

Programa de Fortalecimiento de Habilidades y Transformación del Concepto de "Saber Vender" para los Estudiantes de los Grados 10° y 11° de la Institución Educativa Eva Riascos Plata, en la Ciudad de Cali.

Angie Tatiana Cadena Cortes

Docente:

Mg. Paul Fernando Uribe

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - ECACEN

Administración de Empresas

2025

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis padres, Juan Carlos Cadena y Gladis Omaira Cortes, por su apoyo

incondicional y por ser una base fundamental en mi vida.

También se lo dedico a mi hija, Emily Juliana Cadena, cuya presencia, comprensión y

motivación han sido esenciales para la culminación de este proceso académico.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por permitirme culminar este proceso formativo y brindarme la fortaleza necesaria para avanzar. A mis padres, por su acompañamiento y apoyo constante durante toda mi formación.

Extiendo mi agradecimiento a mis tutores y compañeros, quienes aportaron conocimientos y experiencias significativas para mi crecimiento académico y personal; De manera especial, agradezco a mi tutor de proyecto Paul Fernando Uribe, por su orientación, compromiso y acompañamiento durante el desarrollo de este trabajo.

Finalmente, expreso mi gratitud a la UNAD y al programa Generación E, por brindarme la oportunidad de acceder a esta formación profesional.

Resumen

El presente proyecto surge a partir de la identificación de una problemática significativa y de la importancia de abordar el desarrollo de las habilidades blandas y del concepto de saber vender en estudiantes de los grados 10° y 11° de la institución educativa Eva Riascos plata, estas habilidades como comunicación asertiva, liderazgo, pensamiento crítico, autogestión emocional, trabajo en equipo, son habilidades que se consideran fundamentales para el éxito académico, profesional y personal de los jóvenes, “los programas académicos profesiones, requieren ofrecer una combinación de competencias técnicas y habilidades blandas, que le permite al futuro profesional lograr comunicarse al exponer sus ideas” (Garavito-Hernández, Y., Villamizar-Mancilla, A, Castañeda-Villamizar, L, 2024) A través de la revisión del contexto institucional se identificó que muchos estudiantes presentan dificultades al enfrentarse a nuevos retos especialmente en lo relacionado con su capacidad para proyectar sus talentos y fortalecer su autoestima reconociendo así su propio valor ya sea en contextos educativos o laborales.

La capacidad para proyectarse y para emprender, requiere seguridad personal, creatividad resiliencia, trabajo en equipo y sobre todo en reconocer y mostrar el valor propio y sus ideas, las habilidades blandas se han convertido en un factor clave para impulsar la mentalidad emprendedora, pues permiten gestionar emociones, resolver problemas, presentar proyectos, negociar, crear redes de apoyo y sostener iniciativas a largo plazo.

Se diseñó talleres pedagógicos orientados al fortalecimiento de sus habilidades blandas la comunicación efectiva la toma de decisiones la transformación de la noción de saber vender entendida como la capacidad de presentar sus cualidades y competencias de manera clara y honesta, las habilidades blandas son “habilidades fundamentales que mejoran la efectividad y el bienestar de las personas en sus carreras” (Justine Rogers, 2021).

Se evidenció la motivación, participación y autopercepción de los estudiantes frente al proyecto, por tanto, se reafirma la necesidad de fortalecer estos procesos en el ámbito escolar como parte esencial de la formación integral del estudiante. El propósito final es ofrecer una propuesta viable, pertinente y adaptable que contribuya a disminuir la brecha entre las necesidades reales de los estudiantes y las oportunidades que podrían aprovechar si desarrollan habilidades blandas sólidas.

Palabras clave: Habilidades blandas, saber vender, proyecto educativo, comunicación asertiva, formación integral.

Abstract

This project stems from the identification of a significant issue and the importance of addressing the development of soft skills and the concept of “knowing how to sell” among 10th- and 11th-grade students at the Eva Riascos Plata Educational Institution. These skills—such as assertive communication, leadership, critical thinking, emotional self-management, and teamwork—are considered fundamental to young people’s academic, professional, and personal success.

“Academic programs and professions require offering a combination of technical competencies and soft skills that enables the future professional to communicate effectively when presenting their ideas” (Garavito-Hernández, Y., Villamizar-Mancilla, A., Castañeda-Villamizar, L., 2024). Thru a review of the institutional context, it was identified that many students face difficulties when confronted with new challenges, especially in projecting their talents and strengthening their self-esteem by recognizing their own value, whether in educational or professional settings.

The ability to project oneself and to undertake ventures requires personal confidence, creativity, resilience, teamwork, and, above all, the ability to recognize and showcase one’s own value and ideas. Soft skills have become a key factor in fostering an entrepreneurial mindset, as they enable individuals to manage emotions, solve problems, present projects, negotiate, build support networks, and sustain initiatives over the long term.

Pedagogical workshops were designed to strengthen their soft skills, effective communication, decision-making, and to transform the notion of “knowing how to sell” into the ability to present their qualities and competencies clearly and honestly. Soft skills are “fundamental skills that improve people’s effectiveness and well-being in their careers” (Justine Rogers, 2021).

The students' motivation, participation, and self-perception regarding the project were evident; therefore, the need to strengthen these processes in the school setting as an essential part of the student's holistic development is reaffirmed. The ultimate purpose is to offer a viable, relevant, and adaptable proposal that helps bridge the gap between students' real needs and the opportunities they could seize if they develop strong soft skills.

Keywords: Soft skills, salesmanship, educational project, assertive communication, holistic education.

Tabla de contenido

Introducción.....	13
Planteamiento del Problema.....	15
Justificación del Problema.....	17
Hipótesis.....	19
Objetivos.....	20
Objetivo General.....	20
Objetivo Específico.....	20
Desarrollo de Objetivos.....	21
Análisis de Resultados de la Encuesta.....	22
Diseño del Modelo del Programa de Capacitación.....	33
Talleres.....	37
Presentación de la Propuesta de Programa de Capacitación.....	53
Metodología.....	55
Aplicación de Gantt del Proyecto.....	56
Marco Teórico.....	58
Habilidades Blandas.....	58
Conceptualización de “Saber Vender” como Competencia.....	58
Definición y Componentes de la Habilidad de Venta.....	59
Habilidades Técnicas en Ventas.....	59
Las Habilidades Blandas.....	59
Power Skills.....	59
Importancia Sociocultural y Educativa de Saber Vender.....	60

Programas Institucionales Existentes.....	60
Programa Emprender.....	60
Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP).....	61
Integración en el Currículo Escolar.....	61
BusinessKids® Colombia.....	61
Emprendimiento Juvenil.....	61
Rol del Entorno Educativo.....	62
Role-Play, Simulaciones y Feedback.....	62
Habilidades Socioemocionales en Jóvenes.....	62
Competencias Socioemocionales.....	62
Conclusiones.....	64
Recomendaciones.....	65
Referencias Bibliográficas.....	66
Apéndices.....	71

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Matriz de Diseño para el Programa de Capacitación.</i>	33
Tabla 2 <i>Criterios de Evaluación de los Talleres.</i>	36
Tabla 3 <i>Planificación de Actividades, Tiempos y Responsables del Proyecto.</i>	56

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Modelo de Encuesta Aplicada</i>	21
Figura 2 <i>Género de los Estudiantes Encuestados</i>	22
Figura 3 <i>Edad de los Encuestados</i>	22
Figura 4 <i>Grado de los Estudiantes</i>	23
Figura 5 <i>Concepto de Ventas según los Encuestados</i>	24
Figura 6 <i>Formación Previa sobre Ventas</i>	25
Figura 7 <i>Nivel de Conocimiento sobre Técnicas de Ventas</i>	26
Figura 8 <i>Seguridad para Hablar en Público</i>	27
Figura 9 <i>Gusto por el Trabajo en Equipo</i>	28
Figura 10 <i>Percepción de Creatividad</i>	29
Figura 11 <i>Interés por Aprender sobre Habilidades para Vender</i>	30
Figura 12 <i>Factores que los Participantes Consideran más Útiles</i>	31
Figura 13 <i>Disposición de los estudiantes para la realización de talleres sobre ventas</i>	32
Figura 14 <i>Taller 1</i>	37
Figura 15 <i>Taller 2</i>	41
Figura 16 <i>Taller 3</i>	45
Figura 17 <i>Taller 4</i>	49
Figura 18 <i>Carta Formal para el Recibido de la Propuesta</i>	53
Figura 19 <i>Evidencia del recibido de la Institución Educativa Eva Riascos Plata</i>	54

Apéndices

Apéndice A *Evidencias del Trabajo de Campo*..... 71

Apéndice B *Evidencia de la Entrega Formal del Proyecto* 73

Introducción

La educación media es una fase decisiva en la formación de los jóvenes particularmente en los grados 10° y 11° donde se consolida sus proyectos de vida, intereses profesionales y posibles inserción laboral o emprendedora, se reconoce que en esta etapa los estudiantes requieren no solo conocimiento académico sino también el desarrollo en conjunto de sus habilidades blandas las cuales permiten desenvolverse con seguridad expresar sus ideas trabajar en equipo y enfrentar retos con iniciativa “correspondiente a las cualidades o virtudes que ayudan a alcanzar los objetivos, sueños y metas” (Manuel Joaquín Machado Sotomayor, Lilia Eulalia Rivera Balseca, 2022) determinando que las habilidades blandas son competencias se han vuelto esenciales en la sociedad.

