con una flota de vehículos reconvertidos a gas en más de un 50% y en permanente renovación. (www.altopuente.cl)

Actualmente, esta asociación se encuentra trabajando en una innovadora plataforma de reservas on-line¹³, ya disponible en la web, muy similar a Lan.com o Despegar.com, con la que se pretende acercar la oferta turística del Cajón del Maipo a los turistas y visitantes que busquen vacacionar en esa zona. Esta plataforma permite a chilenos y extranjeros conocer la oferta turística del sector, realizar reservas en línea y pagar por los servicios que sean de su preferencia.

Por el momento no se han incluido empresas que ofrezcan alguna oferta turística de tipo espiritual.

Otra de las organizaciones que tiene relevancia a nivel turístico en la comuna es la Cámara de Turismo y Comercio de San José de Maipo, organización de tipo privada. Ésta se crea en el año 1995 con el fin de ser un aporte en temas vinculados al comercio creciente en la comuna y al desarrollo del turismo de manera organizada y sustentable. Actualmente, ésta cámara está compuesta por doce empresarios turísticos que tienen como fin aunar fuerzas para la gestión constante, mediante mesas de diálogos y reuniones. De estas reuniones, de hecho, surgió la idea de establecer en la comuna oficinas de información turística, en convenio con SERNATUR y la Municipalidad de la comuna.

¹³ <http://reservas.condoresdelmaipo.cl/>

La comuna además cuenta con una Cámara de Turismo relativamente nueva. Esta tiene aproximadamente dos años de vida, luego de reemplazar a la que tenía la comuna, ésta última con cerca de 25 años. La gestión que tenía la antigua Cámara de Turismo no era lo suficientemente efectiva frente a la nueva realidad turística de la comuna, por lo que la mejor opción fue reemplazarla. La actual Cámara de Turismo tiene como presidente al Sr. Eduardo Laborderie, dueño del restaurant “Los Cuernos del Toro” ubicado en el sector de Las Vertientes. Esta cámara cuenta con 38 socios, todas empresas vinculadas a la hotelería, gastronomía, y otros, vinculadas al turismo en la comuna. El pilar fundamental de trabajo de esta cámara es la sustentabilidad, con el objetivo de convertir a la comuna de San José de Maipo en un “destino turístico sustentable”, que es lo mismo que buscan las autoridades de la comuna en relación al desarrollo del turismo. La Cámara de Turismo cuenta con una Oficina de Turismo ubicada en el sector de Las Vizcachas, sector que es puerta de entrada a la comuna. Esta oficina tiene como labor promocionar a las empresas asociadas a la cámara y también al turismo en general de la comuna. La principal diferencia entre la Cámara de Turismo y la Cámara de Comercio y Turismo es que la primera trabaja al cien por ciento en el desarrollo y crecimiento del turismo en la comuna mientras la segunda dedica sus esfuerzos a potenciar el crecimiento del comercio de la comuna y se involucra bastante menos en actividades vinculadas al turismo.

Imagen 3.3: Oficina de Turismo ubicada en sector de Las Vizcachas.



3.1.4 Análisis de los Stakeholders

Los Stakeholders o también llamados Grupos de Interés, son los individuos o grupos que afectan o se ven afectados por una organización y sus actividades, o como en este caso, por un sector industrial. Es importante identificar a estos grupos de interés en el desarrollo de actividades, tales como el turismo de tipo espiritual por ejemplo, debido a que en muchos casos pueden ejercer algún tipo de influencia sobre los procesos o resultados de tales actividades. En el caso de la comuna de San José de Maipo es posible observar a diversos actores relevantes relacionados a la actividad turística, los que se mencionan y describen a continuación en dos grupos: internos y externos.

3.1.4.1 Internos a la Gestión Turística Espiritual de la comuna

- Alcalde de la comuna de San José de Maipo: Según la Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades, “el alcalde es reconocido como la máxima autoridad de un municipio, y es el encargado de dirigir, administrar y supervigilar el funcionamiento de la municipalidad”. Es por esto que el alcalde de la comuna, don Luis Pezoa Álvarez, se convierte en un actor fundamental en el desarrollo y gestión del turismo espiritual.
- Residentes de la comuna de San José de Maipo: En la actualidad, la comunidad local es un actor más a considerar en las actividades que una empresa o sector industrial decida emprender. Esto radica principalmente en el bienestar y calidad de vida de las personas, las que pueden convertirse en un aliado de las empresas o en un fuerte enemigo.
- Encargado de la Oficina de Información y Gestión Turística: Durante los últimos años, San José de Maipo se ha convertido en una comuna altamente visitada por turistas. Estos ven en ella un destino turístico atractivo y al alcance de la mano, debido en gran medida a su cercanía a la comuna de Santiago, punto estratégico turísticamente hablando, pues un alto porcentaje de turistas nacionales y extranjeros llegan a Santiago como punto de partida para la visita a otras regiones del país. Debido a esta realidad, muchos de los residentes de San José de Maipo han visto en esta tendencia una oportunidad de negocio que han sabido aprovechar mediante la creación de negocios o de empresas turísticas. En este sentido, la gestión de don Aron Toledo, encargado de la oficina de turismo de la comuna, es fundamental para el desarrollo y el crecimiento del turismo de manera sustentable, es decir, haciendo que el turismo aporte beneficios a nivel económico, social y medioambiental, logrando con este trabajo que San José de Maipo pase de ser una comuna a ser un destino.

- Presidente de la Cámara de Comercio y Turismo de San José de Maipo: Aunque la gestión turística sea una tarea más bien desarrollada por la Cámara de Turismo de la comuna, es crucial el trabajo que pueda aportar la Cámara de Comercio y Turismo. En el punto anterior se mencionó la realidad de muchos residentes de la comuna de San José de Maipo, que han visto en el turismo una oportunidad de negocio. Es por esto que todas las actividades a nivel comercial que se realicen guardarán estrecha relación con el turismo de la comuna. He aquí la responsabilidad que carga don Rubén Ortiz, Presidente de la Cámara, y de la cual se debe sacar provecho.
- Presidente de la Cámara de Turismo de San José de Maipo: La labor que ha realizado el conjunto de empresarios que forman esta cámara, que tiene al mando a don Eduardo Laborderie, ha sido precisamente debido a que lograron reconocer el potencial turístico de la comuna y cuan necesario era el trabajo en equipo de manera responsable y comprometida. Las directrices que formule esta cámara afectarán directamente al turismo de la comuna, a sus residentes y al trabajo a nivel nacional en términos turístico. Por otro lado, las tendencias a nivel mundial en relación al turismo afectarán a este conjunto de actores.
- Presidente de la Fundación San Carlos de Maipo: La fundación se ha involucrado en la actividad turística de la comuna de San José de Maipo desde hace un tiempo y tal vez porque notaron que el turismo es una actividad absolutamente capaz de generar oportunidades laborales, crecimiento económico y mejoras en la calidad de vida de las personas. Algunos de los objetivos de ésta fundación son promover, encargar, desarrollar y ejecutar toda clase de actividades y acciones en los órdenes de la salud, el deporte, la educación, la capacitación, la recreación y el bienestar, orientadas de modo principal a favor de la juventud, de la ancianidad y de las familias de menores recursos (Fundación San Carlos de Maipo, 2014). En este sentido, las actividades que se hagan para aportar mejoras a la vida de los residentes de la comuna de manera sustentable, como lo es el desarrollo del turismo espiritual por ejemplo, serán del interés del Sr. José Miguel Guzmán Lyon, Presidente de la fundación, puesto que mantiene los mismos enfoques con los que ellos han trabajado a nivel regional.
- Miembros de la Asociación Cóndores del Maipo: El pilar fundamental del trabajo de esta asociación es la sustentabilidad, que como se sabe involucra aspectos económicos, medioambientales y socioculturales. El turismo espiritual sigue los mismos ideales antes mencionados, pues apuesta por el desarrollo óptimo y consciente de los recursos naturales en los lugares intervenidos, como es en este caso la comuna de San José de Maipo, aportando distintas oportunidades laborales a la comunidad quien es uno de los actores que debe sacar mayor provecho de esto, protegiendo la identidad sociocultural de estos,

mejorando su calidad de vida y aportando a la economía no sólo de la comuna sino del país en general.

- Organizaciones comunitarias: Este tipo de organizaciones está directamente relacionado al desarrollo del turismo de todo tipo, espiritual, aventura, patrimonial, etc., por la importancia que ha cobrado el rubro en la comuna y los beneficios que de esto se desprenden. Además, como ya se ha dicho, la calidad de vida de las personas se ve afectada de manera positiva o negativa con la llegada de visitantes a las distintas zonas que componen la comuna, por lo que el trabajo en equipo y la opinión de estos influirá también en el desarrollo y crecimiento de la actividad.

