



Guía Metodológica Plan de Formación Turístico Mapuche (PFTM)

1	PRESENTACIÓN DE LA GUÍA Y SUS COMPONENTES	98
1.1	INSTRUCCIONES PRELIMINARES PARA LOS FACILITADORES	10
1.2	ELEMENTOS DIFERENCIADORES DE ESTE PLAN DE FORMACIÓN	11
1.3	FACTORES A CONSIDERAR PARA LA ADECUADA PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE ESTE PLAN DE FORMACIÓN	13
2	GUÍA PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE FORMACIÓN TURÍSTICO MAPUCHE (PFTM)	15
2.1	A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO ESTE PLAN DE FORMACIÓN	16
2.2	PERFIL DEL CAPACITADO	16
3	MÓDULO FORMATIVO N° 1: GESTIÓN DE NEGOCIOS TURÍSTICOS MAPUCHE CON FOCO INTERNACIONAL	17
3.1.1	Competencias del Módulo N°1	17
3.1.2	Actividades del Módulo N°1	17
3.1.2.1	Jornadas de capacitación en los territorios	17
3.1.3	Aprendizaje Esperado	19
3.1.4	Criterios de Evaluación	19
3.1.5	Contenidos	20
3.1.6	Estrategias Metodológicas Módulo N°1	20
3.1.7	Estrategia evaluativa Módulo N°1	22
3.1.8	Perfil de los relatores	25
4	MÓDULO FORMATIVO N° 2: ELEMENTOS DE LA CULTURA MAPUCHE COMO VALOR AGREGADO DE LA OFERTA TURÍSTICA MAPUCHE	26
4.1.1	Competencias del Módulo N°2	26
4.1.2	Actividades del Módulo N°2	26
4.1.2.1	Internados de Negocios Turísticos	26
4.1.2.2	Conversatorios	29
4.1.3	Aprendizaje Esperado	31
4.1.4	Criterios de Evaluación	31
4.1.5	Contenidos	31
4.1.6	Estrategias Metodológicas Módulo N°2	32
4.1.7	Estrategia evaluativa Módulo N°2	33
4.1.8	Perfil de los relatores	34
5	MÓDULO FORMATIVO N° 3: FORTALECIMIENTO DE REDES DE COOPERACIÓN MAPUCHE PARA EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO MAPUCHE	36
5.1.1	Competencias del Módulo N°3	36
5.1.2	Actividades del Módulo N°3	36
5.1.2.1	Mentorías de Kimche empresarial	36
5.1.2.2	Pasantías (Giras) a Negocios Turísticos Mapuche	39
5.1.3	Aprendizaje Esperado	45
5.1.4	Criterios de Evaluación	45
5.1.5	Contenidos	46
5.1.6	Estrategias Metodológicas Módulo N°3	47
5.1.7	Estrategia evaluativa Módulo N°3	48
5.1.8	Perfil de los relatores	49
6	MÓDULO FORMATIVO N° 4: REDES SOCIALES COMO ESPACIO PARA LA PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS TURÍSTICOS MAPUCHE EN EL MUNDO	50
6.1.1	Competencias del Módulo N°4	50
6.1.2	Actividades del Módulo N°4	50
6.1.2.1	Capacitación Marketing Digital	50



6.1.2.2	Subir oferta a una Plataforma Web de la Red de Turismo	52
6.1.3	<i>Aprendizaje Esperado</i>	52
6.1.4	<i>Criterios de Evaluación</i>	52
6.1.5	<i>Contenidos</i>	52
6.1.6	<i>Estrategias Metodológicas Módulo N°4</i>	53
6.1.7	<i>Estrategia evaluativa Módulo N°3</i>	54
6.1.8	<i>Perfil de los relatores</i>	55

Créditos

La presente guía ha sido elaborada por el equipo técnico de la Cooperativa Rewe y la Cámara de Comercio Mapuche A.G. quienes, a través de diversas instancias de investigación, levantamiento de información, construcción, realización y evaluación de un modelo de formación turístico que ha finalizado en la presente guía metodológica. El equipo de trabajo en terreno y oficina se encuentra conformado por los siguientes participantes:

- Javier Lefimán, **Director del Proyecto**, Ingeniero civil industrial, Director ejecutivo de la Cámara de Comercio Mapuche A.G. y Sociedad de Turismo Mapuche A.G.
- Jorge Reinao, Productor, especialista en hortofruticultura, kimche empresarial, Presidente Cooperativa Rewe y Cámara de Comercio Mapuche A.G.
- Jessica Ambiado, **Coordinadora logística**, Ingeniera comercial y administradora de la Cooperativa Rewe.
- Bernardo Arroyo, **Coordinador técnico**, Antropólogo y asesor de la Cooperativa Rewe.
- Felipe Cona, **Encargado audiovisual**, Audiovisualista.
- Mariana Ñanco Huichaqueo, **Asistente**, Ingeniera comercial y profesional de Cámara de Comercio Mapuche A.G.
- Miqueas Paillao, **Encargado Kimche empresarial**, Ingeniero Civil Industrial y profesional de Cámara de Comercio Mapuche A.G.
- César Ambiado, Antropólogo.
- Ana Quiñenao, **Kimche empresarial**, artesana textil y miembro Cámara de Comercio Mapuche A.G.
- Carlos Catrileo **Kimche empresarial**, guía turístico local y miembro Cámara de Comercio Mapuche A.G.
- Gloria Peralta, **Kimche empresarial**, ingeniera agrónoma y artesana textil y miembro Cooperativa Folil y Cámara de Comercio Mapuche A.G.
- Joaquin Meliñir **Kimche empresarial**, guía turístico local, productor de productos gourmet y miembro Cámara de Comercio Mapuche A.G.
- Norma Huenten **Kimche empresarial**, empresaria turística de lago Budi y miembro Cámara de Comercio Mapuche A.G.
- Yesica Huenten **Kimche empresarial**, operador turístico local y miembro Cámara de Comercio Mapuche A.G.

Región de La Araucanía, diciembre 2018.



Palabras Presidente Cámara de Comercio Mapuche A.G.

Para nuestra Cámara es un orgullo presentar esta Guía Metodológica para apoyar el Plan de Formación Turístico Mapuche. Dentro de nuestro gremio siempre hemos creído que un pilar fundamental para avanzar es el conocimiento, pero no cualquier conocimiento, sino aquel que permita ampliar nuestra visión del mundo, entender su funcionamiento e insertarnos con éxito a los avances del presente y poder proyectar, como mapuche, nuestro desarrollo económico futuro. Sin embrago, así como los contenidos aprendidos, también es tan importante la forma en que se haga la transferencia del conocimiento. Es por esto que presentamos una guía que fusiona el conocimiento “occidental” con el conocimiento “ancestral mapuche”, en cuanto la forma de enseñar y de aprender. Esto, sin duda alguna, es un avance en la relación entre nuestro mundo mapuche y las instituciones formadoras involucradas. Por este motivo, agradezco a la Otic Sofofa y Sence, que nos hayan dado su confianza y se atrevido a trabajar junto con nuestro gremio de emprendedores y empresarios Mapuche.

Jorge Reinao Necuñir

Presidente

Cámara de Comercio, Turismo, Servicio e Industria Mapuche de la Araucanía A.G.



Palabras Gerente General de la OTIC

Presentación Director Ejecutivo Cámara de Comercio Mapuche A.G. y Director Proyecto PFTM.

¿Por qué una Guía Metodológica especial para emprendedores turísticos mapuche? No es porque los mapuche sean especiales en sí mismos, más cuando la mayoría se educa en el sistema formal chileno, donde actualmente adoptan las metodologías de aprendizaje no mapuche, como por ejemplo acostumbrarse a escribir para aprender, cuando históricamente el mapuche aprendía sólo de forma oral o bajo la modalidad maestro-aprendiz.

Lo especial de esta guía metodológica se fundamenta en el reconocimiento de un conocimiento y una experiencia única en el desarrollo de la "Industria del Turismo Mapuche" de algunos emprendedores y empresarios mapuche, quienes han sido pioneros en dicha industria, desarrollando "relatos históricos y culturales mapuche" que se muestran y presentan como parte fundamental de un producto turístico. No es sólo un plato de comida, es gastronomía mapuche, rescatando materias primas del territorio con propiedad que brindan bienestar al cuerpo, fusiones de recetas ancestrales y cocineros mapuche. No es sólo un trekking por los espacios naturales, los turistas deben ser visitantes de una naturaleza que tiene vida y espíritus (Ngen) que gobiernan esos espacios naturales y por lo tanto, también necesitan respeto mientras se permanezca allí. No es sólo conocer y sentarse dentro de una ruka (casa mapuche), es conocer y vivir el proceso de instalación de la ruka en un lugar, la arquitectura aplicada en su construcción y el uso que históricamente le daba el mapuche a esta vivienda, dentro de la cual se dormía, producían alimentos, se comía, se contaban los pewmas (sueños) que orientaban sus decisiones importantes. No es sólo vender un tejido de lana o una joya de plata, es conocer los significados que tiene los símbolos colocados en dichas artesanías, teniendo significados asociados a la naturaleza y la espiritualidad mapuche. Por todo esto y otros aspectos, esta guía metodológica es especial.