En este caso en el contexto de la institución educativa Eva Riascos plata, se identificó que muchos jóvenes presentan dificultades relacionadas con su autoconfianza y su capacidad de comunicar ideas y su habilidad para proyectar sus talentos y cualidades estas conjeturas están basadas en los resultados del trabajo de campo que se realizó con los estudiantes del grado 10° y 11° de la institución ante la problemática encontrada surge el presente proyecto cuyo objetivo es diseñar una propuesta pedagógica que contribuye al fortalecimiento de las habilidades blandas y de la transformación del concepto es saber vender en los estudiantes, el proyecto plantea un proceso analítico de revisión de antecedentes y lecturas relevantes de los temas a tratar, diagnóstico institucional y diseño de talleres formativos, todo esto con el objetivo de ofrecer una estrategia viable que pueda ser implementada posteriormente en esta situación, respondiendo así a necesidades reales de los estudiantes y buscando aportar al mejoramiento de su formación integral en relación con la demostración de sus facultades, destrezas y emprendimientos.

Este documento presenta la fundamentación teórica con las teorías que apoyan la idea del proyecto, el análisis de la problemática, el diseño metodológico del proyecto, las participaciones y la propuesta, para esperando que se pueda lograr una estrategia funcional como punto de partida para ofrecer el fortalecimiento de habilidades que los jóvenes necesitan para enfrentar su futuro académico, laboral y emprendedor considerando así que “Las habilidades interpersonales son atributos, actitudes y rasgos de carácter que definen la personalidad y la disposición general de una persona.” (Hume Johnson, Ph.D., 2021).

Hume Johnson, también afirma que “para que las ventas sean verdaderamente exitosas, los emprendedores de hoy deben dedicarse tanto a venderse a sí mismos como a vender sus productos y servicios” lo que respalda claramente la idea de que “Vender” no se trata de solo un proceso comercial, sino de presentarse a uno mismo con sus habilidades, valores, competencias, empleabilidad, proyección personal y profesional.

Planteamiento del Problema

En el informe, Isabel Gutiérrez Ramírez, directora de estrategia de la Universidad EAFIT, destaca la importancia de tener en cuenta las cualidades del individuo, siendo esto lo que diferencia a cada uno, reconociendo su valor agregado y destacando en las actividades que se puedan desempeñar, enfrentando retos actuales en cuanto a formación y empleabilidad. Es por eso por lo que se logra reconocer la ausencia de espacios de formación orientados a fortalecer las habilidades de los jóvenes. “Representa una oportunidad única para impulsar el desarrollo a través de la educación. Sin embargo, aprovecharlo dependerá de la capacidad del sistema educativo para transformarse, incorporar tecnologías emergentes, cerrar brechas y conectar de manera efectiva la formación con el empleo” (EAFIT, 2023).

La institución educativa Riesgos Plata, ubicada en la ciudad de Cali, cuenta con un componente valioso en su plan de estudios, que incluye entre sus áreas la asignatura de emprendimiento; sin embargo, este proyecto busca fortalecer las competencias en ventas y potenciar el desarrollo de habilidades blandas. De esta manera se permite que los jóvenes respondan de manera efectiva a los desafíos del entorno laboral y productivo desde sus respectivos contextos y roles, teniendo en cuenta datos relevantes presentados por el diario Occidente donde muestra que el desempleo juvenil se ubica en torno al 16.9% en el trimestre marzo y mayo 2025 aunque el desempleo ha mejorado respecto al año anterior sigue reflejando barreras para que los jóvenes logren insertarse a empleos estables e informales (DANE, 2025).

En este caso, el enfoque será dirigido hacia los grados 10° y 11° de la educación media de la institución educativa Eva Riascos Plata, ubicada en la ciudad de Cali. La población se seleccionara por conocimiento y experiencia personal, evidenciando que la institución no cuenta con programas enfocados directamente a las competencias de venta y basándose en los estatutos

propuestos en el manual de convivencia donde indica que su visión apunta a formar “bachilleres integrales, competentes en lo social, cultural, académico y laboral; con tendencia al emprendimiento para alcanzar el éxito personal, laboral y de convivencia pacífica” (I. E. Eva Riascos Plata, 2016). Por tanto, se hace necesario implementar un programa de fortalecimiento de las habilidades de venta que permita a los jóvenes de los grados 10° y 11° desarrollar competencias necesarias para desempeñarse de manera exitosa en su vida personal, académica y profesional. Se tienen en cuenta específicamente estos grados debido a la etapa decisiva en la que se encuentran, donde seguramente deben tomar decisiones sobre su futuro al terminar sus estudios medios básicos, ya sea para continuar con sus estudios superiores, ingresar al mercado laboral o iniciar proyectos propios, esta realidad se enmarca en un contexto nacional que evidencia una importante brecha de competencias laborales y emprendedoras en la juventud, de acuerdo con “La cifra de los 2,6 millones de jóvenes que no estudian ni trabajan (población NINI) proviene de datos oficiales del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), publicados en mayo de 2025” (Diaz, 2025).

Justificación del Problema

En un mundo donde la interacción constante es clave, entender cómo vender una idea, proyecto o incluso venderse a sí mismo como profesional es crucial para el desarrollo personal y el futuro éxito sostenible. En la sociedad actual el éxito no solo depende de la acumulación de conocimientos sino también de la capacidad de comunicar, persuadir y conectar con los demás, pero rara vez se les enseña de manera explícita a cómo articular sus pensamientos de forma convincente “La comunicación eficaz en educación es fundamental, pues permite que los estudiantes expresen sus ideas, desarrollen pensamiento crítico y mejoren sus relaciones sociales y académicas.” (Pramuja Baydillah, 2021). El no aprender a negociar diferencias o cómo presentar una propuesta de manera atractiva hace que muchos jóvenes lleguen a etapas superiores de formación o a la vida adulta con dificultades para expresarse con confianza para defender sus puntos de vista de manera constructiva, resolver conflictos mediante la negociación e incluso para innovar y presentar sus ideas de forma que generen interés y apoyo. “En la franja de edad de los jóvenes más jóvenes (15-19 años), el crecimiento de la ocupación se concentra en ocupaciones que ya representan una gran parte de los trabajadores jóvenes y siguen absorbiendo gran parte del crecimiento de la población activa juvenil a lo largo del tiempo” (ILOSTAT, 2023). En este sentido, en el análisis sobre el futuro del trabajo, estudios señalan que las habilidades blandas como la comunicación efectiva, la negociación, el pensamiento crítico y la persuasión son de las más demandadas por los empleadores a nivel global.

La falta de herramientas para emprender puede limitar su participación, liderazgo e incluso su desarrollo integral como individuos capaces de influir positivamente en su entorno. "la esencia principal de estas capacidades potenciales emprendedoras permite a un individuo detectar, reconocer y absorber oportunidades para poder generar un comportamiento orientado a

la materialización de ideas en un entorno real de desarrollo económico" (Clarysse et al., 2011 ; Díaz-Casero et al., 2012 ; Shane & Venkataraman, 2000 ; Tarrats-Pons et al., 2015, 2022).

Si bien en la institución educativa Eva Riascos Plata permite a los jóvenes, que exploren sus habilidades y que se refuercen en la confianza de promocionar sus competencias, lo que entonces define este proyecto como una respuesta a la necesidad de complementar la educación formal con capacitación prácticas que prepare a los jóvenes para una vida plena donde puedan explotar su potencial y encaminarse al éxito.

En un reporte oficial del diario El país apoyado de los datos proporcionados el DANE reporta que la tasa de desempleo general en la ciudad de Cali para este año 2025 disminuyó en comparación con el año 2024, con un 9.1% igualmente sigue siendo elevada lo que evidencia que los jóvenes enfrentan mayores obstáculos a la hora de acceder a oportunidades de trabajo formal "Sin embargo, la pobreza monetaria extrema aumentó y afectó a cerca de 178.000 personas. Asimismo, en algunas zonas de la ciudad, como las comunas 10 a la 16 y la comuna 21, hasta el 30 % de la población se considera pobre" (El País, 2025).