3.1.4.2 Externos a la Gestión Turística Espiritual de la comuna

- Turistas de la comuna de San José de Maipo: La actividad turística se ha ido especializando cada vez más con el pasar de los años, y esto se debe principalmente a que los turistas buscan productos o servicios cada vez más personalizados y específicos, lo que los convierte en un mercado cada vez más difícil de satisfacer. En el caso particular de aquel turista que busca productos o servicios de tipo espiritual en San José de Maipo, los requisitos que este exige para satisfacer adecuadamente sus necesidades son claros y precisos, como se observó en el análisis de las encuestas realizadas en la comuna. Ejemplo de esto es la presencia de espacios naturales, en lo posible con poca intervención humana, productos o servicios de alta calidad y que respondan a los precios que están pagando y una atención del proveedor cercana y cálida, entre otros. Para este tipo de turistas es necesario diseñar productos o servicios adecuados a sus gustos, y he aquí la importancia de una correcta y constante investigación de mercado que aporte la mayor cantidad de información posible y un posterior análisis exhaustivo de tal información con el fin de obtener ideas y proyectos innovadores.
- Gobierno de Chile: El desarrollo de la actividad turística en Chile ha cobrado cada vez mayor importancia, y así lo muestran las estadísticas. Esta industria representa el 5% de los ingresos del sector exportador de Chile, equivalente a 2.357 millones de dólares sólo por concepto de turismo receptivo. Esto significa que la industria turística se sitúa en el puesto número 4 con respecto a las exportaciones a nivel nacional, superando de este modo a la industria vitivinícola, forestal y salmonera (Servicio Nacional de Turismo, 2012). Además, Chile cuenta con una geografía privilegiada de atractivos turísticos naturales, lo que convierte al país en un destino imperdible y único a nivel mundial. Prueba de esto es el desierto de Atacama, el más árido del mundo, los 139 volcanes activos que se poseen, más de 270 termas, 15.790 lagos y lagunas, más de 24.000 glaciares, 1.509 cumbres sobre 4 mil metros, más de 3.000 islas e islotes, 6.435 kilómetros de costa y 5 Patrimonios de la

Humanidad: Parque Nacional Rapa Nui, Iglesias de Chiloé, Campamento Sewell, Oficinas Salitreras Humberstone y Santa Laura y el área histórica de la ciudad-puerto Valparaíso. Esta realidad hace que el Gobierno de Chile dedique todos sus esfuerzos en el desarrollo y crecimiento de la actividad turística del país, sumando importancia no solamente a este tipo de atractivos sino también a la cultura e identidad de las personas, que es lo que hace a un país, y a su calidad de vida.

- Servicio Nacional de Turismo (Sernatur): Es el principal organismo público encargado de promover y difundir el desarrollo de la actividad turística del país. En este sentido, todas las actividades relacionadas directa o indirectamente con la industria turística serán de la incumbencia de Sernatur. Es importante mencionar que según datos de la Organización Mundial de Turismo, la llegada de turistas a Chile en el año 2011 fue de cerca de 3 millones, razón por la cual la oferta que el país ofrezca debe ser atractiva y variada, incluyendo y explotando de manera sustentable los recursos que se tengan disponibles, aplicando de igual manera las tendencias a nivel mundial.
- Proveedores: Como se revisó algunos capítulos atrás, la relación que tiene las empresas con sus proveedores a pesar de ser de confianza en muchos casos no es de exclusividad, por lo que el poder que estos tienen sobre las empresas es considerablemente bajo. Sin embargo, es muy importante tener una relación cercana entre empresa-proveedor y viceversa, pues esto genera estabilidad en todo sentido para ambas partes. Las empresas a nivel general deben rodearse de buenos elementos, como lo sería un proveedor, dando puntos a la calidad del producto o servicio que se entregue. Lo mismo sucede para quienes proveen servicios o productos a otras empresas, pues una cartera estable de empresas a quienes proveen materias primas podría ser una buena estrategia de negocio, y no en relación al número de clientes sino a la estabilidad y confianza que estos le otorguen. Hasta ahora, las empresas de San José de Maipo que desarrollan actividades de tipo espiritual no le han otorgado un buen grado de confianza a quienes les proveen de productos o servicios, lo que sin duda podría generar problemas a largo plazo. El desarrollo y crecimiento de la industria turística espiritual en San José de Maipo afectará a sus proveedores, directa o indirectamente.
- Competidores: Estos juegan un importante papel a la hora de formular acciones en un determinado sector industrial. Tales acciones provocará que se tomen medidas de distinto tipo para seguir avanzando en el mercado. Como ya se mencionó, la comuna de Pirque se presenta como la competencia más directa para San José de Maipo en cuanto al turismo espiritual, debido principalmente a sus características geográficas y a su cercanía a Santiago. Debido a esto, las estrategias que cree una u otra comuna deben considerar de

manera importante a su competencia, pues ésta terminará afectando de manera positiva o negativa.

- Servicio de Cooperación Técnica (Sercotec): Este se define a sí mismo como una corporación de derecho privado, dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, cuya misión es promover, y apoyar iniciativas de mejoramiento de la competitividad de las micro y pequeñas empresas y fortalecer el desarrollo de la capacidad de gestión de sus empresarios (Servicio de Cooperación Técnica, 2014). La comuna de San José de Maipo considera, según palabras de su propio encargado de turismo, el Sr. Aron Toledo, que uno de los principales aliados en la gestión turística de la comuna es el trabajo público-privado, destacando en el ámbito privado el compromiso de Sercotec con sus empresarios. Han sido muchas las personas que han podido capacitarse en distintas áreas con programas y fondos que ha otorgado esta corporación, otorgando mayor capacidad de competencias a las personas, a la comuna y al país en general.
- Instituciones de educación superior: Es importante que los futuros trabajadores del sector turístico sean participe del desarrollo de la actividad en el país. Durante los últimos años la comuna ha trabajado en diversas iniciativas con DuocUC, sede San Carlos de Apoquindo y Antonio Varas, para el desarrollo de las competencias de los empresarios y de la comuna en general. Esto ha significado que el potencial de San José de Maipo se aproveche de buena manera por la gente que reside en la comuna y, al mismo tiempo, que los futuros profesionales o técnicos de la industria turística se involucren con el área, creando redes de apoyo, futuros puestos de trabajo, etc. Por esta razón, el desarrollo de iniciativas en relación, por ejemplo, al turismo espiritual, incidirá en el trabajo que estos estudiantes puedan aportar y en los caminos que en el futuro puedan seguir.

3.2 Análisis FODA

FODA es la sigla para una herramienta comúnmente usada a nivel empresarial para el análisis de la información que se posea sobre un negocio, examinando sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y las Amenazas. También es posible utilizar esta herramienta para el análisis de situaciones, individuos, productos o, como en esta investigación, un sector industrial. La idea de este análisis es la obtención de un cuadro de la situación actual del objeto de estudio, que en este caso es el turismo espiritual en la comuna de San José de Maipo, permitiendo de esta manera tener un diagnóstico preciso que permita, en función de ello, tomar decisiones y formular estrategias.

3.2.1 Fortalezas

1. **Recurso Natural:** Este es una de las principales fortalezas con la que cuenta la comuna de San José de Maipo. Ya se observó en los resultados de las encuestas aplicadas para esta investigación una gran preferencia con respecto a la naturaleza de la comuna y la relación que esta tiene con respecto al desarrollo de actividades vinculadas al turismo espiritual. La existencia de la naturaleza en la comuna ha motivado a muchos empresarios a adecuarse a esta realidad. Ejemplo de esto es la arquitectura y el material que han escogido para sus establecimientos, privilegiando los materiales de la zona y estilos arquitectónicos innovadores y de bajo impacto visual. Esto le ofrece a la comuna mayor atractivo turístico, pues a través solo de las fachadas de estos establecimientos es posible darse cuenta del compromiso con el medioambiente que se tiene, además de verse muy llamativo.

2. **Destino Turístico Sustentable Piloto:** A propósito del recurso natural es que la comuna salió elegida como uno de los tres destinos piloto para el Programa Nacional de Sustentabilidad Turística liderado por Sernatur y desarrollado en colaboración del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, Ministerio de Medio Ambiente, el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y Fedetur. El Programa Nacional de Sustentabilidad Turística promueve el desarrollo sustentable y desarrolla el caso piloto en San José de Maipo en primera instancia, para luego replicarlo en Isla de Pascua y Lago Llanquihue. Mediante distintas etapas se pretende con esto mejorar la competitividad del sector, enfrentar los desafíos que presenta el cambio climático y contribuir a la prosperidad y bienestar de los residentes de la comuna. Dentro de las acciones que se han tomado gracias a este programa están los Acuerdos de Producción Limpia que distintas empresas del sector turístico han firmado, la Certificación Ambiental de Establecimientos Educativos y la remodelación de algunos lugares importantes en la comuna, como los paraderos de buses (que antes no existían) que incluyen materiales de la zona en su construcción, mano de obra de la zona e iluminación mediante paneles solares, y los letreros de bienvenida a cada sector.

3. **Cercanía a Santiago:** Otra de las fortalezas que destaca en la comuna es su cercanía a la comuna de Santiago. Hay que recordar que según estadísticas de Sernatur en relación al Turismo Receptivo más del 80% de los turistas que llega a Chile visita Santiago y sus alrededores. Las opciones para visitar el sector del Cajón del Maipo son variadas, es posible hacerlo particularmente (auto, bus, etc.) o mediante el transporte público. Esta última opción puede ser mediante “colectivos” que tienen rutas fijas o en buses de la empresa “Tur Maipo” en su recorrido B72. Esta es una buena opción para aquellos visitantes de la comuna que compran productos o servicios de tipo espiritual.
4. **Visión Turística de las autoridades:** Otra de las fortalezas que posee la comuna es la visión turística integradora que tienen las autoridades en la comuna. A diferencia de Pirque, identificada como la principal competencia a nivel turístico espiritual en esta investigación, la cual posee una visión comunal más del tipo “residencial” por parte de sus autoridades públicas, San José de Maipo ha desarrollado una visión turística de la comuna la que se ha ido incrementando con el pasar de los años. Esto ha producido la asociación de distintas empresas para potenciar sus productos y servicios turísticos a nivel nacional e internacional, la conformación de una nueva y renovada Cámara de Turismo de la comuna y el trabajo público y privado. Todas estas instancias son de suma importancia para la existencia de un turismo estable y que aporte verdaderamente a la economía local.
5. **Poder frente a los proveedores:** Otra de las fortalezas con las que cuentan las empresas que realizan turismo espiritual en la comuna es su poder frente a los proveedores. Algunas hojas atrás esta ventaja se menciona cuya importancia no es menor, pues un factor importante dentro del proceso productivo de cualquier empresa lo son sus proveedores. Para las empresas que conforman la oferta turística espiritual de la comuna de San José de Maipo los proveedores no significan un peligro pues no son indispensables, no les ofrecen productos únicos o precios insuperables por lo que cambiarlos no significaría gran pérdida.