Los "kimche empresarial mapuche", son uno de los elementos diferenciadores de este plan de formación. Estos hombres y mujeres mapuche tienen el conocimiento y la experiencia en la producción y comercialización de alojamientos, gastronomía, actividades recreativas y/o artesanías con identidad cultural mapuche. Han forjado una trayectoria en el turismo mapuche, son reconocidos en esta industria y lo más importante, están dispuestos a transmitir su conocimiento a otros emprendedores. "Lo mejor de dos mundos", fusionado en el conocimiento mapuche y el conocimiento "occidental". Esto quisimos plasmar en esta guía metodológica y esperamos sea útil para otros emprendedores que quieran desarrollar turismo mapuche.



Prólogo Institucional Director SENCE.

1 PRESENTACIÓN DE LA GUÍA Y SUS COMPONENTES

¿Para qué es esta guía?

Esta guía está elaborada para facilitar la formación y el fortalecimiento de nuevos emprendedores turísticos mapuche, quienes se enfoquen en desarrollarse en diferentes áreas del turismo y realizar un turismo con identidad mapuche.

Este modelo de formación turístico mapuche busca reforzar la identidad cultural mapuche de los emprendedores, entregar herramientas para que puedan integrar elementos de la cultura mapuche en sus negocios, sus relatos y la imagen de sus productos/servicios. Un aspecto central de este modelo de formación es el "kimche empresarial mapuche", que es un empresario mapuche asociado al turismo, vive de su negocio, es un referente en su ámbito de acción y lo más importante, está dispuesto a transferir su conocimiento y experiencia a otros emprendedores. Ellos son los guías y apoyo para quienes se capaciten en turismo mapuche, su figura es similar a la de un mentor, pero con elementos culturales mapuche, esto porque en la creación y fortalecimiento de un emprendimiento no basta con aprender ciertos conocimientos, sino además sentir el apoyo de personas experimentadas, quienes ya han recorrido el camino que los capacitando estén iniciando.

¿Cómo fue realizada?

Esta guía metodológica es el resultado de un proceso de elaboración, diseño, ejecución y evaluación de un plan piloto de formación turístico mapuche, en un periodo de 9 meses de trabajo en conjunto con emprendedores del rubro del turismo, kimche empresarial o empresarios mapuche avanzados y equipo del plan de formación turístico mapuche. Este proyecto piloto se desarrolló en la Región de la Araucanía, donde participaron 36 emprendedores mapuche, provenientes de la costa (Lafkenche), valle (Wenteche) y cordillera (Pewenche) de esta región. La idea fue conocer la riqueza cultural mapuche de los tres territorios más importantes de la región y basado en esta diversidad, adaptar este modelo de formación turístico mapuche, considerando las distintas visiones de cada territorio. De esta forma, este plan de formación podrá replicarse en toda la región o parte de ella, sin mayores inconvenientes.

¿A quién va dirigida?

La guía metodológica va dirigida a organismos de capacitación, consultores y asesores que busquen capacitar a emprendedores mapuche en el rubro del turismo mapuche, convirtiéndose en un instrumento para el acompañamiento en el proceso de formación y construcción de un negocio turístico con identidad mapuche.

¿Qué contiene?

La guía contiene las temáticas abordadas durante el desarrollo del plan de formación turístico mapuche, considerando objetivos, aprendizajes esperados, contenidos, metodologías de enseñanza y evaluaciones correspondientes para cada uno de los cuatro módulos de enseñanza.

Módulo 1: Gestión de negocios turísticos mapuche con foco internacional.

Módulo 2: Elementos de la Cultura Mapuche como valor agregado de la Oferta Turística Mapuche.

Módulo 3: Fortalecimiento de redes de cooperación mapuche para el desarrollo de la Industria del Turismo Mapuche.

Módulo 4: Redes sociales como espacio para la promoción de productos y/o servicios turísticos mapuche en el mundo.

1.1 Instrucciones preliminares para los facilitadores

Los contenidos de esta guía se verán en 4 módulos, los cuales se tratarán en sesiones que van desde capacitaciones técnicas, internados turísticos, kimche empresarial y marketing digital, cada uno de los cuales presenta un número de horas definida por cada jornada, sumando en total 144 horas distribuidas en un periodo de 3 meses y con diferentes metodologías de enseñanza (teóricos, mentorías y aprendizaje en terreno), para lo cual:

- Se sugiere utilizar una distribución circular, puesto que desde tiempos antiguos se han realizado las reuniones mapuche en torno a un círculo, teniendo la vista y atención de la cada uno de los participantes.
- Se sugiere comenzar las actividades de cada módulo de capacitación con un *llellipun* o rogativa mapuche, la cual busca que todo lo realizado en dicha actividad prospere de buena manera.
- Se recomienda contar con el apoyo de empresarios turísticos mapuche en cada jornada de capacitación, puesto que servirá para traspasar su experiencia conforme a lo vivido en su área de trabajo.

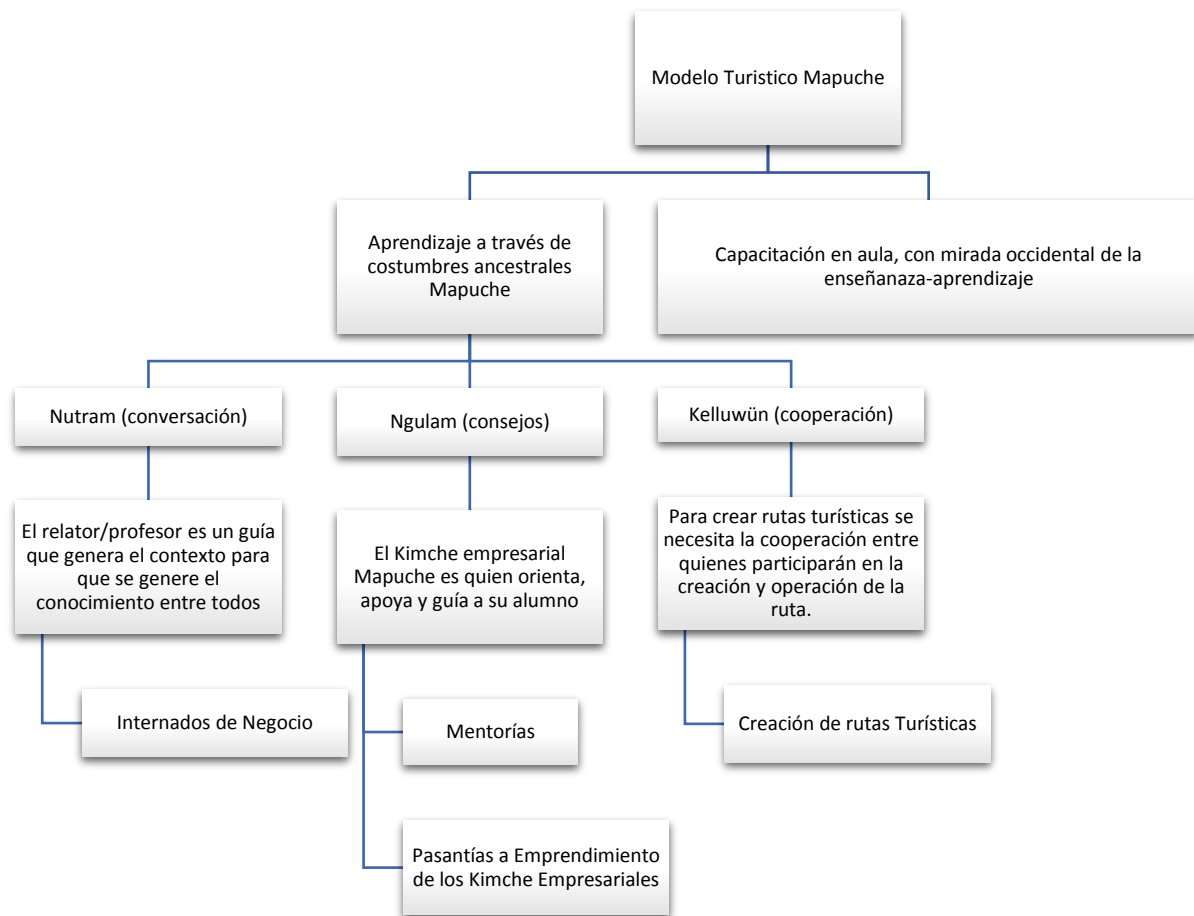
- Se sugiere contar con espacios para compartir alimentos en las capacitaciones y/o talleres, puesto que se considera una práctica cultural pertinente y contribuye a la relación de lazos de amistad y hermandad entre los alumnos.
- Por último, se sugiere practicar y estimular el mapuzugun entre los alumnos, valorizándose como un recurso único y diferenciador de otros cursos Sence.