Lo que hace pertinente que este proyecto basado en la capacitación de habilidades de "saber vender" tal como se propone enfocar fortalezca las competencias de los jóvenes y aporte más al desarrollo social, esta iniciativa toma relevancia teniendo en cuenta los distintos estudios y estadísticas presentados por los organismos competentes, los cuales señalan que la formación de habilidades blandas y comerciales, fortalezca las competencias de los jóvenes y aporte al desarrollo social en Colombia. (Universidad de los Andes, 2024).

Este proyecto fortalece habilidades como comunicación, persuasión, trabajo en equipo, autogestión, que son parte de esas competencias emergentes, según estudios, el desarrollo de las habilidades blandas, como comunicación asertiva, trabajo en equipo y autogestión, tiene un

impacto significativo en el desempeño profesional y en la capacidad de adaptarse a entornos cambiantes. (Jeisson Ivan García Castillo, Nathalia Garcia Caicedo, 2024)

Por lo tanto, diseñar e implementar este proyecto es una respuesta educativa estratégica: permite cerrar esa brecha, fortalecer el perfil de egreso de los estudiantes y conectarlos más eficazmente con su entorno laboral, de emprendimiento o profesional.

Hipótesis.

Los estudiantes de grados 10° y 11° presentan brechas en el desarrollo de habilidades de comunicación, negociación y persuasión de la Institución Eva Riascos Plata.

Objetivos

Objetivo General.

Diseñar un programa de fortalecimiento de habilidades blandas y en ventas dirigidas a estudiantes de grados 10° y 11° de la Institución Eva Riascos Plata.

Objetivos Específicos.

Identificar el nivel actual de conocimientos y habilidades en ventas de los jóvenes de 10° y 11° de la Institución Eva Riascos Plata.

Elaborar el modelo del programa de capacitación en ventas para los jóvenes de los grados 10° y 11° de la Institución Eva Riascos Plata.

Presentar la propuesta de programa de capacitación en ventas ante la Institución Eva Riascos Plata.

Desarrollo de Objetivos

Se realizó la encuesta para diagnosticar las necesidades, intereses y conocimiento previos de los estudiantes de grados 10° y 11° de la institución educativa Eva Riascos Plata frente al concepto de “saber vender”, las habilidades blandas y su importancia en la vida académica y laboral.

Durante el proceso de aplicación de encuestas, se realizaron visitas presenciales a los cursos 10° y 11°. (Ver Apéndice A).

Figura 1

Modelo de Encuesta Aplicada

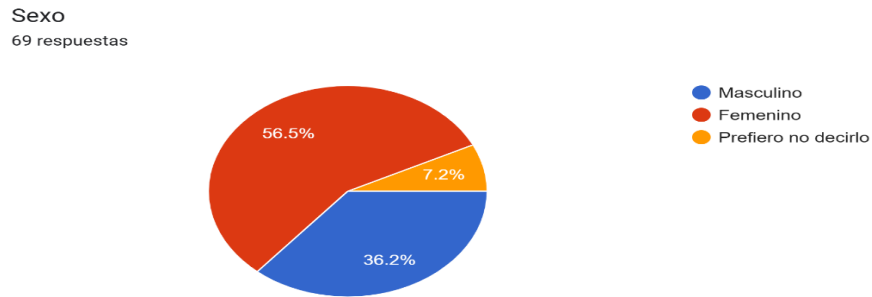
Encuesta Diagnóstica	
Programa de fortalecimiento de habilidades en ventas	
Dirigido a estudiantes de grado 10° y 11° Institución Educativa Eva Riascos Plata	
Información general.	
1. Sexo:	<input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Prefiero no decirlo
2. Edad:	_____
3. Grado	<input type="checkbox"/> 10° <input type="checkbox"/> 11°
Conocimientos previos	
4. ¿Qué entiendes por “ventas”?	<input type="checkbox"/> Intercambio de productos o servicios por dinero <input type="checkbox"/> Estrategia para convencer y comunicar <input type="checkbox"/> No estoy seguro(a)
5. ¿Has recibido antes formación o talleres sobre ventas?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
6. En una escala de 1 a 5, ¿qué tanto conoces sobre técnicas de ventas?	<input type="checkbox"/> 1 Nada <input type="checkbox"/> 2 Poco <input type="checkbox"/> 3 Regular <input type="checkbox"/> 4 Bien <input type="checkbox"/> 5 Muy bien
Habilidades blandas	
7. ¿Qué tanto te sientes seguro(a) al hablar en público?	<input type="checkbox"/> Muy inseguro(a) <input type="checkbox"/> Inseguro(a) <input type="checkbox"/> Neutral <input type="checkbox"/> Seguro(a) <input type="checkbox"/> Muy seguro(a)
8. ¿Qué tanto te gusta trabajar en equipo?	<input type="checkbox"/> Nada <input type="checkbox"/> Poco <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mucho <input type="checkbox"/> Bastante
9. ¿Qué tanto consideras que eres creativo(a) para proponer ideas o proyectos?	<input type="checkbox"/> Nada creativo(a) <input type="checkbox"/> Poco creativo(a) <input type="checkbox"/> Algo creativo(a) <input type="checkbox"/> Muy creativo(a)
Intereses y motivación	
10. ¿Te gustaría aprender sobre ventas como una habilidad útil para tu vida personal y profesional?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Tal vez
11. ¿En qué aspectos crees que un programa de ventas podría ayudarte más? (puedes marcar varias)	<input type="checkbox"/> Mejorar mi comunicación <input type="checkbox"/> Perder el miedo a expresarme <input type="checkbox"/> Aprender a trabajar en equipo <input type="checkbox"/> Tener ideas para emprender <input type="checkbox"/> Otra: _____
12. ¿Estarías dispuesto(a) a participar activamente en talleres prácticos de ventas?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Tal vez

Nota. Encuesta utilizada para recopilar información inicial de los estudiantes de grados 10° y 11° de la Institución Educativa Eva Riascos Plata.

Análisis de Resultados de la Encuesta

Figura 2.

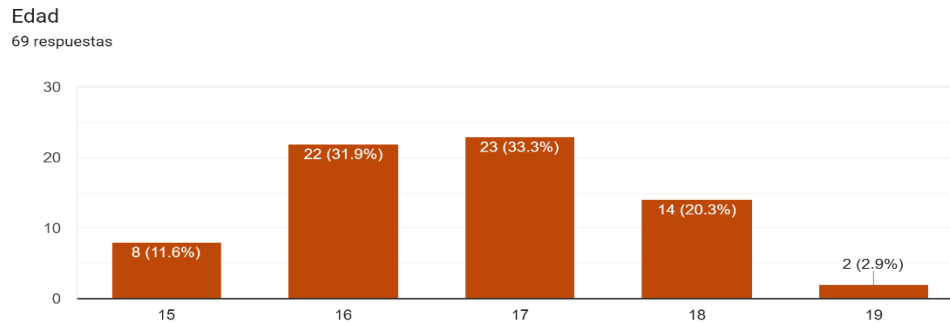
Genero de los Estudiantes Encuestados



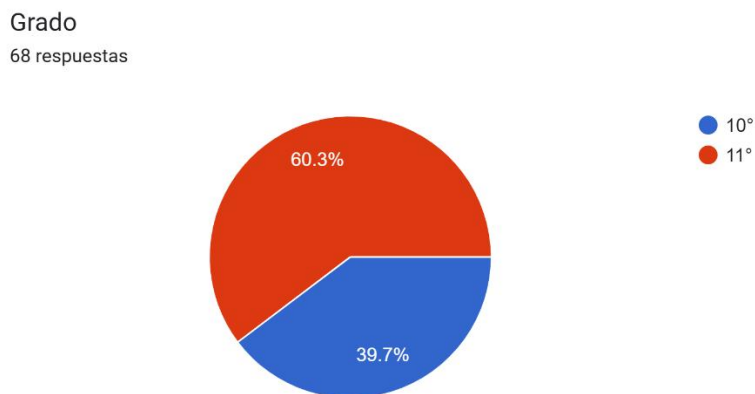
Nota. Grafica que muestra la distribución por género de los estudiantes encuestados.

Figura 3

Edad de los Encuestados



Nota. Grafica que representa los rangos de edad de los estudiantes participantes.

Figura 4.*Grado de los Estudiantes*

Nota. Gráfica que indica el grado escolar al que pertenecen los estudiantes encuestados.