3.2.2 Oportunidades

1. **Tendencias turísticas a nivel mundial:** En primer lugar y como ya se mencionó, la preocupación de los viajeros por el medioambiente y como los lugares que se visitan contribuyen a eso. Los viajeros quieren saber si los países a los que viajan están haciendo algo por reducir su huella de carbono y esperan que los impuestos recaudados por concepto de turismo contribuyan a causas ambientales (Servicio Nacional de Turismo, 2012). . Otra de las oportunidades que se presentan a la hora de hablar de tendencias mundiales es la “experiencia de lo auténtico”. La autenticidad se ha vuelto un factor de decisión clave para los turistas a la hora de escoger los sitios a los que desean ir. Estos desean tener experiencias únicas y personales que puedan recordar como una vivencia personal. El turismo espiritual apuesta por eso, por conectar a la persona no solamente con su propio ser mediante diferentes técnicas, sino también la conexión con los lugares visitados. Las características del Cajón son únicas; sólo hay que saber aprovecharlas.
2. **Bajo nivel de competencia:** Otra oportunidad que puede favorecer en gran medida a la comuna de San José de Maipo es el bajo nivel de competencia local al que se enfrenta, en especial la competencia que representa Pirque. El problema que tiene la comuna de Pirque para convertirse en una competencia fuerte no pasa por sus atributos. Si se observa y analiza un poco la realidad de la comuna es posible darse cuenta que posee un gran recurso natural, cercanía a Santiago, comuna donde más cantidad de turistas llegan, y existe gran compromiso por parte de las empresas que realizan turismo en la zona (esto fue comprobado en una entrevista con el Sr. David Nieto, Presidente de la Cámara de Turismo, Comercio y Servicios de Pirque). Acá la falencia se observa principalmente en la falta de trabajo público-privado. Esto sucede porque existen objetivos distintos para la comuna en relación al turismo. Las empresas que hacen turismo espiritual en la comuna de Pirque llevan años dedicándose a lo mismo por lo que se puede suponer que existe cierta fidelidad de parte de sus clientes y cierto grado de calidad de sus productos y servicios. Sin embargo, el desarrollo del turismo en general de la comuna no se puede llevar al siguiente nivel pues por una parte se tiene que la Municipalidad de Pirque pretende desarrollar el turismo de tipo patrimonial en la comuna, y por el otro lado las empresas que conforman la Cámara de Turismo, Comercio y Servicios, es decir la parte privada, quieren darle un enfoque basado en el recurso natural y gastronómico. Aquí se observa claramente que cuando no existe el trabajo en equipo en un lugar las opciones de resaltar se ven notoriamente reducidas.

3. **Uso de la tecnología como factor diferenciador:** El uso de internet en los viajeros se ha masificado de manera absoluta, sobre todo ahora que la mayoría de las personas cuentan con dispositivos móviles ligeros y fáciles de transportar (celulares, tablet, etc.) los que tiene rápido acceso a señales de wi-fi. En relación a esto, es casi una obligación que quienes prestan servicios turísticos introduzcan y usen efectivamente las nuevas tecnologías en sus establecimientos, pues las oportunidades que esto presenta para diferenciarse de su competencia son bastante altas.

3.2.3 Debilidades

1. **Poco conocimiento del concepto “Turismo Espiritual”:** Una de las debilidades que se observa en la comuna con respecto al turismo espiritual es la falta de conocimiento del concepto por parte de las autoridades públicas y privadas. En reiteradas ocasiones durante entrevistas fue posible notar que no se entendía claramente el concepto de turismo espiritual, aunque si se tenía consciencia del desarrollo de este tipo de actividades en la comuna.
2. **Recurso humano poco capacitado:** Uno de los factores claves a la hora de consumir un servicio turístico es el “recurso humano”, sobre todo cuando se buscan productos personalizados y específicos. Cabe destacar que a nivel turístico espiritual, quienes realizan este tipo de terapias si cuentan con estudios y experiencia en el área, algunos incluso con especializaciones en el extranjero. Sin embargo, a nivel turístico general la profesionalización en San José de Maipo es baja, lo cual se puede observar en las mismas empresas, las cuales deben conformarse con lo que pueden tener o invertir en profesionales que viven en otras comunas. En muchos casos el recurso humano no cubre las expectativas y esto es debido a diferentes razones. En primer lugar, algunas empresas no cuentan con personal bilingüe, lo que genera un problema para aquellos turistas que no hablan español y que desean hacer uso de los servicios que se ofrecen. En segundo lugar cabe mencionar las distancias geográficas dentro de la misma comuna, pues algunas empresas tienen problemas para obtener trabajadores debido a los extensos trayectos que deben recorrer hasta los establecimientos y las pocas opciones de transporte público con las que cuentan. Primero, la comuna tiene una sola gran vía, la ruta G-25 también conocida como Camino al Volcán, que recorre todos los sectores en donde se ofrece turismo espiritual, pero que no podría cubrir un gran aumento de visitantes a la comuna. En cuanto al transporte público, los buses de la empresa Tur Maipo hacen recorridos desde las 04:40 (lunes a sábado) y 05:15 (domingo) hasta las 22:00 horas. Esto hace que muchos trabajadores tengan problemas principalmente en el regreso a sus hogares.

Lamentablemente, las falencias en el recurso humano en la industria turística es una realidad a nivel nacional y no sólo involucra a los trabajadores sino también a empleadores y a los propios estudiantes de turismo. En un informe publicado el año 2013 por Sernatur llamado “Diagnóstico del Capital Humano en la formación en turismo”¹⁴ se puede observar la realidad revelada en los diagnósticos realizados a empresarios, profesionales y estudiantes de la industria turística del país. Este estudio reveló algunos datos importantes a tener en consideración:

- Desconocimientos por parte de los empleadores del perfil de egreso de los profesionales que han estudiado turismo, considerando la diversidad de carreras que existen en el mercado.
 - No se aprecia compromiso o preferencia por parte de los empleadores en contratar personal con formación en turismo.
 - Bajo nivel de inversión en capacitación formal a los trabajadores del sector turístico por parte de sus empleadores.
 - Poca presencia de los empleadores en el proceso de formulación y actualización de los programas de estudio.
 - Poco conocimiento de los programas de turismo por parte de las autoridades de las propias Instituciones de Educación Superior.
 - Bajo índice de incentivo por parte de los empleadores para que los profesionales se capaciten.
3. **Falta de asociación entre empresas:** Aunque esto no se aplica a todas las empresas, sí existen algunas en las que el término asociación no tiene cabida. Estas han trabajado hace años de manera independiente, sin la ayuda de nadie, y por lo mismo no creen que les haga falta asociarse con otras empresas. El problema que se observa en este tipo de actitudes es que quienes están a la cabeza de estas empresas no tiene mayor conocimiento de la manera en cómo trabajan sus competidores, muchos ni siquiera conocen exactamente las características de los productos y servicios del resto. Esta realidad no concuerda con la idea de convertir a la comuna de San José de Maipo en un destino turístico, pues uno de los factores más importantes en este sentido es el trabajo en equipo.

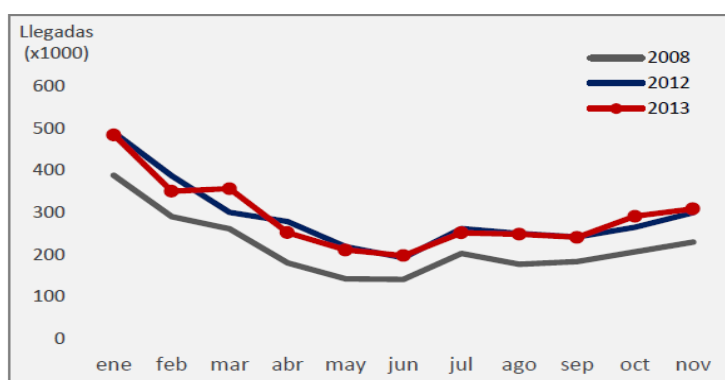
¹⁴ Este informe es resultado de la formación de la Mesa de Capital Humano convocada por Sernatur en el año 2012, que incluyó a un conjunto de empleadores, profesionales e instituciones de educación superior con el fin de evaluar la realidad nacional en materia de educación y formación en turismo.

4. **Bajo nivel de publicidad:** Muchas de estas empresas han confiado por años en la “suerte” con respecto a la promoción de sus productos y servicios, trabajando sin planes de comunicación. Las razones de esto son variadas, dentro de las cuales se tiene el no querer sobreexplotar los recursos con los que cuentan o el hecho de que nunca les ha hecho falta para obtener clientes, entre otras. La mayoría cuenta con sus sitios web en donde pueden mostrar sus productos y servicios y en donde se pueden contactar con sus clientes, pero pocos son los que hacen promoción de estos mediante folletería, afiches o asociaciones con otras empresas. Esto sin duda disminuye las posibilidades de aumentar la cartera de clientes y, por consecuencia, las ganancias.
5. **Bajo uso de las tecnologías:** Para muchas empresas el recurso tecnológico simplemente no se toma en consideración, aludiendo que lo natural y rústico es lo que busca el turista. Aunque es verdad que muchos de los servicios y productos de tipo turístico espiritual no involucran tecnología, este recurso se puede aplicar en otros aspectos del negocio y es de suma importancia para la obtención de ventajas competitivas frente a las demás empresas.
6. **Presupuesto mensual para turismo bajo:** Un punto importante a destacar como debilidad en la comuna es el hecho de contar con un presupuesto comunal mensual para el área turística bastante bajo (3.500.000 de pesos), lo que sin duda no cubre los costos para el desarrollo e implementación de proyectos que conviertan a San José de Maipo en un “destino turístico” reconocido. Esto hace de la gestión de recursos financieros un factor fundamental para el turismo de la comuna.
7. **Estadísticas del turismo espiritual inexistente:** El desarrollo de actividades espirituales en la comuna es una realidad que atrae principalmente a turistas chilenos al sector del Cajón, lo que se puede confirmar con las cifras que arroja cada año Sernatur, por ejemplo, pero no se manejan estadísticas que permitan obtener el perfil y comportamiento de estos de manera específica en relación al turismo espiritual y, por consiguiente, no se tiene información clara para la creación de estrategias vinculadas directamente al desarrollo de este tipo de turismo.