1.2 Elementos diferenciadores de este Plan de Formación

Para la aplicación del modelo de capacitación turístico mapuche, es necesario identificar los principales aspectos que considera el modelo, por una parte, la capacitación en aula dirigida por relatores expertos en temáticas técnicas asociadas directamente al turismo, con una mirada más occidental de la enseñanza-aprendizaje, y por otra parte, también considera el aprendizaje a través de la oralidad mapuche como es aprender de las sabios mapuche (kimche) en espacios utilizados ancestralmente. En concreto, este modelo incorpora el **Nütram** (conversación), dirigido por un kimche mapuche, en torno a un fogón y el **Ngülam** (Consejo) dirigido por los mentores y kimche mapuche, quienes guiarán y darán consejos a los aprendices y por último, el **Kelluwün** (cooperación), concepto considerado como un requisito básico para trabajar una oferta turística en uno o más territorios, teniendo presente que se debe trabajar bajo la lógica de complementariedad en servicios turísticos, generando la cooperación y ayuda en la ejecución de una actividad o ruta en particular.

Como puede observarse, este modelo de capacitación turística mapuche buscó lo mejor de dos mundos, donde quizá no se creó un modelo nuevo, sino más bien se generó la sinergia entre modelos de dos culturas distintas, para facilitar el aprendizaje y lograr mayor apropiación, por parte de los capacitados, en cuanto al turismo mapuche.

La siguiente figura muestra el modelo propuesto:



Fuente: Elaboración propia.

Otro elemento central del Modelo Turístico Mapuche es el Kimche Empresarial Mapuche, el cual se caracteriza por 4 factores:

- 1) Ser Mapuche
- 2) Vive de su negocio
- 3) Ser referente para otros mapuche
- 4) Está dispuesto a transferir su experiencia y conocimiento a otros mapuche.

Este modelo busca "Lo mejor de los dos mundos". Elementos mapuche y elementos surgidos desde la lógica occidental, con el fin de hacer más eficiente el proceso de enseñanza/aprendizaje del modelo. Esto implica el utilizar y valorar formas y contenidos locales tradicionales mapuche y formas y contenidos de origen occidental que resulten pertinentes a los beneficiarios del proyecto.

La metodología del modelo se refiere a la competencia/cooperativa en tanto busca el generar negocios o emprendimientos competitivos a nivel global, pero

enmarcados en una red asociativa que potencie el desarrollo de las familias mapuche y posicione al wallmapu como punto turístico indígena, relevante a nivel mundial. El elemento competitivo del modelo también se aplica en la etapa acceso a algunos beneficios, por cuanto se busca premiar la constancia en la participación y los logros respecto de las exigencias de los módulos de capacitación. En concreto, se exigió un porcentaje alto de asistencia y una nota que refleje el aprendizaje real de los capacitados, dos requisitos que les permitirá acceder a capacitarse en redes sociales y subir sus ofertas turísticas a una plataforma web.

1.3 Factores a considerar para la adecuada planificación y ejecución de este Plan de Formación

Para la construcción y ajuste de la guía metodológica se debe comenzar con la publicación del Plan de Formación Turístico Mapuche, para luego ser presentado a los interesados en un *trawun* o reunión. En dicho encuentro se debe tomar nota de las principales necesidades y demandas de los interesados, lo cual podría facilitarse con la aplicación de un **instrumento diagnóstico** a cada potencial alumno, el cual pregunte sobre formación previa, tipo de negocio turístico que desea desarrollar, práctica cultural mapuche y sugerencias sobre contenidos adicionales del curso. Luego de eso, realizar el ajuste de los contenidos y metodología de enseñanza, con el fin de entregar los contenidos de la manera más eficiente y pertinente posible. ~~y pertinente~~

Para realizar de manera eficiente y pertinente el Plan de Formación en Turismo Mapuche es necesario considerar una serie de factores o requisitos, tanto para los alumnos como también para la planificación y organización de los talleres, encuentros y giras a desarrollar:

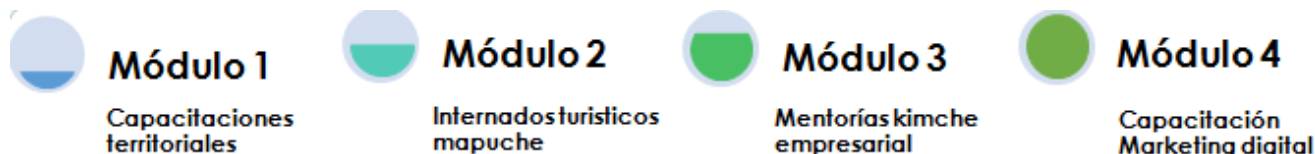
- a) Nivel educacional previo de los alumnos del curso. Este aspecto es importante, toda vez que este plan de formación fusiona el conocimiento occidental con el conocimiento mapuche, así, el nivel de educación formal permitiría conocer qué parte del curso será más fácil o más difícil abordar.
- b) Conocimiento de la cultura y filosofía mapuche, tanto de los alumnos, *kimche* y relatores.
- c) El espacio físico más adecuado para aprender. Este aspecto es relevante, dado que el plan de formación tiene como característica distintiva el aprendizaje ordenando a los alumnos en forma de círculo (*nütram*), donde cada uno pueda hablar y discutir cara a cara y el relator formando parte del círculo. Esto implica la necesidad de espacios amplios.



- d) La necesidad o no, de un mentor o profesor que guíe el aprendizaje.
- e) La demanda, por parte de los capacitados, por determinadas temáticas de capacitación, las cuales pueden ser recopiladas a través del instrumento diagnóstico,

2 GUÍA PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE FORMACIÓN TURÍSTICO MAPUCHE (PFTM)

El Plan de Formación Turístico Mapuche (PFTM), está distribuido en 4 módulos, dentro de los cuales se han definidos contenidos específicos a tratar, donde se encuentra el:



El diseño original de este plan de formación ha sido pensado para capacitar a emprendedores turísticos mapuche de 3 territorios, costa, valle y cordillera. Ahora bien, esto no necesariamente debe ejecutarse de la misma forma, dado que este plan tiene puede trabajar los elementos diferenciadores de cada territorio. Esto implica que podría replicarse sin problemas en cualquier territorio mapuche que desee capacitarse en turismo mapuche, vale decir, dentro de la región de la Araucanía, región del Biobío, región de los Ríos, Región de los Lagos o incluso para desarrollar emprendimiento turísticos urbanos de Santiago).

Se comienza con capacitaciones en el territorio al que pertenecen los alumnos, en temáticas técnicas de la gestión de un negocio turístico, donde los relatores deben ir a cada territorio capacitar, seguido de los internados de negocios turísticos, de 2 días cada uno en un lugar físico que disponga alojamiento, para tratar la cultura mapuche como fuente de agregación de valor a los productos y/o servicios turísticos. Luego se trabaja las mentorías de kimche empresarial, quienes guían, acompañan y apoyan los alumnos en sus actividades de formación, dentro y fuera del aula. También se incorpora la visita a emprendimientos turísticos mapuche, con el fin de observar en terreno y aprovechar de vincularse con otros emprendedores que se iniciaron antes. Por último, se realiza una capacitación final de marketing digital y redes sociales, si asisten al 80% de las clases y obtienen un 5,0 como nota de los trabajos del curso

El Plan de Formación completo contiene 98 horas teóricas, 6 horas de mentoría por cada alumno y 40 horas de aprendizaje en terreno.

En el Plan de Formación Turístico Mapuche se desarrolla, de acuerdo a siguientes actividades en un periodo de tres a cuatro meses:

Tabla 1: Tipos de actividades que conforman el Plan de Formación Turístico Mapuche

MÓDULO	Actividades	Cantidad de veces
<i>Módulo N°1</i>	<i>Capacitación en territorio N°1</i>	3
	<i>Capacitación en territorio N°2</i>	3
	<i>Capacitación en territorio N°3</i>	3
<i>Módulo N°2</i>	<i>Internado Turístico N°1</i>	1
	<i>Internado Turístico N°2</i>	1
	<i>Internado Turístico N°3</i>	1
<i>Módulo N°3</i>	<i>Mentorías Kimche Empresarial</i>	<i>Acompañamiento</i>
	<i>Gira N°1</i>	1
	<i>Gira N°2</i>	1
<i>Módulo N°4</i>	<i>Capacitación en Redes Sociales</i>	1

2.1 A quién está dirigido este Plan de Formación

Personas dispuestas a iniciar o potenciar un emprendimientos turísticos dentro de una red de cooperación, utilizando la historia y la cultura mapuche como elemento diferenciador fundamental para la producción y comercialización de productos y servicios turísticos con identidad.

2.2 Perfil del Capacitado

Después de participar en este Programa de Formación Turístico Mapuche (PFTM), el capacitado será capaz de identificar los factores más relevantes para la gestión adecuada de su negocio turístico mapuche, aplicando formas modernas de comercialización de servicios turísticos, construcción de valor agregado a través de elementos culturales mapuche y tomar conciencia de la importancia de la cooperación en la comercialización de los productos y/o servicios turísticos mapuche, en un contexto de economía global.