En los aspectos generales, en la muestra de la población elegida se logra obtener alrededor de 68 participaciones de estudiantes de grados 10° y 11° de la Institución Educativa Eva Riascos Plata de la ciudad de Cali, para detallar la proporción de los grupos participantes, conformada por tres salones en total: dos de grado 11° y uno de grado 10°. De los cuales cabe resaltar que aproximadamente el 60% son de sexo femenino el 35% masculino y respetando el 5% que prefirió no decirlo. Los estudiantes se encuentran en un rango de edad de entre 15 a 19 años, siendo generalmente esta la etapa media y final de la educación secundaria, por lo tanto se considera esta la edad ideal para potenciar sus competencias comunicativas, sociales, de emprendimiento y proyección profesional, su participación responde a la necesidad del proyecto se evidencia que estos jóvenes se encuentran en proceso de madurar su identidad profesional, social y comunicativa.

Figura 5.

Concepto de Ventas según los Encuestados.

¿Qué entiendes por “ventas”?

69 respuestas



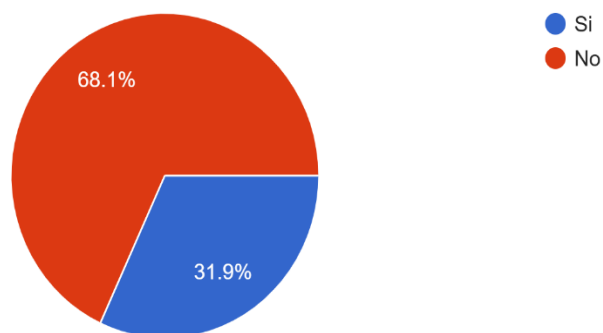
Nota. Respuestas de los estudiantes sobre su concepto personal de lo que significa vender. Elaboración propia.

El 84.1% de los estudiantes asocian el concepto de ventas con el intercambio de productos y servicios por dinero, lo que significa que la mayoría de los jóvenes tiene una visión básica y transaccional del concepto de ventas centrada solamente en el intercambio económico, lo que muestra que quizás aíslan el concepto “vender” con la dimensión comunicativa, emocional y estratégica que este proceso conlleva, por tanto es necesario ampliar su visión del saber vender, que va más allá del dinero, entendiendo que vender implica comunicar, generar confianza y conectar con las personas.

Figura 6*Formación Previa Sobre Ventas.*

¿Has recibido antes formación o talleres sobre ventas?

69 respuestas



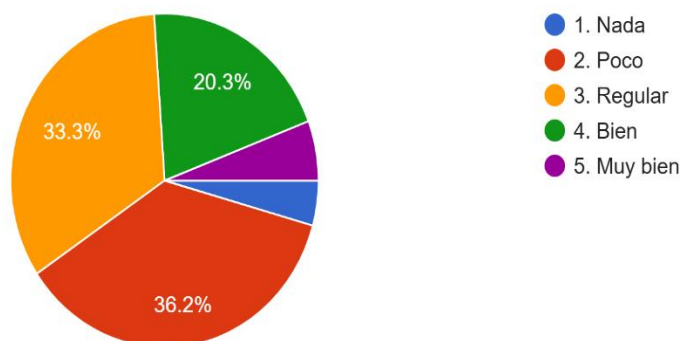
Nota. Grafica que muestra si los estudiantes han recibido antes talleres o formación relacionada con ventas.

Aquí podemos notar que la mayoría no ha recibido formación en este campo de formación en las ventas, lo que corrobora la carencia institucional en el desarrollo de competencias comerciales o de emprendimiento en la institución Eva Riascos Plata, según los datos recopilados se evidencia que un alto porcentaje de estudiantes sin formación previa en ventas, indicando la falta de un fortalecimiento de la comunicación asertiva y la autonomía aplicable a la vida real.

Figura 7.*Nivel de Conocimiento sobre Técnicas de Ventas*

En una escala de 1 a 5, ¿Qué tanto conoces sobre técnicas de ventas?

69 respuestas



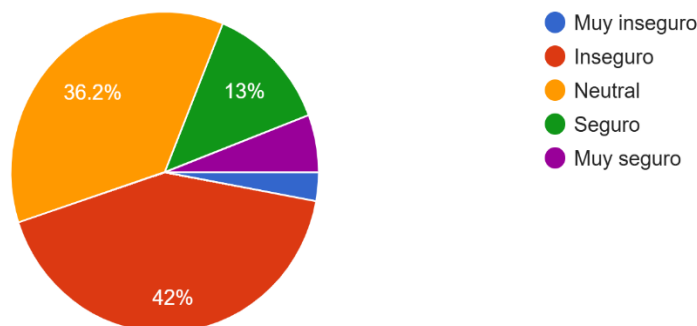
Nota. Nivel de conocimiento que los estudiantes reportan sobre técnicas de venta, evaluando en una escala de 1 al 5.

Tomando cuenta el 36.2% que dice conocer poco sobre técnicas de ventas y el 33.3% que dicen conocer regular, es posible afirmar que casi el 70% tiene un nivel bajo o medio de conocimiento sobre técnicas de ventas lo que muestra que muchos no dominan las estrategias necesarias ni la conceptualización de esta, la cual podría aplicarse en situaciones reales, por tanto, se identifica que hay conocimiento, pero falta profundidad y confianza para ponerlo en práctica.

Figura 8*Seguridad para Hablar en Público.*

¿Qué tanto te sientes seguro(a) al hablar en público?

69 respuestas



Nota. Resultados sobre el nivel de seguridad que sienten los estudiantes al expresarse frente a otras personas.

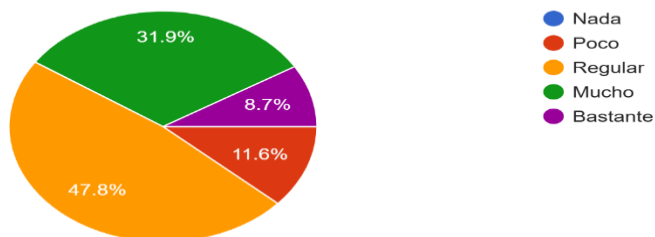
El 42 % de los jóvenes se sienten inseguro y el 36.2 % neutral, lo que refleja que la mayoría no se siente plenamente cómodo al expresarse frente a otros, solo un 13% del grupo manifiesta seguridad, lo que sugiere que la timidez y el miedo a equivocarse son barreras frecuentes, y que es necesario fortalecer la habilidad de comunicación para mejorar su confianza, especialmente si se busca que aprendan a vender o presentar ideas con claridad.

Figura 9

Gusto por el Trabajo en Equipo

¿Qué tanto te gusta trabajar en equipo?

69 respuestas



Nota. Grafica que muestra que tanto disfrutaron los estudiantes trabajar en equipo.

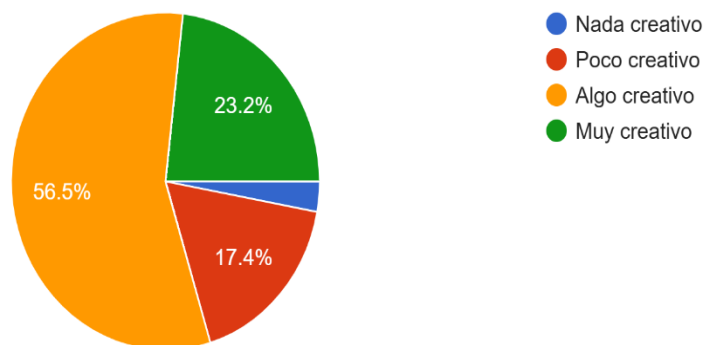
Aquí, el 47.8 % dice que le gusta mucho trabajar en equipo y el 31.9 % bastante, Esto es positivo porque indica una actitud abierta y cooperativa, algo clave para las ventas y la vida en sociedad, ya que implica escuchar, compartir ideas y coordinarse con otros.

Tanto los resultados positivos y negativos, como el 11.6% que respondieron poco, refuerzan la importancia de un programa que potencie la comunicación y la seguridad personal dentro del proceso de “saber vender”.

Figura 10*Percepción de Creatividad*

¿Qué tanto consideras que eres creativo(a) para proponer ideas o proyectos?

69 respuestas



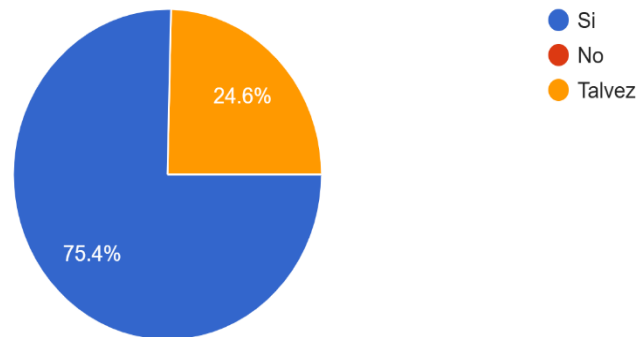
Nota. Resultados sobre si los estudiantes se consideran personas creativas.