3.2.4 Amenazas

1. **Información confusa del Turismo Espiritual:** Como se ha revisado en este trabajo, desde hace bastantes años la práctica de actividades vinculadas a la espiritualidad, en un sentido no religioso, ha tenido lugar en la vida de miles de personas. Las razones por las que una persona llega a realizarlas y, en muchos casos, a hacer de ellas un estilo de vida son variadas. Entonces, quienes desean iniciarse o sólo echar un vistazo al tema en sitios webs, revistas o libros se encuentran con información poco clara, confusa mejor dicho, mezclando conceptos y sin un mismo patrón en común. Esto genera que exista confusión para las personas que desean realizar este tipo de actividades y para los propios prestadores de este tipo de servicios, desaprovechando por un lado actividades de bienestar y crecimiento personal y, por otro lado, no utilizando todos los recursos a disposición para la explotación adecuada de tal clase de turismo.
2. **Marcada época estival:** En el siguiente recuadro se muestra la variación durante los últimos años en cuanto a la llegada de turistas extranjeros al país:

Gráfico 3.4: Llegada mensual de turistas extranjeros al país



Fuente: Informe barómetro mensual de turismo, noviembre 2013. Sernatur.

El aumento de llegadas de turistas extranjeros al país ha aumentado considerablemente en los últimos años, pero también es posible observar una marcada tendencia de arribos durante los meses de enero, febrero, marzo y noviembre. Esta realidad, tal como muestra el recuadro, no ha cambiado mucho con los años, y constituye una amenaza importante para la industria turística nacional, y más aún a nivel local con muchos sectores del país que basan su economía local en el turismo.

3. **Hidroeléctricas:** Como ya se revisó en capítulos anteriores, el recurso natural que posee la comuna de San José de Maipo es una de sus principales fortalezas de las cuales no sólo el turismo espiritual de la comuna hace uso sino muchas otras de sus derivaciones, como el turismo aventura, el turismo de naturaleza, el turismo rural o el enoturismo. Todas estas actividades han utilizado los recursos naturales que ofrece la comuna durante décadas, los que sin duda se han constituido como uno de sus principales sustentos. En este sentido, la presencia de hidroeléctricas en la comuna puede constituirse como una amenaza debido que estas empresas ocupan grandes extensiones de suelo, lo que significa generalmente arrasar con espacios naturales y su biodiversidad, y la contaminación visual que las instalaciones producen. Además, el constante ir y venir de camiones que transportan materiales genera molestias no solamente a los residentes que deben acostumbrarse al ruido y a la suciedad que estos dejan sino también a los visitantes que llegan a la comuna en auto o en buses públicos, pues muchas veces se produce congestión vehicular en la ruta principal de la comuna a causa de estos grandes vehículos de carga.

Actualmente la empresa que lleva la delantera en este sentido es Aes Gener, con 5 hidroeléctricas en la comuna (Alfalfal, Alfalfal II, Maitenes, Queltehues y Volcán). Esta compañía es responsable también del comentado proyecto Alto Maipo. Según la agrupación “Coordinadora Ciudadana Ríos del Maipo”, una de las principales consecuencias que generaría tal construcción en la comuna sería la desertificación¹⁵ de aproximadamente 100.000 hectáreas de flora y fauna nativa. Esto se debe a que el proyecto consta de un túnel de 70 kilómetros de largo y 8 metros de diámetro con un volumen de 2.000.000 metros cúbicos de agua, equivalentes a 3 estadios nacionales llenos. El agua para llenar este túnel será tomada desde los principales afluentes del río Maipo, los ríos El Yeso, El Volcán y El Colorado. Esto generará una disminución en el cauce de los afluentes del río Maipo hasta casi secarlos en algunos momentos del año. Esta disminución radical de los cursos de agua afectará las condiciones de riego y humedad en las mencionadas 100.000 hectáreas de flora y fauna nativa, los que ante esta escasez hídrica sufrirán un progresivo proceso de desertificación.

Con la construcción de la central hidroeléctrica Alto Maipo, Aes Gener y Antofagasta Mineral (AMSA) pretenden aportar 531 MW al Sistema Interconectado Central (SIC), el que, según estas mismas empresas, aumentaría de forma importante la seguridad del suministro de consumo del país, siendo entonces una iniciativa clave para el desarrollo a nivel nacional.

Las empresas a cargo de este proyecto se encuentran elaborando algunas medidas de mitigación ambiental, como la revegetación y reforestación, y la relocalización de especies. Con respecto a este punto cabe mencionar que en muchos casos, la relocalización

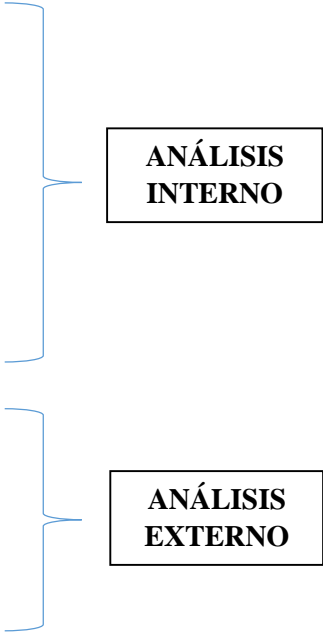
¹⁵ La Convención de las Naciones Unidas para la Lucha contra la Desertificación define la desertificación como “la degradación de las tierras en las zonas áridas, semiáridas y subhúmedas secas resultante de diversos factores tales como las variaciones climáticas y las actividades humanas”. En la actualidad, un tercio de las tierras del planeta se encuentra amenazado por este fenómeno.

de especies puede convertirse en una poderosa herramienta para la mantención de la biodiversidad en determinados sectores cuando existen conflictos entre la flora y fauna y el desarrollo humano. El ambiente de liberación debe ser lo más cercano posible al sitio de captura, fuera del área de influencia del proyecto e idealmente dentro de la misma cuenca, para evitar modificaciones en la diversidad genética de las poblaciones residentes. Sin embargo, las translocaciones de fauna pueden impactar el área de liberación y las poblaciones residentes (Craven et al. 1998), afectando las abundancias y distribuciones locales, modificando las proporciones de sexos y edades de las poblaciones receptoras, por lo que las medidas deben ser permanentemente controladas y monitoreadas para evaluar su efectividad (Cunningham & Madsen, 1996-99).

A pesar de que hasta la fecha de elaboración de este documento las marchas y manifestaciones han seguido sucediendo en la comuna, las primeras obras ya comenzaron gracias al aporte en dinero de distintos bancos nacionales y extranjeros, entre los que están el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), International Finance Corporation (IFC), Corpbanca, Banco de Crédito e Inversiones, Banco Itaú Chile, Banco del Estado de Chile, KfW Ipex-Bank GmbH y DNB Bank ASA (La Nación, 2014).

3.2.5 Matriz FODA

Figura 3.2: Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES	
F1. Recurso Natural F2. Destino Turístico Sustentable Piloto F3. Cercanía a Santiago F4. Visión Turística de las autoridades F5. Poder frente a los proveedores	D1. Poco conocimiento del concepto “Turismo Espiritual” D2. Recurso humano poco capacitado D3. Falta de asociación entre empresas D4. Bajo nivel de publicidad D5. Bajo uso de tecnologías D6. Bajo presupuesto turismo D7. Estadísticas turismo espiritual inexistentes	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS	
O1. Tendencias turísticas a nivel mundial O2. Bajo nivel de competencia O3. Uso de la tecnología como factor de diferenciación.	A1. Información confusa del turismo espiritual A2. Marcada época estival A3. Hidroeléctricas	ANÁLISIS EXTERNO

3.3 Conclusiones del Análisis Estratégico

La falta de innovación y el desaprovechamiento de condiciones favorables del mercado internacional en relación a las nuevas tecnologías provocaron en cierto modo el descenso de la productividad en Chile en aquellas regiones donde el recurso natural era el principal explotado. Por otro lado, aquellas regiones que basaron su producción en actividades no transables han mantenido hasta la actualidad un crecimiento lento pero estable. En este sentido, la industria del turismo ha mantenido constantemente estadísticas positivas en relación a su crecimiento y se presenta como un sector que aporta cada vez más divisas al país, más cantidad de trabajos directos e indirectos y más posibilidades de desarrollo como nación.

Sin embargo, existen puntos muy importantes que Chile debe mejorar para potenciar su oferta turística, como lo es la educación. Actualmente, la cobertura ha aumentado considerablemente, pero no así la calidad de esta. Esto confirma que la educación es vista hoy en día como un bien de consumo y no como un derecho de las personas. Esto hace que el aprendizaje y la profesionalización sean privilegios de pocos.

En la comuna de San José de Maipo no existen colegios o centros educacionales que entreguen capacitación a los residentes interesados en el área. Por esta razón, el personal calificado en la comuna es un problema y cuesta encontrarlo. Esta realidad la viven restaurantes, hostales, centros turísticos, etc., no así quienes se dedican al turismo espiritual, los que sí cuentan con estudios técnicos o profesionales aportando más calidad y confianza a las empresas que entregan este tipo de servicios.