3 MÓDULO FORMATIVO N° 1: GESTIÓN DE NEGOCIOS TURÍSTICOS MAPUCHE CON FOCO INTERNACIONAL

N° de horas asociadas al módulo: 18 hrs por Territorio. Si son 3 territorios serán 54 hrs

3.1.1 Competencias del Módulo N°1

Conocer el funcionamiento de la industria turística en un contexto internacional para tomar decisiones asertivas dentro de un negocio turístico mapuche desarrollado por emprendedores mapuche, identificando factores relevantes tanto externos como internos al negocio.

3.1.2 Actividades del Módulo N°1

3.1.2.1 Jornadas de capacitación en los territorios

El plan de formación considera 3 jornadas de capacitación en el territorio del cual provienen los alumnos, con una duración de 8 horas cada uno. Por lo tanto, en este módulo son los relatores y el equipo logístico quienes viajan a dicho territorio a capacitar. En cada jornada de capacitación contará con la presencia tanto de alumnos, al menos un kimche empresarial y la presencia de expertos o especialistas en temáticas tratadas en programa de trabajo.







3.1.3 Aprendizaje Esperado

- ✓ Reconocer los factores más relevantes de la industria del turismo a nivel internacional.
- ✓ Identificar la estructura y roles básicos de un negocio turístico y/o emprendimiento.
- ✓ Explicar e identificar los elementos contables que le permitan pagar adecuadamente los tributos al Servicios de Impuestos Internos.

3.1.4 Criterios de Evaluación

- ✓ Reconoce la complejidad en la administración de un negocio turístico.
- ✓ Elabora un plan de marketing con principales aspectos del marketing: posicionamiento de marca, definición de un producto turístico, fijación de precios, canales de comercialización y promoción turística.
- ✓ Comprende la necesidad de la formación adecuada para desarrollar los distintos roles dentro de un negocio turístico.
- ✓ Crea una estructura organizacional para su negocio turístico, considerando

roles, funciones y perfiles del emprendedor.

- ✓ Se empodera de la gestión de su propio negocio en el ámbito contable y tributario.
- ✓ Calcula el IVA mensual que debe pagar al Servicio de Impuestos Internos.

3.1.5 Contenidos

El turismo en un Contexto Global

- Pensamiento económico
- Fijación de precios a partir de la ley de oferta y demanda
- Estructura de la Industria Turística Mundial
- Ley de Turismo y certificaciones.

Comercialización

- Canales de comercialización turística.
- Creación de productos turísticos mapuche.
- Definición de precios en los servicios turísticos.
- Formas de promoción del turismo.
- Identificación de clientes y competidores.
- Estrategias de Posicionamiento de marca.

Estructura Organizacional de un Negocio Turístico

- Core Business y Outsourcing.
- Definición de Misión y Visión de un negocio turístico.
- Definición de cargos, roles y funciones.

Aspectos Contables y Tributarios de un Negocio

- Elementos básicos de contabilidad
- IVA e Impuestos sobre sociedades (Formulario 29)
- Facturación electrónica.

3.1.6 Estrategias Metodológicas Módulo N°1

Para una correcta ejecución y entrega de conocimiento se consideran aspectos:

- ✓ Teórico: Un relator experto en cada tema estará a cargo de explicar los distintos contenidos de aprendizaje, recogiendo además las opiniones y aprendizajes previos de los estudiantes.
- ✓ Práctico: El relator invitará a los estudiantes que tengan un negocio turístico funcionando a que apliquen los contenidos teóricos a su realidad. Para aquellos que no tengan un negocio funcionando deberán proyectar su idea de negocio turístico mapuche, de acuerdo a los contenidos aprendidos.
- ✓ Espacio de aprendizaje: Aula.

Se aplicará la metodología activo participativo, que valora la experiencia y conocimientos previos, con modalidad presencial, basada en formación laboral de adultos bajo el enfoque de competencias, que se resume en las palabras “aprender

haciendo". Se analizarán situaciones reales de sus negocios. Se realizarán análisis de estudio de casos, resolución de problemas, simulación de contextos cercanos a sus negocios, elaboración planes de negocio, juego de roles, son algunas de las orientaciones recomendadas para poder desarrollar aprendizajes que permitan relacionar conocimientos y destrezas en función de lo práctico y lo conceptual.

I. Clases expositivas e interactiva

- La idea es explicar los aspectos teóricos del módulo como base para la conversación y la aplicación
- Luego, el relator le pedirá los alumnos que apliquen los contenidos teóricos a sus negocios turísticos particulares
- Lo interactivo tiene mucha importancia porque el alumno no es un "mero observador" sino parte activo en el proceso de enseñanza aprendizaje.

II. Simulación

- Cada alumno elaborará un plan de marketing de su negocio. Para ello se le entregarán un formato para que lo complete con los principales aspectos del marketing: posicionamiento de marca, definición de un producto turístico, fijación de precios, canales de comercialización y promoción turística. De esta forma, aquellos que tengan un negocio turístico funcionando pueden utilizar este plan para aplicarlo a un caso real y aquellos que tiene la idea de iniciar un negocio turístico imagine de forma lo más real posible como será.
- Guiados por el relator experto en temas organizacionales, los alumnos deberán construir un organigrama con todos los cargos y funciones que idealmente debería tener su negocio. Este les permitirá identificar las necesidades de personal, pero sabiendo para qué contratarán a cada uno y estimar la cantidad de dinero que se significaría para el negocio.
- Guiados por el relator experto en temas contables y tributarios, los alumnos deberán calcular el IVA mensual de su negocio, como si tuvieran que pagar mañana al Servicio de Impuestos Internos. Además, el relator debe mostrar en la plataforma del Servicio de Impuestos Internos (SII) la forma en que se hace la declaración del Formulario 29, considerando que hoy los negocios funcionan casi en un 100% con factura electrónica.

III. Dinámicas grupales para intercambiar visiones (Nütram, Ngülam y Keyugün)

- En este módulo 1, el trabajo en grupos no es tan fuerte como lo es en el **módulo 2**. Sin embargo, en la construcción del plan de negocio y en el diseño organizacional debe generarse el intercambio entre alumnos y mentores (kimche), con el fin de aprovechar la experiencia de ellos.

3.1.7 Estrategia evaluativa Módulo N°1

Considerará distintos tipos de evaluación que permitan medir tanto el conocimiento, los procedimientos y las actitudes; se aplicará la metodología activo participativa, que valora la experiencia y conocimientos previos, con modalidad presencial, basada en formación laboral de adultos bajo el enfoque de competencias, que se resume en las palabras "aprender haciendo". Se analizarán situaciones reales de negocios turísticos. En concreto, cada alumno debe:

- ✓ Con el relator experto en temas organizacionales, cada alumno deberá entregar un organigrama con todos los cargos y funciones que idealmente debería tener su negocio, evaluándolo con una nota entre 4 y 7.
- ✓ Con el relator experto en temas contables y tributario, cada alumno hará ejercicios donde deberá calcular el IVA mensual que debe pagar al Servicio de Impuestos Internos. El relator hará pasar a algunos alumnos para que desarrollen el cálculo, sin embargo, todos entregarán un ejercicio al final de la clase de contabilidad, el cual revisará el relator y colocará nota.
- ✓ Al término del módulo1, cada alumno entregará un plan de marketing de su negocio. Para ello se le entregarán un **formato** para que lo complete con los principales aspectos del marketing: posicionamiento de marca, definición de un producto turístico, fijación de precios, canales de comercialización y promoción turística. A partir de esto, se colocará una nota entre 4 y 7. La idea del 4 como nota mínima consiste en no desmotivar a los alumnos, pero al mismo tiempo permite exigir buenos trabajos para llegar al 7.

ELEMENTOS PLAN DE MARKETING

Nombre alumno:

Nombre Producto:

SEGMENTO:

COMPETIDORES:

3 CARACTERISTICAS MAS IMPORTANTES DEL PRODUCTO, ATRACTIVO PARA EL TURISTA Y QUE LO DIFERENCIAN DE LA COMPETENCIA

PRODUCTOS (CIRCUITO, RUTA, PROGRAMA POR EL DIA, OTROS)

TEMPORALIDAD
ACCIONES DE VENTA
ESTRATEGIA DE PRECIOS:
COBRO DE UN VALOR POR PERSONA SEGÚN ACTIVIDADES POR EL DIA, CONSIDERANDO LA SIGUIENTE TARIFACIÓN:
DESAYUNO: \$
ALMUERZO: \$
ACTIVIDADES:

A partir de la información recopilada, se podría agrupar a los alumnos según rubro:

Rubros / Territorio	<u>Lafkenche</u>	<u>Wenteche</u>	<u>Pewenche</u>	Total
Actividades recreativas				
Alojamiento				
Gastronomía				
Guía Local				
<u>Souvenir</u> (artesanía y alimentos gourmet)				

3.1.8 Perfil de los relatores

Opción 1	Opción 2	Opción 3
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dueño o gerente de una empresa de Tour Operador con clientes internacionales ✓ Con experiencia en venta de paquetes turísticos con identidad cultural mapuche ✓ Con experiencia en comercialización en red 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experto en turismo, Ingeniero comercial o Ingeniero Civil Industrial ✓ Con experiencia en el diseño de productos turísticos o rutas turísticas con un fuerte componente cultural. ✓ Experiencia como facilitador de capacitación, con conocimiento de cultura ancestral mapuche y emprendimientos cooperativos de mínimo 3 años, demostrable. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Formación académica como profesional del área de la ingeniería comercial, contador auditor o ingeniero en administración de empresas. ✓ Experiencia, como facilitador de capacitación, en desarrollo organizacional, contabilidad y gestión tributaria.