La mayoría de los estudiantes encuestados siendo estos 58.5% algo creativos y el 23.2% se considera muy creativos, se perciben con un nivel de creatividad medio lo que indica que la mayoría se siente capaz de generar ideas, igualmente se identifica que el 17.4% se consideran como poco creativos, lo que sugiere la necesidad de fortalecer su confianza y habilidades en la creación de propuestas innovadoras por tanto requieren estímulos y técnicas que fomenten la innovación potenciar la creatividad.

Figura 11*Interés por Aprender sobre Habilidades para Vender*

¿Te gustaría aprender sobre ventas como una habilidad útil para tu vida personal y profesional?

69 respuestas



Nota. Preferencias de los estudiantes sobre su dese de aprender temas relacionados con ventas.

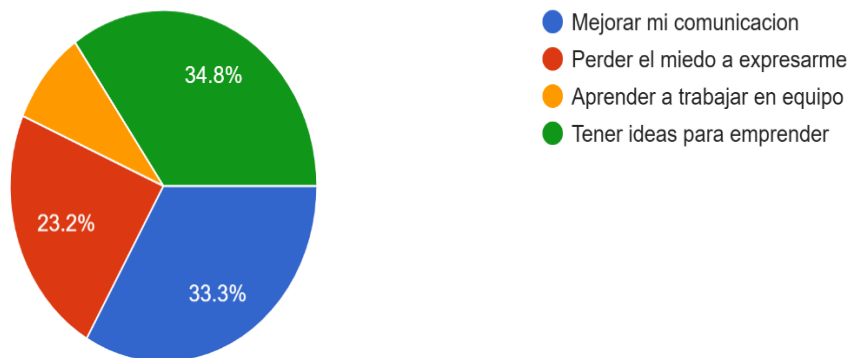
Los resultados muestran alto interés hacia el aprendizaje de ventas ya que el 74.4% respondió sí y el 24.6% tal vez mientras que nadie respondió no esto evidencia el interés en adquirir la habilidad tanto para el ámbito personal como profesional este resultado respalda la pertinencia del proyecto ya que demuestra que los encuestados reconocen la importancia de las ventas la comunicación y la creación ideas o proyectos.

Figura 12.

Factores que los Participantes Consideran más Útiles.

¿En qué aspectos crees que un programa de ventas podría ayudarte más? (puedes marcar varias)

69 respuestas



Nota. Opiniones de los estudiantes sobre las áreas en las que un programa de ventas podría ayudarlos a mejorar.

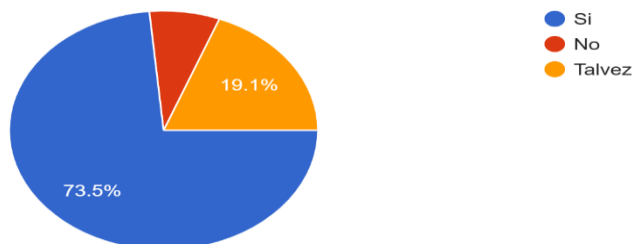
Esta pregunta es muy importante porque permite identificar ciertos aspectos o inseguridades que aún limitan a los estudiantes en su desarrollo personal y profesional, los resultados muestran que la mayoría, o sea el 34.8% se interesan en tener ideas para emprender, el 33.3% mejorar su comunicación, mientras que el 23.2% expresan perder el miedo a expresarse o fortalecer el trabajo en equipo.

En el ejercicio de aprender sobre ventas, estos resultados demuestran que existe una necesidad de crecimiento en habilidades blandas como la comunicación, la confianza y la colaboración, las cuales van de la mano con el desarrollo de competencias comerciales y con la preparación para enfrentar su vida profesional.

Figura 13*Disposición de los Estudiantes para la Realización de Talleres sobre Ventas.*

¿Estarías dispuesto(a) a participar activamente en talleres prácticos de ventas?

68 respuestas



Nota. Gráfica que muestra si los estudiantes están dispuestos a asistir y participar en talleres prácticos de ventas.

Siendo este uno de los resultados más importantes de la encuesta ya que este refleja la alta disposición por parte de los estudiantes para participar en el taller práctico de venta con un 73.5% que respondió sí y un 19.1% tal vez mientras que hubo una cantidad mínima que manifestó no estar interesada por lo tanto esto demuestra que existe una actitud positiva al aprendizaje activo un interés por poner en práctica y fortalecer las habilidades comunicativas y de ventas, estos resultados se consideran válidos para darle viabilidad al proyecto ya que los estudiantes están dispuestos a recibir información y también a involucrarse de manera participativa en este proceso de formación personal y profesional.

Diseño del Modelo del Programa de Capacitación

Tabla 1

Matriz de Diseño para el Programa de Capacitación.

Programa de fortalecimiento de habilidades y transformación del concepto de "saber vender" para los estudiantes de los grados 10° y 11° de la Institución Educativa Eva Riascos Plata, en la ciudad de Cali.							
Problemática puntual.		Objetivo del Proyecto			Competencias		
Desconocimiento del significado no comercial de "vender" lo cual impide que los estudiantes identifique y expresen con seguridad sus habilidades y fortalezas personales		Construir un programa de fortalecimiento de habilidades blandas y en ventas dirigidas a estudiantes de grados 10° y 11° de la Institución Eva Riascos Plata.			Integrar actividades que ayuden a los estudiantes a reconocer sus habilidades y fortalezas, además de promover prácticas de comunicación que fomenten la expresión segura y autentica. Diseñar experiencias que fortalezcan la autoconfianza.		
RAP (Resultado de Aprendizaje del Proyecto):	RAC (Resultado de Aprendizaje del Taller)	Temas / Contenidos	Estrategias / Metodología	Evidencias / Productos	Recursos	Duración estimada	
Taller 1. Reconocer el significado de "vender" desde una perspectiva humana, aprendiendo a reconocer habilidades personales y comunicativas	RAC.1: Reconocer las propias habilidades, actitudes y formas de comunicarse como base para fortalecer la confianza	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué significa realmente saber vender? • Autoconocimiento y autoestima. • Habilidades blandas: comunicación, empatía, liderazgo. • Actitud y lenguaje corporal. 	Aprendizaje Basado en Retos (ABR) + Gamificación. Dinámicas participativas, ejercicios de reflexión, autoevaluación con escala y	Autoevaluación completada. Retrato personal. Reflexión final escrita.	Guía de aprendizaje impresa. Hojas, colores, marcadores. Video educativo (habilidades blandas SENA).	2 horas	

	para presentarse sin miedo, valorarse y ofrecer lo que cada estudiante puede aportar en su vida académica, social y futura laboral	personal y la relación con los demás.		retrato personal.			
Taller 2.		<p>RAC.2: Analizar el entorno social y comercial para identificar oportunidades de comunicación y desarrollo de habilidades para la venta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Observación consciente de comportamientos y actitudes. • Reconocimiento de habilidades comunicativas, sociales y personales en otras personas. • Análisis comparativo entre referentes y el propio estudiante. • Relación entre habilidades blandas y desempeño académico/profesional. 	<p>Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP). Investigación y análisis grupal del entorno.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cuadro comparativo de habilidades blandas observadas en uno o varios referentes. • Listado de habilidades identificadas y su relación con el propio proceso personal. • Breve análisis escrito (o en viñetas) sobre lo aprendido mediante la observación 	<ul style="list-style-type: none"> • Computador o celular con acceso a internet • Videos o entrevistas de referentes seleccionados • Cuaderno o ficha de registro • Lápiz o esfero • Plantilla para cuadro comparativo (opcional) 	2 horas
Taller 3.		<p>RAC.3: Diseñar una propuesta personal o grupal que refleje sus fortalezas y capacidades comunicativas para vender una</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Concepto de propuesta personal y marca personal. • Identificación de talentos, intereses y habilidades aplicables. • Elementos básicos de un pitch corto (estructura y claridad). • Cómo organizar ideas para proponer algo propio. • Redacción y formulación 	<p>ABP + Aprendizaje Colaborativo. Elaboración de una propuesta creativa.</p>	<p>Documento o ficha de la propuesta personal (idea, propósito, talento/habilidad asociada).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guion o estructura del pitch de 30 segundos. • Presentación breve 	<ul style="list-style-type: none"> • Hojas o cuaderno para estructurar la propuesta • Lápiz, colores o marcadores • Celular para grabar el pitch (opcional) • Plantilla guía para construir la 	2 horas

	idea o producto.	de una propuesta coherente y realista		de la idea (oral o grabada)	propuesta (opcional)	
Taller 4.	RAC.4: Aplicar estrategias de comunicación efectiva para presentar una propuesta o producto con seguridad y propósito.	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación de un stand o espacio de exposición. • Técnicas de comunicación efectiva para presentaciones. • Estrategias para transmitir seguridad y claridad. • Retroalimentación: cómo darla y recibirla. • Evidencia final: demostración práctica, registro y autoevaluación 	Método Clínico, práctica de exposición. Simulación de ventas y retroalimentación.	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía o registro del stand o demostración realizada. • Evidencia de la presentación de la propuesta (video corto o testimonio). • Autoevaluación y retroalimentación recibida. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartulinas, marcadores, hojas de colores • Mesa o espacio para el stand • Materiales propios relacionados con su habilidad o propuesta • Celular o cámara para registro fotográfico o de video • Formato de autoevaluación y retroalimentación. 	2 horas

Nota. Esta tabla presenta la matriz de diseño del programa de capacitación, donde se estructuran los objetivos, contenidos, estrategias pedagógicas y resultados esperados para el desarrollo de habilidades de venta.