Es necesario destacar el alto grado de trabajo en equipo a nivel público-privado con que cuenta la comuna a nivel turístico, y también el nivel de organización con que cuentan sus residentes. En el año 2011 se contaba con 387 organizaciones comunitarias, lo que habla por un lado de que los residentes se dieron cuenta que el trabajo en equipo fortalece en todo sentido y por otro lado indica cuán importante es que el trabajo del sector público y del sector privado integre a estas organizaciones, aprendiendo de ellas y enfocando los objetivos en beneficio de todos.

El turista que visita la comuna de San José de Maipo es chileno y en su mayoría proviene de la Región Metropolitana, por lo que adaptar estrategias que se enfoquen en potenciar a este tipo de turista es de suma importancia, lo que no quiere decir que se centre toda la atención en aquel turista, pues abarcar más mercado es esencial si se está intentando convertir la comuna en un destino turístico. Esto debe ser estar incluido en las estrategias del Pladetur de la comuna, el cual debe reformularse y actualizarse en base a las nuevas realidades y tendencias del mercado nacional e internacional.

La comuna tiene recursos únicos y de calidad relacionados al turismo espiritual, como lo es la infraestructura de las empresas, el recurso natural y el recurso humano. Este último punto, sin embargo, presenta algunas deficiencias directamente relacionadas a la entrega del servicio a turistas extranjeros, pues es su mayoría no poseen conocimientos del idioma inglés, lo cual es una

barrera a la hora de embarcarse en estos nuevos mercados para la comuna. Otra de las falencias que se observa y en la que se debe trabajar a nivel público y también privado es el factor tecnología. Aunque muchas de estas empresas piensen que el dejar de lado el tema tecnológico es un distintivo que los hace de algún modo especiales y del cual creen no necesitar ayuda, este es un instrumento que puede aportar no solo en innovación en los procesos productivos de las empresas, sino también es un factor que puede otorgar una ventaja competitiva que sirva para diferenciarse de sus competidores, dentro y fuera de la comuna.

Sin lugar a dudas, las empresas que realizan actividades de turismo espiritual en la comuna han hecho un trabajo cauteloso y de bajo perfil, de una manera constante y leal con las demás empresas. A pesar de que no poseen herramientas tecnológicas que los distingan del resto, si han sabido complementar armónicamente su oferta con distintos servicios, como lo son hostales, centros culturales o restaurantes, entregándoles a los turistas una experiencia bastante completa. Esto ha significado que sus productos y servicios muestren cierto grado de diferenciación, lo que hace que las barreras de entrada sean altas y difíciles de sobrepasar para nuevas empresas dentro de la misma comuna y para otras comunas como Pirque, por ejemplo, la que constituye una potencial competencia por poseer muchos factores para desarrollar de manera integral el turismo espiritual. Las estadísticas muestran que quienes visitan Chile realizan actividades vinculadas a termas y centros de salud, y aunque no presentan grandes cifras si constituyen fuertes tendencias superando incluso a actividades de playas o a las realizadas en casinos, las cuales curiosamente son más reconocidas que el turismo espiritual por la gente.

Dentro de las estrategias donde se debe poner énfasis es en el desarrollo de la publicidad al turista interno, pues es el quien representa el 70% del turismo nacional, y también porque es quien visita en mayor cantidad a la comuna de San José de Maipo. Acá el tema de concientizar a los visitantes en relación al cuidado del medioambiente debe ser prioridad. Los incendios accidentales en la comuna son una realidad habitual que sucede precisamente debido a que no existe una conciencia del cuidado de la naturaleza. El hecho de que la comuna haya sido elegida como piloto para un “destino turístico sustentable” habla positivamente de la estrategia a nivel nacional en relación al turismo y de que existen ganas e ideas para posicionar a Chile dentro de lo destinos turísticos más importantes a nivel internacional. Instancias como estas deben ser aprovechadas por la comuna para sobresalir, aprender y potenciarse.

Sin lugar a dudas, el desarrollo de la actividad turística espiritual ha sido una constante durante los últimos años, trabajando de manera silenciosa y otorgando calidad y variedad a los servicios y productos que ofrece la comuna. A pesar de que cumple con todos los requisitos relacionados a un “destino turístico sustentable”, como el cuidado del medio ambiente, el compromiso con la calidad de vida de los turistas y de los residentes y el aporte que se hace a la economía de la comuna, no ha sido tomado en cuenta por las autoridades. Tal vez esto no ha sido intencional, pero el hecho de que la realización de actividades espirituales este tan de moda y que se posean

empresas que entregan este servicio debiera al menos ser consideradas en futuros planes de desarrollo turístico. Por esta razón, la construcción de un Visitor Center en la comuna significa una gran oportunidad para el turismo espiritual y su eventual posicionamiento a nivel nacional.

CAPÍTULO IV: PROPUESTAS

4.1 Recomendaciones a seguir

En base a la información recopilada en esta investigación y también al análisis estratégico que se realizó es que se propone trabajar en los siguientes ejes:

- Eje de Asociatividad
- Eje de Promoción
- Eje de Fortalecimiento de la Competitividad
- Eje de Inteligencia de Mercado

4.1.1 Eje de Asociatividad

Actualmente, las empresas que conforman la oferta de turismo espiritual en la comuna no tienen mayores vinculaciones entre ellas. La mayoría trabaja en acciones y estrategias para sus establecimientos y no de manera asociada. Sólo algunas comparten actividades pero no directamente en relación al turismo espiritual. Las actividades espirituales son una oportunidad de negocio en la industria turística, pudiendo ser un factor de diferenciación para la comuna de San José de Maipo si es explotado de manera estratégica.

Objetivo:

El objetivo de este eje estratégico es generar las instancias perfectas para que las empresas que conforman la oferta turística espiritual de la comuna trabajen y se potencien en conjunto, creando de esta manera las mejores condiciones para su rubro.

Acciones concretas:

1. **Creación de un catastro de empresas turísticas espirituales:** Este catastro deberá ser gestionado por la Oficina de Información y Gestión Turística de la municipalidad para identificar a las empresas que conforman esta área. Esta acción podrá estar inserta dentro de una estrategia a nivel comunal para la identificación de nuevas propuestas turísticas para la conformación del “destino turístico sustentable”.
2. **Realización de reuniones y mesas de trabajo:** Estas deberán estar enfocadas en torno al turismo de intereses especiales, pues como se mencionó, una buena estrategia para la comuna será identificar nuevos tipos de turismo que le otorguen un distintivo y una diversidad difícil de imitar por la competencia. Una vez que el catastro de las empresas turísticas espirituales esté listo se procederá a la realización de reuniones en torno a la asociatividad y al trabajo en conjunto, trabajando en posibles mesas de trabajo para potenciar estas áreas no tratadas aún a nivel municipal. Será de suma importancia incluir en estas mesas de trabajo a profesionales del área medioambiental para potenciar el

desarrollo turístico espiritual en la comuna con un mínimo impacto al medioambiente o en su defecto una adecuada estrategia de mitigación de impactos.

Tabla 4.1: Objetivos, acciones, metas e indicadores para Eje de Asociatividad

Objetivo	Acciones concretas	Metas	Indicadores
Generar las instancias para que las empresas que conforman la oferta turística espiritual de la comuna trabajen y se potencien en conjunto.	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de un catastro de empresas turísticas espirituales. - Realización de reuniones y mesas de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de todas las empresas que conforman ésta área. - Creación de proyectos y estrategias en conjunto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento de registro formal de las empresas que conforman el área turística espiritual. - Documento con todas las propuestas y conclusiones obtenidas después de cada reunión o mesa de trabajo.

4.1.2 Eje de Promoción

La promoción actual que tiene el área del turismo espiritual se hace a nivel individual y esto sucede debido a que por ahora no existen mayores vínculos de trabajo entre las empresas. Las empresas más grandes hacen promoción del conjunto de su oferta turística, ya sea en relación al hostel, restaurante, y spa que tienen, por lo que no destaca la oferta espiritual en estos casos. Por su parte, las empresas más pequeñas se promocionan a través de sus plataformas sociales, Facebook principalmente, y por sus páginas webs. Algunos también realizan folletería, pero sólo en español.

Objetivos:

El objetivo de este eje estratégico es posicionar al turismo espiritual dentro de las actividades más destacadas para la comuna de San José de Maipo. Como ya se observó en el análisis estratégico, el turismo espiritual se adapta perfectamente a los objetivos que tiene las autoridades para convertir a la comuna en un destino turístico. Los recursos necesarios y que más relevancia tienen a la hora de realizar actividades espirituales están disponibles en la comuna.

Acciones concretas

1. **Desarrollo de folletería para la comuna y en puntos estratégicos de Santiago:** Como se revisó, en la Oficina de Gestión e Información Turística es posible obtener un mapa de la comuna con información en español e inglés en relación a la localización, a la naturaleza, a la historia, a los mitos y leyendas, a la gente y las actividades al aire libre, además de tener información acerca de una ruta patrimonial de la comuna, el metro de Santiago y un cuadro de distancias geográficas de las localidades. Sin embargo, el turismo

espiritual o al menos la mención de que la comuna ha sido un lugar donde la espiritualidad ha tenido cabida durante décadas no existe. Es por esto, que después de generar las instancias de trabajo en conjunto por parte de quienes entregan este servicio y producto, se debe trabajar en afiches y folletos en donde se destaque la importancia de este turismo en la comuna aludiendo a sus recursos y dando a conocer la variedad de actividades espirituales que ofrecen las diferentes empresas. Esta folletería debe ser uniforme y llamativa, además de contener información en español e inglés. También se recomienda incluirla en portugués, dado que las estadísticas muestran la preferencia de estos turistas por los centros de salud en sus visitas a Chile. En este punto, la creación de alianzas con distintas instituciones como hostales, centros educativos, centros de jóvenes, restaurantes, etc., hará de la promoción un factor relevante pues quienes visiten estos centros podrán tener acceso a esta información mediante la folletería. También resultaría interesante que estas alianzas permitieran ofertas especiales con descuentos entre empresas, es decir, al realizar cierta actividad turística, por ejemplo el alojamiento en un hostel, se pueda obtener un descuento en la realización de actividades espirituales en San José de Maipo. De esta manera se crean fuertes alianzas, se mejora la variedad en la oferta turística y se obtienen beneficios mutuos.

