



## PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

### GUÍA DE APRENDIZAJE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: TÉCNICO EN OPERACIÓN TURÍSTICA LOCAL
- Código del Programa de Formación: 633100
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica): Apoyo en el diseño de experiencias turísticas del patrimonio cultural y natural de los municipios, Armero Guayabal, Melgar, Valle de San Juan, Payande - San Luis, Cajamarca y Cañon del Combeima - Ibagué.
- Fase del Proyecto (si aplica): PLANEACIÓN
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica): Diseñar paquetes turísticos para la operación y prestación del servicio en los destinos, empleando como referente la NTS AV04.
- Competencia: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.
- Resultados de Aprendizaje:
  1. Estructurar portafolio de productos y servicios de acuerdo con los paquetes turísticos y oportunidades identificadas.
- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): 64

#### 2. PRESENTACIÓN

Para vender productos y servicios turísticos adaptados a las necesidades del turista, es crucial identificar sus motivaciones, preferencias y expectativas, segmentar el mercado y ofrecer experiencias personalizadas. Además, es fundamental conocer los recursos turísticos locales, la infraestructura y la imagen del destino, para crear ofertas atractivas y satisfacer las necesidades específicas de cada viajero.

*Estrategias para adaptar la oferta:*



*Investigación y segmentación:* Analizar las motivaciones del turista (descanso, aventura, cultura, etc.) y agruparlos en segmentos con características similares para ofrecerles productos y servicios específicos, según Universidad Austral de Chile.

*Diseño de productos turísticos:* Crear experiencias que satisfagan las necesidades identificadas, incluyendo actividades, transporte, alojamiento, alimentación y experiencias únicas.

*Personalización de la oferta:* Adaptar los paquetes turísticos y servicios a las preferencias individuales de cada cliente, ofreciendo opciones flexibles y personalizadas, de acuerdo con Mize.

*Marketing y comunicación efectiva:* Utilizar estrategias de marketing turístico para promocionar los productos y servicios, destacando los beneficios y la experiencia única que ofrecen, según iLERNA.

*Atención al cliente de calidad:* Brindar un servicio al cliente receptivo, empático y cualificado, que resuelva las dudas y necesidades del turista, generando confianza y fidelización, según Zendesk.

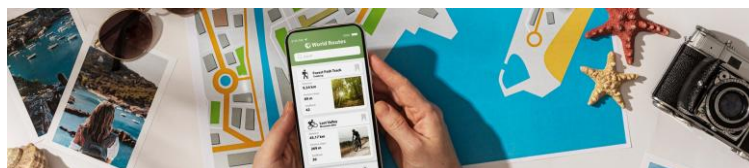
*Ejemplos de adaptación:*

*Turismo de aventura:* Ofrecer actividades como senderismo, rafting, escalada, adaptadas al nivel de experiencia de los participantes.

*Turismo cultural:* Diseñar visitas guiadas a sitios históricos, museos, festivales, con opciones para diferentes intereses.

*Turismo gastronómico:* Organizar degustaciones, talleres de cocina local, rutas de restaurantes con opciones para vegetarianos, veganos, etc.

Al comprender las necesidades del turista y adaptar la oferta, se puede mejorar la experiencia del cliente, aumentar las ventas y fomentar la fidelización, generando un impacto positivo en el destino turístico.





### 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- Descripción de la(s) Actividad(es)

#### 3.1 Actividades de reflexión inicial:

**Descripción de la actividad:** ¿Qué espera un turista de un buen servicio de venta?

Situación inicial:

Un turista extranjero llega a una agencia de viajes en Colombia buscando “vivir una experiencia cultural auténtica”, pero el asesor le ofrece un paquete estándar con hospedaje en hotel de cadena, tours masivos y actividades genéricas. El cliente no se muestra interesado y decide ir a otra agencia.

Preguntas de reflexión (responde por escrito):

¿Qué crees que buscaba realmente el turista?

¿Qué error cometió el asesor de ventas?

¿Cómo habría cambiado el resultado si el asesor hubiera hecho preguntas para conocer mejor al cliente?

¿Qué importancia tiene adaptar la oferta turística a las necesidades del cliente?

¿Qué beneficios trae esto para la empresa?

**Ambiente requerido:** Instituciones Educativas articuladas con el centro de formación en el programa Técnico en Operación Turística Local.

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Identificar las necesidades del cliente para la venta de productos y servicios (Estudio de casos).

**Materiales de formación**

**Material de apoyo:** Caso presentado por el instructor.

**Duración de la actividad:** 4 horas.



### 3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:

**Descripción de la actividad:** Foro de Apertura “Mi experiencia como cliente”

Los aprendices compartirán experiencias personales como clientes en el sector turístico (hoteles, agencias de viajes, operadores de tours, etc.). Reflexionarán sobre los factores que influyeron en su decisión de compra y la atención recibida. Se fomenta el análisis crítico sobre el proceso de venta desde la perspectiva del cliente.