Tabla 2*Criterios de Evaluación de los Talleres.*

Criterios de Evaluación Taller 1	Criterios de Evaluación Taller 2.	Criterios de Evaluación Taller 3.	Criterios de Evaluación Taller 4.
Identificación clara y pertinente de las habilidades personales. 25	1. Pertinencia y claridad en la selección del referente analizado. 25	Coherencia y pertinencia de la propuesta personal presentada. 25	Organización y pertinencia del stand o espacio de presentación. 25
Calidad y profundidad del autodiagnóstico realizado. 25	2. Calidad del análisis de las habilidades blandas identificadas. 25	Claridad en la estructura de la propuesta (idea, propósito, habilidad asociada). 25	Claridad y seguridad en la presentación oral de la propuesta. 25
Coherencia y organización en el registro del cuadro de habilidades. 25	3. Organización y coherencia del cuadro comparativo. 25	Calidad del pitch: síntesis, coherencia y comunicación efectiva. 25	Aplicación efectiva de habilidades comunicativas durante la demostración. 25
Reflexión personal pertinente, clara y relacionada con el propósito del taller. 25	4. Relación adecuada entre las habilidades del referente y el propio proceso personal. 25	Creatividad y correspondencia entre la propuesta y sus habilidades. 25	Calidad de la retroalimentación dada y recibida (técnica 3+1). 25
Participación en la actividad, entrega completa y cumplimiento del tiempo establecido. 25	5. Participación en la actividad, entrega completa y cumplimiento del tiempo. 25	Participación, entrega del material solicitado y cumplimiento del tiempo. 25	Evidencia completa (foto, autoevaluación, retroalimentación) y cumplimiento del tiempo. 25
125	125	125	125
			Total puntos: 500

Nota. La tabla describe los criterios utilizados para evaluar el desempeño de los estudiantes en cada taller, permitiendo medir la participación, comprensión de conceptos y aplicación práctica de los contenidos.

Talleres

Figura 14

Taller 1

TALLER 1. Contextualización.

Duración estimada: 2 horas

Grados: 10° y 11°

RAP (Resultado de Aprendizaje del Proyecto): Reconocer el significado de "vender" desde una perspectiva, humana, aprendiendo a reconocer habilidades personales y comunicativas para presentarse sin miedo, valorarse y ofrecer lo que cada estudiante puede aportar en su vida académica, social y futura laboral

RA (Resultado de Aprendizaje del Taller): Reconocer las propias habilidades, actitudes y formas de comunicarse como base para fortalecer la confianza personal y la relación con los demás.

Temas para tratar:

¿Qué significa realmente “saber vender”?

Más allá de un producto, es aprender a comunicarse, proyectarse y generar confianza.

2. El autoconocimiento y la autoestima como punto de partida.

3. Las habilidades blandas: comunicación, empatía, trabajo en equipo, liderazgo y creatividad.

4. La actitud y el lenguaje corporal como parte de la venta personal.

Objetivo del taller.

Descubrir las habilidades y cualidades personales que nos hacen únicos, para fortalecer la forma en que nos comunicamos y nos relacionamos con los demás, preparándonos para el mundo laboral y social.

Introducción

“Saber vender” no significa solo ofrecer un producto; también es aprender a vender nuestra imagen, actitud y forma de expresarnos. Este primer taller te ayudará a conocerte mejor, a descubrir tus talentos y a reconocer aquello que puedes mejorar para sentirte más seguro al comunicarte.

Actividad pasó a paso

1. Rompe el hielo: “Yo en una palabra”

Cada estudiante elige una palabra que lo describa y explica por qué la eligió.

Ejemplo: Mi palabra es curioso, porque me gusta aprender cosas nuevas y preguntar cómo funciona.

2. Autoevaluación: “Yo y mi manera de comunicarme”

A continuación, encontrarás algunas afirmaciones sobre tu forma de comunicarte.

Lee cada una y califícate del 1 al 10, donde:

1 = No me identifico para nada

5 = A veces me pasa o depende de la situación

10= Me identifico totalmente

Autoevaluación.

Pregunta	Puntuación del 1 al 10
Me gusta hablar con otras personas.	
Escucho con atención cuando me hablan.	
Me da pena ofrecer algo o iniciar una conversación.	
Sonrío y trato bien a la gente.	
Soy creativo para resolver problemas.	
Me frustró si alguien me dice que no	

Me gusta trabajar en equipo

Soy responsable, termino las tareas que inicio.

Total, de puntos =

Nota. Esta tabla muestra el formato de autoevaluación aplicado a los estudiantes, mediante el cual reflexionan sobre su propio aprendizaje, nivel de participación y desarrollo de habilidades durante el programa.

Interpretación de resultados

Rango de puntaje total	Interpretación
65 – 80 puntos	Tienes muy buenas habilidades comunicativas. Te expresas con confianza y conectas fácilmente con los demás. ¡Sigue practicando tu empatía y liderazgo!
45 – 64 puntos	Tienes habilidades comunicativas en desarrollo. A veces te cuesta expresarte o tomar la iniciativa, pero tienes buena disposición para mejorar.
25 – 44 puntos	Eres más reservado o tímido al comunicarte. Necesitas trabajar la seguridad personal y practicar más la expresión en público.
Menos de 25 puntos	Tiendes a ser muy introvertido o a evitar la comunicación. Este taller te ayudará a fortalecer tu confianza y descubrir tus talentos.

Nota. La tabla recoge el análisis de los datos obtenidos en la encuesta inicial, permitiendo interpretar tendencias, necesidades y niveles de conocimiento de los estudiantes en relación con las ventas.

Después de que complete la autoevaluación, escribir una frase concluyendo, ejemplo:

“Me di cuenta de que soy...” o “Quiero mejorar en...”

Mi retrato como futuro vendedor.

Completa las siguientes secciones sobre ti mismo.

Lo que hago bien:

Ejemplo: escuchar a las personas y resolver conflictos sin discutir.

Lo que todavía me cuesta:

Ejemplo: mantener la calma cuando alguien no me escucha.

Lo que puede ayudarme:

Ejemplo: Practicar la paciencia y pedir opiniones.

Lo que puede obstaculizarme:

Ejemplo: Ser impulsivo o no aceptar críticas.

4. Reflexión final – “Tu mejor versión”

Realiza la reflexión final tipo ensayo en un párrafo o más, teniendo en cuenta las siguientes preguntas orientadoras. (no se responden solo guían contenido del ensayo)

1. ¿Cuál de tus cualidades crees que te ayudará más si un día trabajas atendiendo o vendiendo?
2. ¿Qué te gustaría mejorar para sentirte más seguro al hablar con otros?
3. ¿Quién o qué podría ayudarte a lograrlo?

Ejemplo: Mi cualidad es la empatía, porque me gusta escuchar a los demás, me gustaría mejorar mi timidez al hablar con desconocidos, podría practicar con mis amigos o familiares.

Entregables

- Portada
- Introducción
- Cuestionario completado.
- Retrato personal.
- Reflexión final escrita.
- Conclusión

Figura 15*Taller 2***TALLER 2 – Investigación: “¿Cómo se venden las personas sin estar vendiendo?”**

Duración estimada: 2 horas

Grados: 10° y 11°

RAP (Resultado de Aprendizaje del Proyecto): Reconocer el significado de "vender" desde una perspectiva, humana, aprendiendo a reconocer habilidades personales y comunicativas para presentarse sin miedo, valorarse y ofrecer lo que cada estudiante puede aportar en su vida académica, social y futura laboral.

RA (Resultado de Aprendizaje del Taller): Investigar y comprender cómo diferentes personas de distintas áreas proyectan su talento, comunican sus ideas y muestran su valor, identificando las habilidades blandas que les permiten destacarse.

Temas para tratar:

1. ¿Qué significa “venderse” sin perder la esencia?
2. Proyección personal: cómo mostrar lo que sabes hacer.
3. Habilidades blandas que se necesitan en todas las profesiones.
4. ¿Cómo se posicionan personas de áreas diversas?
5. Identificación de referentes y análisis.