2. **Participación en ferias en Santiago y regiones:** El tener un cierto grado de asociatividad entre empresas que conforman la oferta espiritual de la comuna permite organizarse de mejor manera para potenciar actividades como la participación en distintas ferias a lo largo del país, y sobre todo en la Región Metropolitana. Distintas son las ferias que se llevan a cabo durante el año gestionadas por distintas organizaciones, como Sernatur, vinculadas cien por ciento al turismo o como academias de yoga vinculadas a actividades más espirituales. Este tipo de instancias pueden ser especialmente útiles para dar a conocer la oferta turística espiritual de San José de Maipo, destacando la cercanía a Santiago y la calidad de sus empresas. También suelen ser muy útiles a la hora de crear nuevos vínculos organizacionales. Durante el último año fueron muchas las tardes dedicadas a la realización de yoga al aire libre en distintos parques de Santiago, o algunas expos realizadas que congregaron a empresas de artesanías, charlas de salud alternativa y venta de comida vegana, entre otras. Esto es perfecto para la promoción del turismo espiritual.
3. **Realización de ferias, conciertos y charlas en la comuna:** Además de la participación en este tipo de actividades fuera de la comuna, San José de Maipo es un lugar ideal para la realización de estas mismas, con cercanía a Santiago, con paisajes únicos, con muchos centros de eventos y con una oferta turística atractiva y variada. A parte de las ferias de promoción que se realizan constantemente en distintas regiones, los conciertos de música de New Age y las charlas espirituales tienen cada vez más número de aficionados. Es por esto que la comuna se presenta como un potencial anfitrión para todo este tipo de

actividades con el fin de fomentar la promoción de las empresas de turismo espiritual de la comuna.

Tabla 4.2: Objetivos, acciones, metas e indicadores para Eje de Promoción

Objetivo	Acciones concretas	Metas	Indicadores
Posicionar al turismo espiritual dentro de las actividades más destacadas para la comuna de San José de Maipo.	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de folletería en puntos estratégicos. - Participación en ferias en Santiago y Regiones. - Realización de ferias, conciertos y charlas en la comuna. 	<ul style="list-style-type: none"> - Información del turismo espiritual de la comuna al alcance del turista. - Exhibición del turismo espiritual de la comuna en Santiago y en distintas regiones. - La comuna se visualizará como un punto estratégico de encuentro espiritual. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento paulatino de turistas chilenos y extranjeros en establecimientos de tipo espiritual además de la llegada de estos para participar de conciertos, charlas y ferias en la comuna.

4.1.3 Eje de Fortalecimiento de la competitividad

La calidad de los servicios y productos turísticos espirituales, la calidez del personal y de la comunidad anfitriona y el recurso natural hacen de San José de Maipo una comuna con un positivo grado de competitividad. Sin embargo, existen algunas falencias dentro del proceso productivo y falta de innovación en el área que hacen que los servicios y productos no sean especialmente únicos.

Objetivos:

El objetivo de este eje estratégico es atacar los puntos débiles de la cadena de valor del turismo espiritual de la comuna, generando la entrega de un servicio único, de calidad y que invite a volver.

Acciones concretas

1. **Capacitaciones laborales:** Aunque el desarrollo de las actividades propiamente espirituales es realizado por profesionales y técnicos capacitados en el área, se observa que no hay una visión turística estratégica al respecto. Los profesionales están preparados para tratar con personas comunes y corrientes pero no con turistas, y la barrera idiomática

a veces juega en contra. En este sentido, un factor que potenciaría de manera positiva el desarrollo de la actividad turística espiritual en la comuna sería contar con personal bilingüe, o al menos con un nivel de conocimiento del idioma inglés que le permitiera abarcar a otro tipo de turista. Ya se revisó que es el turista nacional quien más visita la comuna, pero la falta de innovación en la industria turística ha hecho que la competitividad del país a nivel internacional se vea minimizada. Hay que mencionar también que la comuna pretende convertirse en un “destino turístico” por lo que el perfeccionamiento del recurso humano en áreas idiomáticas, por ejemplo, debe ser un punto a tratar. De la misma manera que se crean becas laborales para los trabajadores y empleadores de la comuna en conjunto con Sercotec, se debe integrar becas que potencien aspectos específicos para las personas, mejorando la calidad y las competencias de estos.

2. **Becas de capacitación tecnológica:** Una de las formas para que las empresas desarrollen ventajas competitivas es usando tecnologías, de manera consciente y constante, buscando evolución e innovación. En el caso de las empresas que ofrecen actividades de tipo espiritual, estas ven a la tecnología como algo un poco ajeno al contexto de “desconexión y relaxo” y como algo no necesario por el momento. Sin embargo, la integración de tecnologías a los diferentes procesos de producción pueden llevar a la industria espiritual al siguiente nivel. Es por esta razón que se aconseja a las autoridades del ámbito turístico integrar a los trabajos realizados con Sercotec y con instituciones de educación superior las capacitaciones, talleres y seminarios relacionados al factor tecnología, para luego crear instancias en donde distintos fondos financieros puedan ser otorgados a las empresas, como el Capital Semilla, por ejemplo.
3. **Actividades turísticas espirituales en época estival:** Una de las amenazas que presenta el sector turístico en su conjunto en la comuna es la marcada época estival durante los primeros y últimos meses de cada año. Esta realidad no ha variado mucho con el pasar del tiempo lo que sin duda afecta de manera negativa a las empresas las que deben solventar esto mediante rebajas de precios o promociones especiales. Sin embargo, existe una estrategia que han usado algunas empresas durante el resto de los meses para no bajar el nivel de demanda que acostumbran. Esta es el turismo empresarial. La idea es crear paquetes turísticos atractivos para aquellas empresas que organizan viajes para sus trabajadores, los que incluyen distintas terapias, turismo de aventura o natural y desayuno o almuerzos. Estos paquetes se venden en muchos casos como “Día de relajación” y dan muy buenos resultados, congregando a un gran número de personas de una sola vez. Esto necesita por supuesto de una planificación exhaustiva y el trabajo en equipo para entregarles a estas personas servicios y productos de calidad. Estrategias como ésta pueden ser adaptadas por otras empresas y en base a sus productos o servicios. El turismo espiritual a nivel social también puede dar grandes resultados durante estos meses,

entregando paquetes turísticos a distintas organizaciones sociales, como asilos de ancianos, centros de jóvenes, centros de rehabilitación, etc., lo que en este caso debe ser trabajado en conjunto con entidades municipales. Cabe destacar que uno de los puntos a desarrollar en el futuro por parte de la Oficina de Gestión e Información Turística tiene como objetivo utilizar al turismo como herramienta de trabajo para la superación de la pobreza en sectores vulnerables de la comuna. Entonces, el turismo espiritual social debe ser visto de manera estratégica por parte de las empresas que entregan este servicio y por las autoridades a nivel público.

4. **Plan de sensibilidad turística comunal:** Una de las grandes debilidades que presenta la comuna es la cantidad de incendios que se aprecian durante todo el año y sobre todo en épocas donde el calor aumenta. En este sentido, las hectáreas quemada forman, lamentablemente, parte casi integra del paisaje natural de la comuna, lo que en un alto porcentaje es provocado por acciones humanas. Las colillas de cigarro lanzadas por los visitantes o las fogatas realizadas en espacios naturales durante actividades de camping y campamentos son instancias perfectas para producir sin intención alguna incendios que destruyen parte importante de la oferta turística de la comuna, provocando el deterioro del medioambiente el cual puede llegar a ser irreversible si no se adoptan las medidas adecuadas. Demás está decir que situaciones de este tipo hace que la visión turística de los residentes de la comuna se vea afectada negativamente. Entonces, es de suma urgencia que se creen planes de conciencia turística por parte de las autoridades de la comuna, en conjunto con carabineros, bomberos y otras entidades, y que estas estén al alcance de todos los visitantes que lleguen a la comuna y también de los residentes. El plan debe ser transversal para toda la comuna, incluyendo actividades con los residentes de la comuna en los colegios, en las empresas del sector y en las oficinas de turismo de manera estratégica para que los turistas reciban información impresa al respecto.

5. **Mejoramiento de la infraestructura de transporte y señalización:** La comuna tiene una ruta principal para los medios de transporte que se desplazan en la comuna, conocida como “G-25” o “Camino al Volcán”. El problema de esta ruta es que no tiene la capacidad para un gran número de vehículos y su construcción llega hasta el sector de Romeral, es decir, alrededor de 5 sectores se encuentran con rutas no pavimentadas, lo que obliga a quienes visitan estas áreas llegar en automóviles bien equipados, casi todo terrenos. Por otra parte, resulta curioso que una comuna que recibe tanto visitante no cuente con una estructura vial adecuada y preparada, que les permita a estos no sólo recorrer los lugares por los que se extiende esta gran ruta sino poder aventurarse a otros sectores pero en un camino adecuadamente pavimentado, haciendo del viaje una experiencia agradable y sin mayores problemas. En este sentido, quien debe hacerse cargo del tema es la municipalidad, incluyendo una visión turística y estratégica en los planes de

infraestructura pública, ampliando las rutas de acceso, mejorando la existente y proponiendo una señalización que además de informar a los residentes logre motivar a los turistas, mediante gigantografías, información en inglés, etc. Esto se logrará con un levantamiento de información de los lugares turísticos existentes, en lo posible incluyendo a las empresas que realizan actividades de turismo espiritual, privilegiando a aquellos lugares de gran interés turístico, como el caso de Baños Morales y Baños Colina, que a pesar de no ser atractivos turístico espirituales sí poseen una oferta única la que se podría combinar perfectamente con yoga, masajes, meditación o reiki.