4 MÓDULO FORMATIVO N° 2: ELEMENTOS DE LA CULTURA MAPUCHE COMO VALOR AGREGADO DE LA OFERTA TURÍSTICA MAPUCHE

N° de horas asociadas al módulo: 37,5 hrs

4.1.1 Competencias del Módulo N°2

Conocer estrategias de agregación de valor a partir de conceptos culturales mapuche que puedan ser aplicados a los negocios individuales y a la posible red de turismo.

4.1.2 Actividades del Módulo N°2

4.1.2.1 Internados de Negocios Turísticos

El Plan de Formación Turístico Mapuche considera la realización de 3 internados de negocios turísticos en algún lugar donde los alumnos estén alejados de sus casas y pueda generarse el contexto para concentrarse, conversar y proponer sin más preocupaciones que los talleres. Ellos deben contar con un espacio seguro donde dormir el día 1, sin tener la preocupación del horario de la locomoción para volver a sus hogares, de igual manera al cierre de las exposiciones del día se continua con el nütam en torno a un círculo, para tratar diferentes temáticas de interés y muchas veces controversiales en las exposiciones del día. Probablemente se genere la instancia para conocer de manera más íntima los participantes de los internados, conocer experiencias y relatos de cada territorio e incluso se compartir ulkatün (música), piam (cuentos) y choike (baile tradicional mapuche), fusionando las particularidades de cada territorio, si los alumnos proviene de territorios diversos, incluido en el plan de capacitación.

En estos internados participan todos los alumnos, de todos los territorios en capacitación considerados.



Internado N° 1:



Internado N°2



Internado N° 3



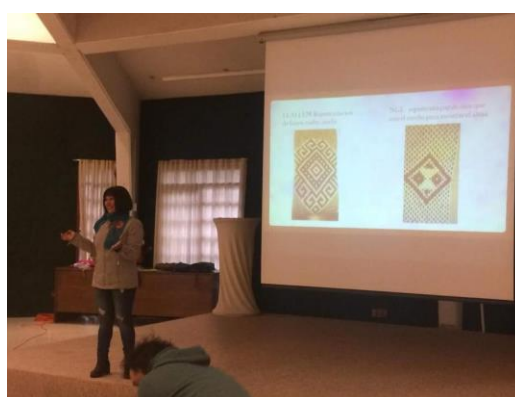


4.1.2.2 Conversatorios

En los talleres desarrollados dentro de los internados se debe incorporar elementos culturales mapuche en el proceso de enseñanza-aprendizaje por medio de la conversación o *nütram* y el contar con un grupo de empresarios/emprendedores mapuche con un nivel avanzado en sus respectivos negocios turísticos que pudieran actuar como *kimche* o *sabio* y brindar consejos o *ngülam* a los alumnos participantes. Es por lo anterior, dentro de las diferentes actividades se debe brindar un espacio para fortalecer estas metodologías de aprendizaje y efectivamente, los alumnos interactúen con mayor motivación y generen diversas opiniones de las temáticas tratadas, sin sentir el miedo a ser cuestionados o criticados por sus puntos de vista.

En los conversatorios, que se desarrollan después de la cena, se generan las instancias para discutir temáticas relevantes para los alumnos, las cuales normalmente nacen como profundización de los contenidos tratados durante el día. Por ejemplo, podrían aparecer temas como el rol de la mujer mapuche en la historia y en la actualidad, los lineamientos estratégicos en el turismo mapuche o el rol de los líderes mapuche actuales, propiedad intelectual de la iconografía mapuche, entre otras temáticas. Si bien, la discusión en torno a estos temas es importante, lo más interesante es el aumento en el nivel de confianza que se genera en estos conversatorios, lo cual sin duda es un punto de partida para el trabajo conjunto (*kelluwün*).

Se sugiere estar atento durante las capacitaciones del día para ir tomando nota de los temas de interés y con la asamblea de alumnos, decidir mediante votación cuál será el tema a “conversar”, si hubiese más de uno.



4.1.3 Aprendizaje Esperado

- ✓ Identifica y utiliza pasajes históricos y filosofía mapuche como insumos para el desarrollo económico del Pueblo Mapuche.
- ✓ Reconoce la existencia de elementos culturales e históricos para la construcción de relatos turísticos mapuche.
- ✓ Reconoce la importancia del trabajo cooperativo, aplicado a la comercialización conjunta de los servicios turísticos

4.1.4 Criterios de Evaluación

- ✓ Reafirma el sentido de pertenencia y orgullo a la Cultura Mapuche a partir de su historia
- ✓ Utiliza costumbres ancestrales, tales como nüttram (conversación), ngülam (consejo) y keyuwun (cooperación), proyectar responsablemente, entre todos, la "industria del turismo mapuche"
- ✓ Construye matriz, en grupos, con ventajas y desventajas del turismo en territorio mapuche y estrategias para enfrentar desafíos futuros.
- ✓ Construye un relato turístico de su emprendimiento particular, a partir de elementos culturales mapuche.
- ✓ Realiza un Pentukun (saludo) recibiendo al turista bajo el protocolo de un witrán (una visita).
- ✓ Trabaja en la creación de eventos turísticos mapuche, en conjunto con sus compañeros y kimche, considerando aspectos culturales, relatos históricos y territoriales.
- ✓ Participar en la conformación de una **Red de Turismo Mapuche** para facilitar la comercialización

4.1.5 Contenidos

Historia Económica del Pueblo Mapuche

- Cacique, ülmen y formas de organización que lideraron la economía mapuche.
 - Formas de intercambio económico en el mundo mapuche (trafkintu, mingako, otros).
 - La evolución de la economía mapuche frente a los procesos de invasión y colonización del Wallmapu.
- Valores ancestrales versus valores presentes

- Filosofía y cosmovisión mapuche
- Liderazgo mapuche desde la perspectiva de género (visión de ambos géneros).
- ¿Cómo proyectamos el futuro del pueblo mapuche en el ámbito del turismo?

Elementos Culturales Mapuche

- Construcción de la Ruka y vida dentro de ella.
- Iconografía mapuche y su aplicación en la artesanía.
- Gastronomía mapuche como forma de alimentación saludable actual.
- Técnicas para la construcción de un relato turístico mapuche.
- Mapuzugün Nivel Básico (Chaliwün y pentukun).
- Elementos de posicionamiento para la marca Turismo Mapuche.
- Marketing cultural mapuche como herramienta para la diferenciación del turismo mapuche en relación a otros turismos indígenas.

La cooperación como estrategia para fortalecer el sentir colectivo mapuche

- Formas de asociatividad: ventajas y desventajas.
- Creación de eventos turísticos mapuche a nivel territorial y regional.

4.1.6 Estrategias Metodológicas Módulo N°2

Para una correcta ejecución y entrega de conocimiento se consideran aspectos:

- ✓ Teórico: Un relator experto en cada tema estará a cargo de explicar los distintos contenidos de aprendizaje, recogiendo además las opiniones y aprendizajes previos de los estudiantes.
- ✓ Práctico: El relator invitará a los estudiantes que tengan un negocio turístico funcionando a que apliquen los contenidos teóricos a su realidad. Para aquellos que no tengan un negocio funcionando deberán proyectar su idea de negocio turístico mapuche, de acuerdo a los contenidos aprendidos.
- ✓ Espacio de aprendizaje: Aula, espacio de reunión bajo el concepto de reunión circular, bajo la modalidad de internado de negocios turísticos.

Se aplicará la metodología activo participativo, que valora la experiencia y conocimientos previos, con modalidad presencial, basada en formación laboral de adultos bajo el enfoque de competencias, que se resume en las palabras “aprender haciendo”. Se analizarán situaciones reales de sus negocios. Se realizarán análisis de estudio de casos, resolución de problemas, simulación de contextos cercanos a sus negocios, elaboración de proyectos, juego de roles, demostración guiada, son algunas de las orientaciones recomendadas para poder desarrollar aprendizajes que permitan relacionar conocimientos y destrezas en función de lo práctico y lo conceptual.

IV. Clases expositivas e interactiva

- La idea es explicar los aspectos teóricos del módulo como base para la conversación y la aplicación
- Luego, el relator le pedirá los alumnos que apliquen los contenidos teóricos a sus negocios turísticos particulares
- Lo interactivo tiene mucha importancia porque el alumno no es un “mero observador” sino parte activo en el proceso de enseñanza aprendizaje.