Objetivo del taller:

Comprender, a través de la investigación, que todas las personas sin importar su oficio o profesión, necesita habilidades blandas para comunicar su valor, presentar ideas, conectar con otros y abrir oportunidades.

Introducción

“Saber vender” no trata de dinero ni productos; es la capacidad de comunicar quién eres, qué sabes hacer, qué sueñas y qué aportas. Un bailarín se vende con su energía, un abogado con su claridad, un deportista con su disciplina, un estudiante con su responsabilidad. Este taller te invita a investigar cómo personas reales proyectan su talento y qué habilidades blandas usan para construir oportunidades.

1. Investigación inicial: “Mi referente, mi espejo”

Escoge una persona que admires en el área que te guste (arte, música, deporte, medicina, derecho, danza, tecnología, etc.) y responde:

- ¿Quién es y qué hace?
- ¿Qué habilidad blanda usa?
- ¿Cómo se proyecta?
- ¿Qué actitud destaca?
- ¿Qué puedes aprender?

Ejemplo:

Referente: Greeicy Rendón.

Habilidad blanda: disciplina.

Cómo se proyecta: con energía y naturalidad.

Actitud: seguridad.

Aprendizaje: la constancia abre oportunidades.

2. Comparación grupal: “¿Qué tenemos en común?”

En grupos de 3–4 compartan sus referentes y completen una tabla comparativa.

Ejemplo de conclusión: “Aunque los referentes son distintos, todos utilizan comunicación, disciplina y confianza personal.”

3. Video análisis: “Cómo se presenta alguien exitosamente”

Observa el video proyectado por el orientador

(<https://youtu.be/dwWqMgddes4?si=M0ABYdW7GWzX-mhl>), responde:

- ¿Qué hizo para conectar?
- ¿Qué habilidad blanda destacó?
- ¿Qué puedes aplicar tú?

Ejemplo: Conectó porque habló con seguridad. La habilidad fuerte fue comunicación asertiva.

4. Caso investigativo: “Cuando no sabes vender lo que eres”

Situación: Una estudiante talentosa en dibujo quiere entrar al grupo de arte, pero habla bajito y sin confianza.

Responde:

- ¿Qué habilidad faltó?
- ¿Cómo habría cambiado la situación?
- ¿Qué enseñanza deja?

Ejemplo: Faltó seguridad. Con más claridad habría mostrado su talento.

5. Conclusión investigativa – “Así me quiero proyectar yo”

Escribe de 8–10 líneas:

- ¿Qué habilidad es esencial para tu futuro?
- ¿Qué referente te inspiró?
- ¿Cómo te quieres proyectar?

Ejemplo: La responsabilidad es clave. Mi referente fue una bailarina disciplinada. Quiero proyectar más seguridad.

Entregables

- Portada
- Introducción
- Ficha del referente
- Tabla comparativa grupal
- Análisis del video
- Caso investigativo
- Conclusión personal
- Bibliografía mínima (1 video + 1 artículo confiable).

Figura 16

Taller 3

TALLER 3 – Propuesta: “Mi idea, Mi Talento y Mi Emprendimiento Personal”

Duración estimada: 2 horas

Grados: 10° y 11°

RAP (Resultado de Aprendizaje del Proyecto): Reconocer el significado de "vender" desde una perspectiva, humana, aprendiendo a reconocer habilidades personales y comunicativas para presentarse sin miedo, valorarse y ofrecer lo que cada estudiante puede aportar en su vida académica, social y futura laboral

RA (Resultado de Aprendizaje del Taller): Diseñar una propuesta personal o de emprendimiento basada en las habilidades blandas, talentos y capacidades individuales del estudiante.

Temas para tratar

1. ¿Qué es una propuesta personal o de emprendimiento?
2. Identificar talentos, habilidades y pasiones propias.
3. Cómo convertir una habilidad en una idea real.
4. Estructurar claramente una propuesta.
5. Cómo comunicar un mini-proyecto juvenil.

Objetivo del taller

Guiar al estudiante para que construya una propuesta real basada en sus habilidades o intereses.

Introducción.

Todos tenemos habilidades que pueden convertirse en una idea o mini-proyecto: maquillajes, baile, edición de videos, cuidado de mascotas, postres, tutorías, entre otros. En este

taller transformarás tu habilidad en una propuesta real que muestre tu talento y tu proyección personal.

1. Identificación: ¿Qué puedo hacer que otros valorarían?

Responde:

- ¿Qué talento o habilidad tengo?
- ¿Qué me apasiona?
- ¿Qué hago bien sin esfuerzo?
- ¿Qué me piden que haga?
- ¿Qué podría ofrecer?

Ejemplo:

Habilidad: diseño de cejas.

Pasión: estética.

Me piden: maquillaje natural.

Propuesta posible: 'Maquillaje exprés para eventos escolares'.

2. Lluvia de ideas: 3 posibles propuestas

Escribe 3 ideas.

Ejemplo:

1. Clases de baile urbano.
 2. Dibujos digitales.
 3. Venta de postres.
3. Selección: La propuesta que más me representa

Completa:

- Mi propuesta elegida es:
- ¿Por qué la elijo?

- ¿Qué habilidad blanda necesito?

Ejemplo:

Propuesta: Diseño de uñas básicas.

Razón: me gusta y soy buena.

Habilidad: comunicación.

4. Construcción: Mi idea explicada en 5 pasos

1. Qué ofrezco
2. A quién va dirigida
3. Por qué es útil
4. Qué necesito
5. Qué habilidad usaré

Ejemplo:

Ofrezco: tutorías de matemáticas.

A quién: niños.

Útil: explico con paciencia.

Necesito: cuaderno.

Habilidad: empatía.

5. Presentación creativa: Mí propuesta en 30 segundos

Incluye quién eres, qué propones, por qué es valioso y qué te hace diferente.

Ejemplo: ‘Soy Esteban, estudiante de grado 11. Ofrezco edición básica para trabajos escolares. Soy creativo y rápido.’

6. Diseño visual opcional: Mi tarjeta o mini afiche

Incluye título, slogan y un símbolo. Ejemplo:

Nombre: ‘Lashes by Sofy’

Frase: 'Natural, bonito y rápido'

Color: rosa pastel

Icono: pestañitas

Entregables

- Portada
- Introducción personal
- Identificación de habilidades
- Lluvia de ideas
- Selección de propuesta
- Desarrollo de la propuesta
- Pitch personal
- Diseño visual opcional
- Conclusión
- Bibliografía (si aplica)

Figura 17*Taller 4***TALLER 4 – Práctico: Mi Talento en Acción (Modalidad Feria de Habilidades y Emprendimientos)**

Duración: 2 horas

Grados: 10° y 11°

RAP (Resultado de Aprendizaje del Proyecto): Reconocer el significado de "vender" desde una perspectiva, humana, aprendiendo a reconocer habilidades personales y comunicativas para presentarse sin miedo, valorarse y ofrecer lo que cada estudiante puede aportar en su vida académica, social y futura laboral

RA (Resultado de Aprendizaje del Taller): Demostrar, mediante una actividad práctica, la habilidad, talento o propuesta diseñada por el estudiante, aplicando comunicación, actitud, creatividad y habilidades blandas.

Temas para Tratar:

- La importancia de practicar y experimentar.
- Cómo mostrar una habilidad de forma clara y segura.
- La retroalimentación positiva y constructiva.
- Presentar ante otros: seguridad, empatía y actitud.
- Aprender haciendo.

Objetivo del Taller.

Permitir que el estudiante ejecute su propuesta (o una parte de ella) de forma práctica: presentando, demostrando, explicando o simulando lo que sabe hacer, integrando habilidades blandas y proyectando confianza, en formato de feria o exposición de habilidades.

Introducción.

Después de conocerte (Taller 1), investigar (Taller 2) y crear una propuesta (Taller 3), ahora llega el momento de ponerla en acción.

Este taller se realizará como una Feria de Habilidades, Talentos y Emprendimientos Juveniles, donde cada estudiante tendrá un pequeño espacio o “mini stand” para mostrar: su propuesta, su habilidad, su talento, su idea de emprendimiento o algo que represente lo que sabe hacer

No es una competencia, es una experiencia práctica donde podrás demostrar tu potencial y ver las habilidades de tus compañeros.

Actividad Paso a Paso.

1. Preparación de mi stand: “Así voy a mostrar mi propuesta” Completa:

Habilidad: (organizar cuadernos y resumir)

Hoy mostraré: (cómo hago un resumen bonito y rápido).

Material: (cuaderno y resaltador).

Habilidad usada: (comunicación).

Quiero que vean: (que soy organizado y claro).