**Ambiente requerido:** Instituciones Educativas articuladas con el centro de formación en el programa Técnico en Operación Turística Local.

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Opinión escrita (mínimo 200 palabras) y participación activa en la discusión.

**Materiales de formación**

**Material de apoyo:** Casos de estudio y ejemplos del sector turístico local.

**Duración de la actividad:** 4 horas.

### 3.3 Actividades de apropiación:

**Descripción de la actividad:** Estudio de Caso “Identificando necesidades del cliente”

Análisis de un caso real o simulado donde un turista presenta ciertas necesidades y expectativas. El aprendiz debe identificar esas necesidades y proponer productos o servicios adecuados. Se desarrolla la capacidad de análisis del perfil del cliente y la adaptación de la oferta turística.

**Ambiente requerido:** Instituciones Educativas articuladas con el centro de formación en el programa Técnico en Operación Turística Local.

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Lectura del caso, trabajo en parejas o pequeños grupos, discusión dirigida.

**Materiales de formación**

**Material de apoyo:** Casos de estudio y ejemplos del sector turístico local.

**Evidencias de aprendizaje:** Informe con diagnóstico de necesidades y propuesta de solución.

**Instrumentos de evaluación:** Rúbricas de evaluación y listas de chequeo.

**Duración de la actividad:** 8 horas.



**Descripción de la actividad:** Diseño del portafolio turístico

El aprendiz diseñará un portafolio de productos y servicios que incluya nombre del producto, descripción, precio, condiciones, imágenes y beneficios para el turista. El portafolio puede ser presentado en formato físico (carpeta) o digital (PDF, presentación). El objetivo es integrar los conocimientos adquiridos y presentar una oferta organizada, clara y visualmente atractiva.

**Ambiente requerido:** Instituciones Educativas articuladas con el centro de formación en el programa Técnico en Operación Turística Local.

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Investigar, analizar y proponer ideas innovadoras. Aplicar habilidades técnicas y creativas.

**Materiales de formación**

**Material de apoyo:** Software de diseño básico (Canva, PowerPoint, Word).

**Evidencias de aprendizaje:** Documento completo del portafolio con al menos 5 productos o servicios bien definidos.

**Instrumentos de evaluación:** Aprendizaje basado en proyectos reales del entorno.

**Duración de la actividad:** 12 horas.





### **3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:**

**Descripción de la actividad:** Simulación de Venta

Un aprendiz asume el rol de vendedor y otro el de cliente, actuando en diferentes contextos (agencia, hotel, tour guiado, etc.), se fortalecen las habilidades comunicativas, argumentativas y de atención al cliente.

**Ambiente requerido:** Instituciones Educativas articuladas con el centro de formación en el programa Técnico en Operación Turística Local.

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Role Play

**Materiales de formación**

**Material de apoyo:** Acceso a internet.

**Evidencias de aprendizaje:** Juegos de roles guiados, grabación en video o presentación en vivo.

**Instrumentos de evaluación:** Rúbrica de evaluación.

**Duración de la actividad:** 8 horas.

**Descripción de la actividad:** Elaboración de un Plan de Ventas Turístico Local

Diseño de un plan de ventas para un producto o servicio turístico de la región/localidad, teniendo en cuenta análisis del mercado, segmentación de clientes, metas de ventas y estrategias. Se relaciona el proceso de venta con los objetivos comerciales y estrategias de mercado.

**Ambiente requerido:** Instituciones Educativas articuladas con el centro de formación en el programa Técnico en Operación Turística Local.

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Trabajo individual o en grupos, investigación de campo y consulta con prestadores turísticos locales.

**Materiales de formación**

**Material de apoyo:** Guías teóricas y lecturas complementarias.

**Evidencias de aprendizaje:** Documento del plan de ventas con presentación oral o digital.

**Instrumentos de evaluación:** Formatos de plan de ventas y scripts de atención al cliente.

**Duración de la actividad:** 10 horas.



**Descripción de la actividad:** Validación y retroalimentación del diseño del portafolio turístico. Los portafolios serán presentados a compañeros, instructores y/o posibles aliados turísticos. Recibirán observaciones sobre la viabilidad, claridad, presentación y atractivo de la oferta para ajustar el portafolio con base en críticas constructivas que permitan mejorar la propuesta.

**Ambiente requerido:** Instituciones Educativas articuladas con el centro de formación en el programa Técnico en Operación Turística Local.

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Socialización grupal, panel de retroalimentación y ajustes posteriores.

**Materiales de formación**

**Material de apoyo:** Diseño del portafolio turístico.

**Evidencias de aprendizaje:** Acta de retroalimentación firmada y versión ajustada del portafolio.

**Instrumentos de evaluación:** Entrega y presentación del producto final.

**Duración de la actividad:** 10 horas.

**Descripción de la actividad:** Evaluación final del portafolio

Presentación individual o grupal del portafolio terminado, sustentando su diseño, los productos incluidos, su viabilidad, coherencia con las oportunidades del entorno y aplicación de criterios de segmentación.