V. Simulación

- Los alumnos deberán construir el relato turístico del producto/servicio o del emprendimiento particular, a partir de elementos culturales mapuche. Luego deberán pasar a exponer para recibir retroalimentación de sus compañeros y relator.
- Cada alumno realizará un Pentukun (saludo) en voz alta, donde otro compañero simulará ser un turista a quien recibe, donde el resto de sus compañeros observa y aprenden del diálogo.
- También se les hará imaginar que ellos formar parte de una red de comercialización turística y deben ponerse de acuerdo, por territorio, qué eventos turísticos podrían crear para atraer turistas y así cada uno se vea beneficiado en su negocio individual. La idea es que entiendan a partir de situaciones concretas la importancia de pensar el turismo mapuche bajo una red de cooperación. Ningún turista viene a visitar a un emprendedor, el quiere conocer el país, la región o un territorio, pero no piensa en un negocio en particular, le moviliza conocer una diversidad de productos turísticos en el menos tiempo posible.

VI. Dinámicas grupales para intercambiar visiones (Nütram, Ngülam y Keyugün)

- Los alumnos, en conjunto con su mentor (kimche), crearán grupos y pasarán a exponer su trabajo, recibiendo retroalimentación de los demás alumnos, kimche y del relator: La idea fundamental es poder conversar, discutir en grupo luego en asamblea, recibiendo consejos de aquellos alumnos más avanzados, de los kimches expertos en cada rubro y además de los consejos del relator, con todo su experiencia que posee. En este sentido se hace tan importante el trabajo en círculos o semicírculos, donde todos puedan mirarse a la cara.

4.1.7 Estrategia evaluativa Módulo N°2

Considerará distintos tipos de evaluación que permitan medir tanto el conocimiento, los procedimientos y las actitudes; se aplicará la metodología activo participativa, que valora la experiencia y conocimientos previos, con

modalidad presencial, basada en formación laboral de adultos bajo el enfoque de competencias, que se resume en las palabras "aprender haciendo". Se analizarán situaciones reales de negocios turísticos. En concreto, cada alumno debe:

- ✓ Cada alumno deberá construir el relato turístico del producto/servicio o del emprendimiento particular, a partir de elementos culturales mapuche. Luego deberá pasar a exponer para recibir retroalimentación de sus compañeros y relator.
- ✓ Realizar un Pentukun (saludo) en voz alta delante de sus compañeros, recibiendo al turista bajo el protocolo de un witrán (una visita).
- ✓ En grupos, construir una matriz, con ventajas y desventajas del turismo en territorio mapuche y estrategias para enfrentar desafíos futuros.
- ✓ En conjunto con sus compañeros y kimche, elaborar una lista de eventos turísticos mapuche, considerando aspectos culturales, relatos históricos y territoriales.

4.1.8 Perfil de los relatores

Opción 1	Opción 2	Opción 3
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Profesor de historia o Historiador experto en economía mapuche ✓ De preferencia investigador de la historia mapuche del siglo XIX y Siglo XX 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Antropólogo ✓ Experto en filosofía y cosmovisión del pueblo mapuche ✓ De preferencia hablante de mapuzugün <p>Para Relatores de charlas específicas asociadas Elementos Culturales Mapuche</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Charla sobre Construcción de Rukas: Rukafe (persona que hace rukas) ✓ Charla sobre Gastronomía mapuche: dueño/a de un restaurant que produce platos con identidad cultural mapuche ✓ Charla sobre iconografía mapuche: artesana en telar y/o en joyas mapuche. ✓ Charla sobre Asociatividad: Presidente de una cooperativa o con experiencia en gerenciamiento de organizaciones cooperativas con carácter comercial o en su defecto investigador sobre cooperación comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ingeniero Comercial, Ingeniero Civil Industrial o afín. ✓ Experto en Marketing aplicado a negocios con identidad cultural mapuche. ✓ Experto en creación de negocios

- ✓ Mapuzugün: Un mapuche hablante de mapuzugün, de preferencia con experiencia en lingüística.

5 MÓDULO FORMATIVO N° 3: FORTALECIMIENTO DE REDES DE COOPERACIÓN MAPUCHE PARA EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO MAPUCHE

N° de horas asociadas al módulo: 46 hrs

5.1.1 Competencias del Módulo N°3

Aprender a gestionar el capital social disponible en su entorno más cercano para iniciar o hacer crecer un negocio turístico mapuche, basado en negocios turísticos mapuches más avanzados.

5.1.2 Actividades del Módulo N°3

5.1.2.1 Mentorías de Kimche empresarial

Este plan de formación turístico mapuche tiene elementos clásicos de enseñanza-aprendizaje y agrega elementos cultural de aprendizaje ancestral mapuche. En este sentido, se incorpora la figura del “kimche empresarial mapuche”, que recuerda la forma de aprendizaje maestro-aprendiz entre jóvenes y sabios mapuche. El kimche empresarial es un empresario mapuche asociado al turismo, vive de su negocio, es un referente en su ámbito de acción y lo más importante, está dispuesto a transferir su conocimiento y experiencia a otros emprendedores. Ellos son los guías y apoyo para quienes se capaciten en turismo mapuche, su figura es similar a la de un mentor, pero con elementos culturales mapuche, esto porque en la creación y fortalecimiento de un emprendimiento no basta con aprender ciertos conocimientos, sino además sentir el apoyo de personas experimentadas, quienes ya han recorrido el camino que los capacitando estén iniciando.

El Kimche tiene tareas dentro del aula, principalmente en los Internados de negocios turísticos, además de recibir a la delegación de estudiantes en su emprendimiento cuando se realizan las giras. Junto a lo anterior, debe ir a visitar a los alumno-aprendices asignados para realizar las mentorías y tener comunicación abierta para los requerimientos que pudieran tener sus alumno-aprendices.

El grupo de Kimche empresarial puede componerse de 4 a 7 empresarios mapuche formalizados en 4 áreas temáticas del turismo mapuche y en el tema de asociatividad:

- ✓ Arte textil o Joyas de Plata
- ✓ Gastronomía Mapuche

- ✓ Alojamiento con identidad cultural
- ✓ Actividades recreativas: Operador turístico Local /Guía turístico
- ✓ Asociatividad



Kimche empresariales ante alumnos

Obligaciones del Kimche Empresarial

- ✓ Dentro de las responsabilidades de cada kimche empresarial con sus alumnos se les solicita disponibilidad extra-programática para recibir llamados y visitas de sus alumnos en sus territorios donde desarrollan sus emprendimientos.
- ✓ Ahora bien, la mayoría de la asignación de Kimche a los alumnos es al azar, por lo tanto, en la mayoría de los casos los alumnos quedan con kimches que no son de su mismo territorio y es el Kimche quien visita a sus alumnos asignados al lugar donde el alumno tiene o quiere levantar su emprendimiento.
- ✓ En cada jornada de capacitación territorial debe haber al menos un Kimche empresarial, quien apoyará las diversas exposiciones dando a conocer experiencias relacionadas con las temáticas tratadas y luego guiando las tareas encomendadas a los alumnos en aula. El contar con la presencia y participación de Kimche empresarial en las clases facilita que los alumnos se motivaran por el desarrollo de una idea de negocio que perfectamente podría potenciarse con el negocio turístico que ya presenta el Kimche y también aprender de otros emprendedores de otros territorios que con menos apoyo y más sacrificio lograron sacar sus emprendimientos adelante y posicionarlos a nivel local y territorial.



- ✓ Dentro de las actividades desarrolladas por el equipo de trabajo se busca fortalecer la comunicación oral a través de las conversaciones o ñutram y brindar todos los espacios posibles para que, tanto entre alumnos como así también alumnos-kimche pudieran compartir, conversar, dar consejos a nivel de grupo y ver posibles alianzas futuras cuando los nuevos emprendedores tomen la iniciativa de emprender. En vista de lo anterior, los kimche empresarial deben tener un rol activo dentro de las capacitaciones e internados, quienes en todo momento deben estar dispuestos a colaborar con los relatores, apoyar y dar consejos o ngülam ante las diferentes dudas e inquietudes de los alumnos, con su experiencia y conocimiento en el turismo fue posible que los alumnos tuvieran un sustento basado en la experiencia de los kimche y la teoría entregada por los relatores. Además, son ellos quienes guían los trabajos de equipo desarrollados al interior de los talleres, motivando a sus diferentes alumnos a dar opiniones con respecto a las temáticas tratadas y valorizando los principios que diferencian al turismo mapuche de otros tipos de turismo como el turismo rural o agroecológico.





5.1.2.2 Pasantías (Giras) a Negocios Turísticos Mapuche

Se realizarán 2 pasantías (giras) a emprendimientos turísticos avanzados dentro de la región de la Araucanía, con el objetivo de que los alumnos puedan ver en terreno cómo funcionan los emprendimientos turísticos mapuche avanzados y con experiencia en rubro turístico. A través de las pasantías los alumnos tienen la oportunidad de interactuar, realizar preguntas, aprender y evaluar falencias aun presentes en los emprendimientos turísticos para tenerlo presente al momento de que ellos reciban turistas en sus respectivos emprendimientos.

En las pasantías los kimches tienen la oportunidad de presentar sus servicios turísticos y dar a conocer en terreno los principios que rigen el turismo mapuche, entre ellos, el trabajo colaborativo y en comunidad, el respeto y cuidado por espacios naturales donde se concentran una gran biodiversidad, el resguardo de ceremonias de carácter sagrado, contar con disposición y tiempo para escuchar a las visitas o turistas que visitan sus emprendimientos, entre otras particularidades.