- 6. Creación o actualización del Plan de Desarrollo Turístico de la comuna:** Es de suma importancia que se tenga un Pladetur con la realidad actual de la comuna, por lo que la municipalidad debe gestionar la creación de uno nuevo o la modificación del que se tiene.

Tabla 4.3: Objetivos, acciones, metas e indicadores para Eje Fortalecimiento Competitividad

Objetivo	Acciones concretas	Metas	Indicadores
Atacar los puntos débiles de la cadena de valor del turismo espiritual de la comuna, generando la entrega de un servicio único, de calidad y que invite a volver.	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitaciones laborales. - Becas laborales tecnológicas. - Turismo espiritual en época estival. - Plan de sensibilidad turística comunal. - Mejoramiento de la infraestructura de transporte y señalización. - Creación o actualización de Plan de Desarrollo Turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recurso humano del área turística espiritual aplicando nuevos aprendizajes en la entrega del servicio. - Empresarios postulando y aplicando nuevas competencias a nivel tecnológico en sus establecimientos. - Residentes y turistas conscientes de la importancia del cuidado por el medioambiente. - Pavimentación de vías existentes y creación de nuevas, además del mejoramiento de la señalización vial. - Pladetur aprobado y con información actualizada. 	<ul style="list-style-type: none"> - Asistencia a cursos y talleres de capacitación y la continua realización de estos. - Aumento en postulaciones a concursos y programas de distintos fondos públicos. - Disminución paulatina de incendios, destrozos y basurales por parte de residentes y turistas principalmente. - Incremento de visitas a sectores turísticos por turistas chilenos y extranjeros. - Trabajar el turismo en base a la información actual de la comuna

4.1.4 Eje de Inteligencia de Mercado

Siempre será importante para la toma de decisiones de una empresa o, como en este caso, de un sector industrial, el estar informado de la realidad turística existente. Sin estadísticas claras, las estrategias que se formulen no estarán basadas en algo concreto y su efectividad será incierta. El Visitor Center que se construirá en la comuna dentro de unos meses será de gran ayuda en cuanto a estadísticas turísticas comunales pues tendrá un área encargada de esto.

Objetivos:

El objetivo de este eje estratégico será poseer información confiable y de primera fuente acerca del turismo en la comuna. A pesar de que ésta tarea la desempeñará el Visitor Center, aquí se detallan algunos puntos importantes que se podrían incluir en el área de estadísticas.

Acciones concretas

1. **Identificación de la demanda actual del turismo espiritual en la comuna:** Este identificación se hace necesario pues no se cuenta con un perfil claro de este tipo de turista. Este análisis se debe realizar por cada empresa de turismo espiritual mediante encuestas presenciales u on-line después de la entrega del servicio. Estas encuestas deben ser breves y concisas para que los turistas no se sientan agobiados mientras las contestan. La información obtenida de estas encuestas debe ser analizada en las mesas de trabajo que se proponen en esta investigación.
2. **Identificación de la demanda potencial del turismo espiritual en la comuna:** Una vez que se obtiene el perfil completo del turista que realiza actividades de tipo espiritual en la comuna se debe proceder a identificar a la potencial demanda en esta área, pues permitirá poder expandir la cuota de mercado que actualmente se tiene. Esta identificación podrá ser realizada mediante la información obtenida por las encuestas de cada empresa, por la realización de un Plan de Desarrollo Turístico de la comuna o la actualización del que se tiene, por el análisis de documentos internacionales, etc. Lo importante será el trabajo en conjunto de autoridades y empresas del sector turístico espiritual.
3. **Medición de avance de estrategias:** Es de suma relevancia que se creen instancias durante el año en donde se pueda medir el impacto y la efectividad de las estrategias tomadas por los distintos sectores involucrados, público y privado. La importancia de esto está en la identificación de brechas en relación a la realidad y los objetivos planteados con anterioridad y también en la integración de todos los actores del sector turístico, en especial del de tipo espiritual, mediante la entrega de la información con los resultados a todos estos mediante portales webs públicos o en reuniones periódicas. Esta también es

una manera de crear lazos de confianza entre quienes se desenvuelven en la industria turística de la comuna, formando un equipo de trabajo que evolucione y crezca a la par.

Tabla 4.4: Objetivos, acciones, metas e indicadores para Eje de Inteligencia de Mercado

Objetivo	Acciones concretas	Metas	Indicadores
Poseer información confiable y de primera fuente acerca del turismo en la comuna.	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de la demanda actual del turismo espiritual en la comuna. - Identificación de la demanda potencial del turismo espiritual en la comuna. - Medición de avance de estrategias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de estrategias turísticas en el área espiritual en base a la información obtenida. - Identificación de brechas entre objetivos planteados y realidad obtenida. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento formal de análisis de la demanda actual de la comuna. - Documento formal de análisis de resultados y avances de las estrategias formuladas para el área.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES FINALES

5.1 Conclusiones finales

La comuna de San José de Maipo cuenta con la ubicación y los recursos perfectos para el desarrollo de cualquier actividad turística, dada su cercanía a Santiago y a su variedad de recursos. Aquí destaca el recurso natural que posee, como los ríos, cascadas, embalses, termas, flora, fauna, cordillera, etc., entregándole una singular ventaja competitiva. También es importante mencionar la calidez de las personas de la comuna, quienes conforman un recurso único y difícil de imitar. A esto se suma el trabajo público-privado realizado durante estos últimos años lo que ha generado la existencia de instancias para la mejora de la entrega de los servicios turísticos.

El análisis estratégico realizado permitió identificar las principales empresas dedicadas a entregar productos y servicios de tipo turístico espiritual a la comunidad, visibilizando de esta manera la vigencia de ésta actividad en la comuna. El trabajo de estas empresas ha sido constante durante muchos años y el hecho de que actualmente las actividades espirituales en general se estén masificando da a conocer la visión turística que se ha tenido.

En la actualidad, la rutina de vidas expuestas a las presiones de una sociedad cada vez más rápida y estresante sumado a la desvinculación de las personas con la naturaleza y a la espiritualidad ha generado enfermedades y mucha confusión en relación a quienes realmente conforman la humanidad. Las personas necesitan volver a sentirse parte del mundo natural, de sus orígenes y la innovación no sólo se debe manifestar en las nuevas tecnologías sino también en los distintos estilos de vida y de relaciones. Es por eso que el estudio y la investigación de actividades de tipo espiritual son tan necesarios y quienes realizan turismo espiritual en San José de Maipo deben saber el nivel de responsabilidad que tienen, no sólo a nivel económico para la comuna y el país sino en cuanto a la evolución que está teniendo la consciencia de la humanidad.

Hoy en día el aporte que hace el turismo a la economía mundial ha presentado un aumento significativo y su relación con actividades humanitarias también. Sin embargo, la innovación no ha sido uno de los puntos fuertes a considerar en el ámbito nacional, lo que se ve reflejado en un turismo aún en desarrollo pese a poseer recursos en abundancia. En este sentido, el turismo espiritual no ha sido la excepción y hay puntos, como por ejemplo el uso de la tecnología y el perfeccionamiento de recurso humano, en donde se debe poner énfasis para futuras mejoras.

Hoy en día, el turismo espiritual constituye una oportunidad de negocio a desarrollar la que se sustenta en el “boom” del uso de terapias de salud de tipo alternativo y la aceptación de estas como estilos de vida y no simplemente una moda pasajera.

El análisis estratégico realizado para esta investigación cuenta con herramientas de análisis utilizadas por empresas y gobiernos durante años, y su vigencia a pesar de haber sido creadas hace décadas muestra, de alguna manera, su efectividad. Por esta razón las propuestas de trabajo a seguir recomendadas en este estudio no se basan solamente en información al azar sino de un estudio bien definido de la realidad que constituye el turismo espiritual.

Las actitudes que deben practicar las empresas mencionadas en este estudio deben comenzar con una mejora en la visión turística que poseen, poniendo en práctica estrategias que incluyan la asociatividad como primer pilar pues de aquí se pueden desprender muchas otras. Hay que recordar que hoy en día la naturaleza de San José de Maipo se ve fuertemente amenazada por la acción de hidroeléctricas, lo que se ha visto opacado por la acción en conjunto de actores claves. El trabajo en equipo fortalece estrategias y acciones por lo que la vinculación que este tipo de empresas pueda tener afectará sin duda el desempeño económico de la industria espiritual en la comuna.

Las autoridades de San José de Maipo a nivel público tienen una visión turística estratégica bastante consistente, integrando positivamente al conjunto de agentes existentes. Sin embargo, es necesario que integren también realidades que parecen nuevas, como lo es el turismo espiritual, pero que no lo son y que se presentan como grandes oportunidades de diferenciación.