**Ambiente requerido:** Instituciones Educativas articuladas con el centro de formación en el programa Técnico en Operación Turística Local.

**Estrategias o técnicas didácticas activas:** Exposición oral con apoyo audiovisual ante el instructor y compañeros.

**Materiales de formación**

**Material de apoyo:** Software de diseño básico (Canva, PowerPoint, Word).

**Evidencias de aprendizaje:** Portafolio final

**Instrumentos de evaluación:** Rúbrica de evaluación de la presentación.

**Duración de la actividad:** 8 horas.



#### 4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
EJECUCIÓN	Crear portafolios de servicios conforme a los comportamientos del mercado y caracterización del destino	<p>Foro de apertura</p> <p>Estudio de caso</p> <p>Simulación de ventas</p> <p>Plan de ventas</p> <p>Diseño del portafolio turístico</p> <p>Validación y retroalimentación</p> <p>Evaluación final del portafolio</p>	<p>Opinión escrita y participación activa.</p> <p>Informe de análisis.</p> <p>Rúbrica de evaluación del simulacro.</p> <p>Documento escrito del plan.</p> <p>Documento de portafolio (Word, PDF, presentación).</p> <p>Acta de retroalimentación y ajustes al portafolio.</p> <p>Portafolio final y rúbrica de presentación.</p>	<p>El aprendiz identifica correctamente las necesidades del cliente.</p> <p>Presenta los productos / servicios de manera clara, destacando sus beneficios.</p> <p>Aplica técnicas de venta apropiadas al contexto turístico.</p> <p>Utiliza herramientas tecnológicas en el proceso de venta.</p> <p>Cumple con los lineamientos éticos y comerciales establecidos.</p>	<p>Casos de estudio y ejemplos del sector turístico local.</p> <p>Formatos de plan de ventas y scripts de atención al cliente.</p> <p>Rúbricas de evaluación y listas de chequeo.</p>





## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

*Canales de venta:* Medios por los cuales se comercializa un producto (tienda física, online, redes sociales, etc.).

*Cliente:* Persona o empresa que adquiere o puede adquirir un producto o servicio.

*CRM (Customer Relationship Management):* Sistema o estrategia para gestionar la relación con los clientes.

*Estrategia de ventas:* Plan diseñado para alcanzar los objetivos comerciales.

*Experiencia del cliente:* Percepción global del cliente sobre su interacción con la empresa.

*Fidelización:* Estrategias para mantener al cliente satisfecho y lograr compras repetidas.

*Indicadores de venta (KPI):* Medidas que permiten evaluar el desempeño comercial (ej. número de ventas, ingresos, tasa de conversión).

*Marketing:* Conjunto de acciones para identificar necesidades y promover productos o servicios.

*Precio:* Valor monetario asignado a un producto o servicio.

*Proceso de ventas:* Conjunto de etapas que sigue el vendedor: prospección, contacto, presentación, manejo de objeciones, cierre y seguimiento.

*Producto:* Bien tangible que se ofrece en el mercado para satisfacer una necesidad.

*Propuesta de valor:* Beneficio principal que diferencia un producto o servicio frente a la competencia.

*Segmentación de mercado:* División del mercado en grupos con características y necesidades similares.

*Servicio:* Actividad intangible que se ofrece para resolver una necesidad o brindar valor al cliente.

*Servicio al cliente:* Atención brindada antes, durante y después de la venta.

*Venta:* Proceso mediante el cual se identifica, presenta y concreta la compra de un producto o servicio.



## 6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Antonovica, A. Esteban Curiel, J. D. & Sánchez García, V. E. (2015). Turismo y deporte: ( ed.). Dykinson. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/58283>

Feijoó, J. L. & Palazzolo, S. (2016). La comunicación en turismo: ( ed.). Ugerman Editor. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/78919>

Magadán Díaz, M. (2012). Turismo literario: ( ed.). Septem Ediciones. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/42022>

Maldonado Alcudia, M. C. (2012). Turismo y religión: ( ed.). Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/38559>

Rivas, J. (2014). Turismo de shopping: ( ed.). Septem Ediciones. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/102989>

### Documentos recomendados:

Ley General de Turismo en Colombia: Ley 300 de 1996, modificada por la Ley 1558 de 2012 y la Ley 2068 de 2020.

Manual de articulación del SENA con la educación media, gestión de la formación profesional integral.

Reglamento del Aprendiz SENA ACUERDO N. 0009 de 2024.

Sistema de Bibliotecas SENA <https://biblioteca.sena.edu.co/index.html>

## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Jennifer Adriana Parra Romero	Instructora SENA	AMT	01/05/2025

## 8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Jennifer Adriana Parra Romero	Instructora SENA	AMT	10/02/2026	Actualización según Planeacion Pedagógica