Pasantía N°1: Zona lafkenche (Costa)



Primer emprendimiento visitado, Restaurant Ruka Iyael de Imperial.



Emprendimiento de Puerto Saavedra, Restaurant Margarita.



Llegada a Isla Llepo



Charla explicativa de la forma de vida desarrollada al interior de la isla.



Visitando museo familiar de la Isla Llepo.



Despedida en embarcadero de Isla Llepo.



Visita emprendimiento familiar de Piedra Alta Gastronomía Millaray



Cierre de la jornada en ruka de la kimche empresarial, Norma Huenten.

Pasantía N°2: Zona pewenche (Montaña)



Recibimiento de lonko de Quinquen en su comunidad, emprendimiento del kimche Joaquin Meliñir.



Mirador Weyeltuwe, Comunidad Quinquen.



Relato turístico a través de pinturas, Comunidad Cruzaco.



Ascenso Volcan Batea Mawida.



Vista desde cima de Volcan Batea Mawida, Icalma.



Relato territorial en la cima de Volcan Batea Mawida.



Fotografía oficial Gira 2.

5.1.3 Aprendizaje Esperado

Capacitación para Kimche Empresarial

- ✓ Los Kimche empresariales aprenden la forma de relacionarse con los alumnos, en una relación maestro-discípulo

Alumnos

- ✓ Aprovechar el capital social para iniciar o desarrollar un negocio, ejercitando con los mentores (kimche empresarial)
- ✓ Asimilar la forma de funcionamiento de un negocio turístico mapuche observando directamente en terreno

5.1.4 Criterios de Evaluación

Kimche

- ✓ Logra competencias para guiar, acompañar y promover el trabajo cooperativo entre los alumnos.
- ✓ Elabora programa para el trabajo con sus alumnos: llamar por teléfono, visitar a sus alumnos en su futuro emprendimiento y recibir a sus alumnos en su emprendimiento turístico.

Alumnos

- ✓ Busca información para su negocio turístico mapuche a partir de aliados estratégicos (Mentor = kimche empresarial), aprendiendo de los mentores.
- ✓ Llama a su mentor como mínimo 6 veces durante los 3 meses que serán acompañados
- ✓ Identifican las funciones principales de un negocio turístico.
- ✓ Conocen el tipo de clientes que actualmente están llegando a los negocios turísticos mapuche.
- ✓ En las giras identifican elementos claves del proceso de atención al cliente
- ✓ Reconocen los requisitos legales, sanitarios, contables y tributarios específico para cada tipo de negocio turístico.

5.1.5 Contenidos

Se realizará un taller de capacitación específico para los mentores, con los siguientes contenidos (4 horas):

- Qué significa ser mentor
- Cómo se debe trabajar con el aprendiz
- Forma de evaluación del aprendiz
- Trabajo colaborativo en el proceso enseñanza-aprendizaje
- Diseño de bitácoras de llamadas y visitas.

NOTA: Esta capacitación tiene un sentido relacionado más bien con una inducción al trabajo con los alumnos, ya que el trabajo pedagógico será realizado por los relatores. Esta capacitación debe realizarse antes del comienzo de comienzo del módulo N°1.

Acompañamiento directo del mentor hacia sus alumnos asignados.

- El mentor (kimche) debe Guiar en el desarrollo de tareas y trabajos exigidos en los Módulo N° 1 y Módulo N°2, desde una perspectiva práctica.
- Servir como ejemplo de "aliados estratégicos" a través de llamadas y visita a alumnos. Cada mentor debe ir visitar el emprendimiento actual o futuro de cada alumno asignado, como mínimo una vez.
- Cada alumno deberá contactar a sus mentores, por menos, 2 veces al mes, durante los 3 meses que dura, aproximadamente, el proceso de capacitación del módulo 1 y módulo 2
- Los alumnos, en conjunto con su mentor, deberán realizar nüttram (conversación) sobre ciertos temas que profundicen los contenidos presentados en los conversatorios desarrollados en los internados de negocios turísticos, por ejemplo, sobre los lineamientos estratégicos de la industria del turismo mapuche

Se realizarán 2 pasantías (giras) de 2 días cada una, una al territorio lafkenche y otra al territorio pewenche.

- Se visitarán emprendimientos turísticos avanzados, dentro de los cuales estarán los emprendimientos de cada mentor (kimche), quien presentará su negocio en terreno para todos los capacitando.
- Los kimches visitados deberán atender a la delegación de estudiantes como si estuvieran atendiendo turistas.
- Después que los kimche atiendan a la delegación de alumnos deberán destinar un tiempo para preguntas relacionadas con su negocio.

5.1.6 Estrategias Metodológicas Módulo N°3

Espacio de aprendizaje: Aula, instalaciones turísticas, en medios de comunicación (teléfono, whatsapp, correo electrónico, café, etc.)

Se aplicará la metodología activo participativo, que valora la experiencia y conocimientos previos, con modalidad presencial, basada en formación laboral de adultos bajo el enfoque de competencias, que se resume en las palabras "aprender haciendo". Se analizarán situaciones reales de sus negocios. Se realizarán análisis de estudio de casos, resolución de problemas, simulación de contextos cercanos a sus negocios, demostración guiada, son algunas de las orientaciones recomendadas para poder desarrollar aprendizajes que permitan relacionar conocimientos y destrezas en función de lo práctico y lo conceptual.

- I. Clases expositivas e interactiva
 - Cada Kimche dará una charla asociada a sus negocio, en las temáticas del **Módulo 2**: Asociatividad, gastronomía, iconografía, actividades recreativas y artesanía y gourmet para souvenir.
 - Orientar en la elaboración de las tareas de clases, dadas en **Módulo 1** y **Módulo 2**.
- II. Simulación
 - Cada kimche realizará la primera llamada y visita en terreno a sus alumnos para presentarse y brindar disposición para resolver dudas e inquietudes de sus alumnos. A partir de allí recibir los requerimientos de sus aprendices por el medio de comunicación que hayan acordado, llevando una bitácora de contacto y reuniones.
- III. Dinámicas grupales para intercambiar visiones (Nütram, Ngülam y Keyugün)
 - Tener reuniones con sus aprendices en cada internado de negocios turísticos, organizando por lo menos un nütram que será conversado en la asamblea
 - Participar en cada taller desarrollado en su territorio correspondiente. **Módulo 1**.

Pasantías (giras)

- Cada kimche deberá recibir de visita a todos los alumnos, atendiendo la delegación de estudiantes como si estuvieran atendiendo turistas.
- Después que los kimche atiendan a la delegación de alumnos deberán destinar un tiempo para preguntas relacionadas con su negocio.

Para el correcto desarrollo de las mentorías se incorporará al equipo un Coordinador del equipo de mentores, quien guiará a los mentores para su adecuado rol frente a sus aprendices. También estará disponible para consultas técnicas en el desarrollo de las tareas de los alumnos.

5.1.7 Estrategia evaluativa Módulo N°3

El módulo considera una evaluación para ver el progreso y disposición de los alumnos por aprender de sus respectivos kimche. Cada mentor (Kimche) tendrá una bitácora de reuniones de cada aprendiz asignado. Al final de los 3 meses, cada mentor entregará un reporte con la cantidad de contactos existentes por cada alumno y según el porcentaje de contactos se asignará una nota entre 1 y 7. Por otra parte, para el caso de las pasantías se considerará como evaluación la asistencia de los alumnos (un 7), lo mismo con la "ficha visita", si la entrega (un 7).

A cada alumno se le evaluará a partir de las siguientes tareas:

- ✓ Llamar a su mentor como mínimo 6 veces durante los 3 meses que serán acompañado.
- ✓ Recibir a su mentor en el lugar donde tiene sus negocio turístico o donde pretende iniciarlo
- ✓ Una vez terminada cada gira, cada alumno deberá entregar una "ficha de visita" con los siguientes aspectos:
 - Las funciones principales de los negocio turístico visitados
 - Clientes que actualmente están llegando a los negocios turístico visitado
 - Enumera los requisitos legales, sanitarios, contables y tributarios específico que debió resolver los negocios turísticos visitados.

5.1.8 Perfil de los relatores

Opción 1	Opción 2	Opción 3
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Vivir económicamente de un negocio turístico mapuche ✓ Ser reconocido dentro de la "industria del Turismo Mapuche" como referente (Kimche Empresarial) ✓ Con disposición a transferir su conocimiento a otros emprendedores turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Con experiencia en gerenciamiento de negocios con identidad cultural mapuche. ✓ Experiencia como facilitador de capacitación, con conocimiento de cultura ancestral mapuche y emprendimientos turísticos mapuche de mínimo 3 años, demostrable. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Formación académica como profesional del área de las ingeniería comercial, ingeniería civil industrial, ingeniería en administración o afín. ✓ Experiencia como facilitador de capacitación, con conocimiento de cultura ancestral mapuche y emprendimientos turísticos mapuche de mínimo 3 años, demostrable.