PROPOSICIONES PARA FUTURAS INVESTIGACIONES Y PROYECTOS

En el marco de potenciar el desarrollo de nuevas modalidades turísticas en la zona de San José de Maipo y aportar al turismo a nivel nacional es que se proponen las siguientes investigaciones:

1. Creación de un nuevo Plan de Desarrollo Comunal para la comuna de San José de Maipo, con el fin de adecuar las estrategias y visiones turísticas a la actual realidad de la comuna. Este nuevo documento podrá basar sus estrategias en el desarrollo del turismo de intereses especiales, tales como el Turismo Espiritual, por ejemplo, formalizando y trabajando a nivel público y privado una nueva y variada oferta turística.
2. Investigación del impacto que ha significado el movimiento New Age en el turismo a nivel nacional. Se sabe que esta es una tendencia a nivel mundial que poco a poco gana más adeptos y Chile no es la excepción.
3. Plan Piloto para el desarrollo de un turismo integrador para personas con capacidad reducida en San José de Maipo. En la misma línea en que se propone diferenciar a la comuna mencionada con un Pladetur que se enfoque en el turismo de intereses especiales, es que se propone la creación de un plan piloto, que luego se pueda desarrollar en otras comunas del país, basado en la realidad que sufren cientos de personas con problemas físicos para realizar turismo, tales como ceguera, sordera, etc. Este plan podrá abordar desde problemas para desplazarse en hoteles que no cuentan con ascensores o mecanismos especiales para sillas de rueda hasta softwares y aplicaciones computacionales descargables para la realización de reservas turísticas en diferentes establecimientos.

ANEXOS

Anexo 1

Encuesta para identificar el perfil del consumidor espiritual

ENCUESTA PERFIL CONSUMO ESPIRITUAL

A continuación se presenta una serie de preguntas en relación al consumo espiritual en la comuna de San José de Maipo. El objetivo de esta encuesta es identificar el perfil de quienes consumen productos de tipo espiritual en la comuna mencionada. Se pide ser lo más sincero al contestar.

1. Indique su género.

Masculino	Femenino
-----------	----------

2. Indique el rango etario al que pertenece.

0 a 18 años	
19 a 30 años	
31 a 40 años	
41 a 50 años	
51 años o más	

3. Indique su nacionalidad. En caso de ser chileno agregue también la región.

--

4. ¿Cuál es su ocupación actualmente?

--

5. ¿Cuál fue el producto o servicio del cual hizo consumo?

--

6. ¿Cómo se enteró del lugar en el que hizo consumo del servicio y/o producto?

Prensa escrita	
TV, Radio	
Plataformas sociales (Facebook, Twitter, etc.)	
Mediante amigos	
Otros	

7. Indique cuál fue la motivación principal para el consumo.

Salud	
Circunstancias emocionales	
Búsqueda espiritual	
Otro	

8. ¿Cree usted que existe una relación entre la comuna de San José de Maipo y el turismo espiritual? Si es así, indique el por qué.

--

9. ¿Cree que existen mejoras en relación a los servicios y/o productos de tipo espiritual que se realizan en la comuna de San José de Maipo? Si es así, indique cuales.

--

¡Muchas gracias por contestar esta encuesta!

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AES Gener, 2014. *www.cajondelmaipo.travel*. [En línea]
Available at: <http://www.cajondelmaipo.travel/naturaleza/flora/>
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2013. *www.bcn.cl*. [En línea]
Available at: [http://reportescomunales.bcn.cl/2013/index.php/San_Jos%C3%A9_de_Maipo#Indicadores de seguridad](http://reportescomunales.bcn.cl/2013/index.php/San_Jos%C3%A9_de_Maipo#Indicadores_de_seguridad)
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2013. *www.bcn.cl, Reportes Comunales.*. [En línea]
Available at: http://reportescomunales.bcn.cl/2013/index.php/San_Jos%C3%A9_de_Maipo
- Carozzi, M. J., s.f.. Definiciones de la New Age desde la Ciencias Sociales, Boletín de lecturas sociales y económicas, UCA, FCSE, Año 2, N°5. pp. 19-24.
- Cascada de las ánimas, 2013. *www.cascadadelasanimas.cl*. [En línea]
Available at: [http://www.cascadadelasanimas.cl/index/santuario de la naturaleza](http://www.cascadadelasanimas.cl/index/santuario_de_la_naturaleza)
- Castillo González, F., 2012. El New Age y su presencia en Guadalajara, en Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad. Año 2, Número 2, marzo-agosto 2012..
- Cooperativa.cl, 2013. *www.cooperativa.cl*. [En línea]
Available at: <http://www.cooperativa.cl/noticias/sociedad/educacion/ocde-chile-es-el-pais-con-menor-gasto-publico-en-educacion/2013-10-19/200351.html>
- Cunningham & Madsen, 1996-99. *Gestión de Recursos Naturales*. [En línea]
Available at: <http://www.grn.cl/rescate-y-relocalizacion-fauna.html>
- Delumeau, J., 1997. *El hecho religioso*. s.l.:s.n.
- Domínguez Estanda, J. F., s.f. *Turismo alternativo y tendencias mundiales en Quintana Roo*. [En línea]
Available at: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1238/turismo-alternativo-tendencias-mundiales-quintana-roo.html>
- Donoso, L., 2010. *El Método II, El fin de la Era del Miedo*. Santiago de Chile: Aguilar.
- Economía y Negocios, 2013. *www.economiaynegocios.cl*. [En línea]
Available at: <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=74680>
- Emprendedores exitosos, 2013. *emprendedoresexitosos.com*. [En línea]
Available at: <http://emprendedoresexitosos.com/rhonda-byrne-el-secreto-del-exito.html>
- Fundación San Carlos de Maipo, 2014. *www.fsancarlos.cl*. [En línea]
Available at: <http://fsancarlos.cl/index.php/quienes-somos>
- Gabriela Angulo, U. A. d. C., 2002. *Capítulo 1, El espacio turístico y las zonas y centros de interés turístico nacional*, s.l.: s.n.
- Ibañez y Rodríguez V, R. e. I., 2013. *www2.inecc.go.mx*. [En línea]
Available at: <http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf>
- Ilustre Municipalidad de San José de Maipo, 2012. *Cuenta Pública año 2012*, s.l.: s.n.

- Ilustre Municipalidad de San José de Maipo, 2013. *www.cajondelmaipo.com*. [En línea] Available at: <http://www.cajondelmaipo.com/localidades.php>
- Ilustre Municipalidad de San José de Maipo, 2013. *www.cajondelmaipo.com*. [En línea] Available at: <http://www.cajondelmaipo.com/historia.php>
- Ilustre Municipalidad San José de Maipo., 2013. *www.amur.cl*, *Proyecto: 2° etapa , conservación palzas de la comuna de San José de Maipo..* [En línea] Available at: http://www.amur.cl/upload/files/24/PROYECTO_CONSERVACION_DE_PLAZAS_DE_LA_COMUNA_SAN_JOSE_DE_MAIPO.pdf
- La Nación, 2014. *La Nación*. [En línea] Available at: <http://www.lanacion.cl/noticias/economia/energia/este-mes-aes-genera-parte-construccion-de-central-alto-maipo/2013-12-11/170946.html>
- Lecturalia, 2013. *www.lecturalia.com*. [En línea] Available at: <http://www.lecturalia.com/autor/1837/deepak-chopra>
- Marshall y Rodríguez, 2010. *Análisis del desarrollo productivo en Chile: Tendencias y determinantes*, Santiago: UDP.
- Martínez Cárdena, R., 2009. *Propuesta metodológica para la conceptualización dinámica del turismo espiritual*, Guadalajara: s.n.
- Molineaux, D., 2004. *Los humanos, la espiritualidad y la evolución cósmica*. [En línea] Available at: <http://polis.revenues.org/6037>
- Organización Mundial de Turismo, 1991. *Boletín Turístico*. [En línea] Available at: <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/D/DEMANDA-TUR%C3%8DSTICA-303/>
- Organización Mundial de Turismo, 1991. *Boletín Turístico*. [En línea] Available at: <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/O/OFERTA-TUR%C3%8DSTICA-575/>
- Organización Mundial de Turismo, 2013. *sdt.unwto.org*. [En línea] Available at: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Pontificia Universidad Javeriana, 2011. *Cuerpo sano y espiritual: prácticas de consumo y estilo de vida*, Bogotá: s.n.
- Propiedades Cajón del Maipo, 2013. *www.propiedadescajondelmaipo.cl*. [En línea] Available at: <http://www.propiedadescajondelmaipo.cl/comuna.html>
- Que de libros, 2013. *www.quedelibros.com*. [En línea] Available at: <http://www.quedelibros.com/autor/24264/Castro-Fresia.html>
- Riveros, P. A., 2013. *es.catholic.net*. [En línea] Available at: <http://es.catholic.net/conocetufe/364/2753/articulo.php?id=28549>
- Sernatur, 2013. *Chile, por un turismo sustentable. Manual de buenas prácticas*, Santiago de Chile: s.n.
- Sernatur, 2013. *www.sernatur.cl*. [En línea] Available at: <http://www.sernatur.cl/turismo-sustentable>

- Servicio de Cooperación Técnica, 2014. *www.sercotec.cl*. [En línea]
Available at: <http://3w.sercotec.cl/web/sercotec/acerca-de-sercotec/quienes-somos>
- Servicio Nacional de Turismo, 2012. *Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020*, Santiago de Chile: s.n.
- Servicio Nacional de Turismo, 2014. *www.sernatur.cl*. [En línea]
Available at: <http://www.sernatur.cl/que-hacemos>
- Uaeyoga, 2013. *www.uaeyoga.org*. [En línea]
Available at: <http://www.uaeyoga.org/doc/Clases%20de%20YOGA.pdf>
- Weinz y Bolwell, W. y. D., 2009. *Reducir la pobreza a través del turismo, Oficina Internacional del Turismo*. [En línea]
Available at: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_162281.pdf
- Weiss, B. W. y. A. E., 2012. *Los milagros existen*. Barcelona: Ediciones B.
- Yentzen, E., 2004. Apuntes sobre la espiritualidad contemporánea, su impacto en la modernidad occidental, y su presencia en Chile. *Polis, Puesto en línea el 05 septiembre 2012, consultado el 10 noviembre 2013*, p. URL : <http://polis.revues.org/6082>.