6 MÓDULO FORMATIVO N° 4: REDES SOCIALES COMO ESPACIO PARA LA PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS TURÍSTICOS MAPUCHE EN EL MUNDO

N° de horas asociadas al módulo: 6,5 hrs

6.1.1 Competencias del Módulo N°4

Conocer estrategias de agregación de valor a partir de conceptos culturales mapuche que puedan ser aplicados a los negocios individuales y a la futura red de turismo que se cree.

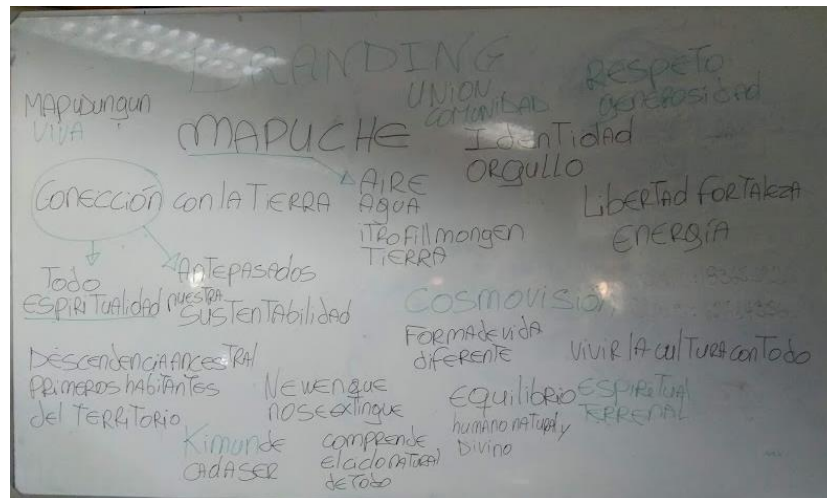
6.1.2 Actividades del Módulo N°4

Conocer el funcionamiento de las redes sociales a nivel mundial y aplicar aquellas herramientas de promoción presentes en redes sociales para promocionar los productos y servicios turísticos mapuche.

6.1.2.1 Capacitación Marketing Digital

La idea es conocer el funcionamiento de las redes sociales a nivel mundial y aplicar aquellas herramientas de promoción presentes en redes sociales para promocionar los productos y servicios turísticos mapuche. Además, la imagen de una empresa o servicio es importante en las redes sociales, por eso se capacitará en imagen corporativa para un producto/servicio en particular.

A esta jornada no participarán todos alumnos que iniciaron el programa de capacitación, ya que esto último está pensado como premio al esfuerzo y a la participación. Participarán aquellos alumnos que tengan un promedio de asistencia de 80% o más y obtengan como mínimo una nota 5,0 como promedio de todos los trabajos realizados en el Módulo N°1, Módulo N°2 y Módulo N°3. Esta jornada estará centrada en brindar el conocimiento de los medios y redes sociales que potencian la industria del turismo, tanto a nivel local como internacional, y su posterior aplicabilidad a sus negocios turísticos mapuche. También podría generarse la instancia para recopilar aspectos que debería considerar la marca "turismo mapuche".



6.1.2.2 Subir oferta a una Plataforma Web de la Red de Turismo

Además de que los alumnos deben ganarse un lugar en el Módulo N°4, también se agrega la posibilidad de subir su oferta turística a una plataforma Web, luego de participar en la capacitación final se solicita a los alumnos material de sus emprendimientos turísticos con el fin de complementar el sitio web.

Claramente, el equipo que dirija este Plan de Formación debe contratar los servicios de un especialista en desarrollo de Páginas Web.

6.1.3 Aprendizaje Esperado

- ✓ Reconoce las principales plataformas web presentes para promoción y difusión de un negocio turístico.
- ✓ Reconoce la importancia del uso de una imagen corporativa adecuada para promocionar en redes sociales un negocio en particular.
- ✓ Utilizar las técnicas de promoción de las principales redes sociales existentes a nivel nacional.

6.1.4 Criterios de Evaluación

- ✓ Reconoce la importancia de la utilización de al menos una red social para promoción y visualización de un negocio turístico.
- ✓ Define los elementos diferenciadores de su negocio y que serán las características principales de la "marca de su negocio".
- ✓ Elige una red social, explicando los motivos por los cuales es más adecuada para su negocio particular.
- ✓ Reconoce los principales elementos audiovisuales que debe tener una foto o video para que sea eficaz en lo que realmente se quiere comunicar.
- ✓ Elabora una publicación de promoción para su negocio turístico, considerando aspectos visuales y tiempo de respuesta al cliente.

6.1.5 Contenidos

Redes sociales y plataformas especializadas en Turismo

- Evolución de la sociedad en el uso de las redes sociales en cuanto a la comercialización de productos y servicios.
- Construcción de marca de un negocio turístico en un contexto digital.
- Elección óptima de redes sociales y plataformas virtuales para la

promoción y gestión de ventas de productos/servicios turísticos con foco internacional (Facebook, youtube, Instagram, booking, trip advisor, airbnb, google, etc).

Técnicas de promoción de productos/servicios turísticos en plataformas sociales

- Técnicas de producción audiovisual para la promoción turística (fotos y videos que comuniquen la esencia los productos turísticos ofrecidos).
- Subir fotos y videos asociados al negocio turístico a Internet, utilizando teléfono celular con cámara integrada para subir a redes sociales (Facebook, instagram).

6.1.6 Estrategias Metodológicas Módulo N°4

Para una correcta ejecución y entrega de conocimiento se consideran aspectos:

- ✓ Teórico: Un relator experto en cada tema estará a cargo de explicar los distintos contenidos de aprendizaje, recogiendo además las opiniones y aprendizajes previos de los estudiantes.
- ✓ Práctico: El relator invitará a los estudiantes que tengan un negocio turístico funcionando a que apliquen los contenidos teóricos a su realidad. Para aquellos que no tengan un negocio funcionando deberán proyectar su idea de negocio turístico mapuche, de acuerdo a los contenidos aprendidos.
- ✓ Espacio de aprendizaje: Aula.

Se aplicará la metodología activo participativo, que valora la experiencia y conocimientos previos, con modalidad presencial, basada en formación laboral de adultos bajo el enfoque de competencias, que se resume en las palabras "aprender haciendo". Se analizarán situaciones reales de sus negocios. Se realizarán análisis de estudio de casos, resolución de problemas, simulación de contextos cercanos a sus negocios, elaboración de proyectos, juego de roles, demostración guiada, son algunas de las orientaciones recomendadas para poder desarrollar aprendizajes que permitan relacionar conocimientos y destrezas en función de lo práctico y lo conceptual.

I. Clases expositivas e interactiva

- La idea es explicar los aspectos teóricos del módulo como base para la conversación y la aplicación
- Luego, el relator le pedirá los alumnos que apliquen los contenidos teóricos a sus negocios turísticos particulares

- Lo interactivo tiene mucha importancia porque el alumno no es un "mero observador" sino parte activo en el proceso de enseñanza aprendizaje.

II. Simulación

- En este módulo los alumnos deberán elegir una red social para promocionar su negocio
- Luego, deberán Sacar fotos y grabar videos
- Subirlos a la red social elegida
- La idea de la simulación es que una llegado a su casa siga haciéndelo de forma real, porque la simulación es colocarlo en una situación prácticamente real.

III. Dinámicas grupales para intercambiar visiones (Nütram, Ngülam y Keyugün)

- Una vez que cada alumno haya subido su material promocional de su negocio a la red social elegida, el resto de sus compañeros deberán observarlo y hacer sugerencias. De esta forma, los alumnos se transformarán por ese momento en clientes. Para ello, cada alumno expondrá adelante explicando o proyectando su trabajo desarrollado en el aula para que le resto haga sugerencias, incluido el relator.

6.1.7 Estrategia evaluativa Módulo N°3

Considerará distintos tipos de evaluación que permitan medir tanto el conocimiento, los procedimientos y las actitudes; se aplicará la metodología activo participativa, que valora la experiencia y conocimientos previos, con modalidad presencial, basada en formación laboral de adultos bajo el enfoque de competencias, que se resume en las palabras "aprender haciendo". Se analizarán situaciones reales de la ocupación. Se trabajarán los contenidos desde las narraciones, simulaciones, otros de síntesis de elaboración colectiva y dialógica, por ejemplo: El facilitador registrará en el pizarrón los temas destacados y hará una síntesis en conjunto con los participantes. En concreto, cada alumno debe:

- ✓ Definir los elementos diferenciadores de su negocio y que serán las características principales de la "marca de su negocio".
- ✓ Elige una red social donde promocionar su negocio, explicando los motivos por los cuales es más adecuada para su negocio particular.

- ✓ Elaborar una publicación de promoción para su negocio turístico en una red social, subiendo fotos y videos que sean eficaces comunicacionalmente.

Los compañeros evaluarán el material promocional subido a la red social elegida, evaluando si impacta y comunica la esencia de su negocio

6.1.8 Perfil de los relatores

Opción 1	Opción 2	Opción 3
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experto en marketing digital ✓ Experiencia en promoción de negocios vía redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experto audiovisual ✓ Experiencia en promoción de negocios vía redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experto en manejo de redes sociales gratuitas y pagadas ✓ Experiencia en la gestión de los clientes a través de redes sociales.