2. Ejecución práctica en modalidad feria: “Presenta tu propuesta en tu mini stand”

Cada estudiante tendrá un espacio (pupitre, mesa o cartulina) para mostrar su propuesta mientras los compañeros recorren la feria.

Formas de mostrarlo:

Demostración (peinado, baile, dibujo, resumen, receta)

Explicación (cómo estudia, cómo organiza, cómo edita)

Presentación (emprendimiento, servicio, talento)

Evidencia (foto, boceto, logo, afiche, paso a paso)

Simulación (cómo atendería, cómo enseñaría, cómo orientaría)

Ejemplo: “Voy a mostrar cómo organizo mi cuaderno para estudiar. Les enseñaré mi forma de resumir con colores y títulos. Solo necesito mi cuaderno y un resaltador.”

Nota: El tiempo por visitante es corto (1-2 minutos), en formato feria.

3. Retroalimentación positiva: “3 cosas buenas y 1 para mejorar”

Cada estudiante recibirá comentarios de 2 compañeros:

- Algo que hizo muy bien.
- Una fortaleza que mostró.
- Un detalle que llamó la atención.
- Algo que puede mejorar.

4. Autoevaluación final: “Así me sentí en mi feria” Responde:

¿Cómo me sentí en mi stand?

¿Qué fue lo más fácil?

¿Qué fue lo más retador?

¿Qué descubrí sobre mí?

¿Qué puedo seguir practicando?

Ejemplo orientador: “Me sentí tranquilo, fue fácil explicar, pero me dio pena al inicio, descubrí que sí sé enseñar bien, quiero mejorar mi seguridad al hablar.”

5. Evidencia: “Lo que entrego como prueba de mi propuesta”

Puede ser: foto de su stand, dibujo, afiche, tarjeta o logo, hoja explicativa, paso a paso, producto simbólico, prototipo simple.

Ejemplo: Cartel infografía. “Resumen bonito y rápido – Técnicas básicas de estudio” + foto del cuaderno.

Entregables.

- Portada

- Introducción corta
- Preparación de stand
- Ejecución (observación del docente)
- Retroalimentación recibida
- Autoevaluación escrita
- Evidencia
- Conclusión

Presentación de la Propuesta de Programa de Capacitación

La entrega del proyecto a la institución fue registrada fotográficamente para fines de evidencia.

(Ver Apéndice B).

Figura 18

Carta Formal para el Recibido de la Propuesta.

Cali, 25 de noviembre 2025

Señores
Institución Educativa Eva Riascos Plata
Coordinación Académica

Cordial saludo, Yo, **Angie Cadena Cortés**, estudiante del programa **Administración de Empresas de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD**, adscrita a la **Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios (ECACEN)**, presento formalmente ante la institución el proyecto titulado: **“Programa de fortalecimiento de habilidades y transformación del concepto de ‘saber vender’ para los estudiantes de los grados 10° y 11° de la Institución Educativa Eva Riascos Plata, en la ciudad de Cali.”**

Asimismo, informo que, **conforme a la encuesta aplicada previamente en la institución**, se identificaron necesidades, intereses y percepciones de los estudiantes relacionadas con las habilidades blandas y la comprensión del concepto de vender, estos resultados permitieron diseñar un programa y talleres pedagógicos ajustados a la realidad y contexto de los estudiantes.

Adjunto a la presente carta los siguientes documentos:

- Matriz de diseño pedagógico del programa.
- Resultados analizados de la encuesta aplicada en la institución.
- Talleres pedagógicos estructurados para su implementación.

El material entregado corresponde a un ejercicio académico desarrollado para fines formativos dentro del programa de Administración de Empresas de la UNAD

El propósito de esta carta es dejar constancia de la **entrega oficial** del material para su revisión, validación y eventual aprobación por parte de la Institución Educativa Eva Riascos Plata.

Agradezco su atención y colaboración con la firma del recibido ubicado al final de este documento, lo cual certifica la entrega del proyecto y sus anexos.

Quedo atenta a cualquier comentario, sugerencia o requerimiento adicional.

Atentamente,



Angie Tatiana Cadena Cortés
Estudiante – Administración de Empresas
Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD
CC: 1143973332 de Cali
Cel.: 3178438897
Correo personal: diangie.ayd@hotmail.com

Nota. Documento oficial que certifica la recepción formal de la propuesta del proyecto por parte de la institución educativa Eva Riascos Plata.

Figura 19

Evidencia del recibido de la Institución Educativa Eva Rioscos Plata.

RECIBIDO A CONFORMIDAD

La Institución Educativa Eva Rioscos Plata certifica que recibió el proyecto titulado:

“Programa de fortalecimiento de habilidades y transformación del concepto de ‘saber vender’ para los estudiantes de los grados 10° y 11° de la Institución Educativa Eva Rioscos Plata, en la ciudad de Cali.”

Junto con la encuesta aplicada y los talleres anexos, entregados por Angie Cadena Cortés, para su respectiva revisión.

Fecha de recibido: 26 Noviembre 2025

Nombre y cargo de quien recibe: Jenny Gómez - AUV Admon

Firma: Jenny Gómez

Sello del colegio (opcional)

RECIBIDO
NO IMPLICA ACEPTACIÓN

Nota. Registro visual del recibido oficial de la propuesta por parte de la institución educativa Eva Rioscos plata.

Metodología

Esta propuesta pedagógica integra metodologías activas como el profundizarse basado en retos (ABR) Y el aprendizaje basado en proyectos (ABP), acompañadas de dinámicas de damnificación actividades participativas y ejercicios de reflexión que fomentan la comunicación el liderazgo y la toma de decisiones, de igual manera incorpora procesos de autoevaluación retrato personal que ayuda a fortalecer la autogestión emocional así como el aprendizaje colaborativo finalmente el método clínico y la simulación de ventas los estudiantes practican la exposición y la presentación de sus talentos conectando el concepto de saber vender con su desarrollo personal y profesional.

Para garantizar una planificación clara y coherente del proceso, se elaboró un diagrama de Gantt en el que se distribuyen las actividades, los tiempos estimados y los recursos necesarios para el desarrollo de la propuesta. Este cronograma permite visualizar la secuencia del proyecto y comprender la relación entre cada una de las etapas metodológicas. El diagrama completo presenta detalladamente la estructura temporal del proyecto. **(Ver Tabla 3)**

Aplicación de Gantt del Proyecto

Tabla 3

Planificación de Actividades, Tiempos y Responsables del Proyecto

Tablero de Control - Proyecto										
Proyecto aplicado_ Angie Cadena										
N	Nombre de tarea / Título	Fecha de inicio planificada	Fecha de finalización planificada	Progreso (%)	Horas estimadas	Duración (horas)	Registro de tiempo (minutos)	Estado	Descripción de la tarea	Instructor
1	Diagnóstico del grupo y contexto educativo	16/02/2026	19/02/2026	10%	2	1,5	0,5	Selección ...	Aplicación de instrumentos diagnósticos y análisis de necesidades comunicativas y personales de los estudiantes.	Angie Tatiana Cadena Cortes
2	Diseño pedagógico de los talleres	23/02/2026	26/02/2026	15%	2	1,5	0,5	Selección ...	Construcción de objetivos, actividades, criterios de evaluación y organización didáctica de cada taller.	Angie Tatiana Cadena Cortes
3	Planeación general del proyecto	9/02/2026	12/02/2026	5%	2	1,5	0,5	Selección ...	Definición del propósito, enfoque pedagógico, revisión del RAP, competencias y estructura metodológica.	Angie Tatiana Cadena Cortes
4	Ejecución del Taller 1	2/03/2026	5/03/2026	15%	2	1,5	0,5	Selección ...	Reconocimiento de habilidades personales.	Angie Tatiana Cadena Cortes

5	Ejecución del Taller 2	9/03/2026	12/03/2026	15%	2	1,5	0,5	Selección ...	Re significación del concepto de “vender”.	Angie Tatiana Cadena Cortes	
6	Ejecución del Taller 3	16/03/2026	19/03/2026	15%	2	1,5	0,5	Selección ...	Comunicación segura y auténtica.	Angie Tatiana Cadena Cortes	
7	Ejecución del Taller 4	23/03/2026	26/03/2026	15%	2	1,5	0,5	Selección ...	Presentación personal / pitch personal.	Angie Tatiana Cadena Cortes	
8	Evaluación final de los aprendizajes	30/03/2026	2/04/2026	5%	2	1,5	0,5	Selección ...	Valoración del desarrollo de habilidades personales y comunicativas.	Angie Tatiana Cadena Cortes	
9	Cierre del proyecto e informe final	6/04/2026	9/04/2026	5%	2	1,5	0,5	Selección ...	Sistematización del proceso, análisis de resultados y presentación del informe académico.	Angie Tatiana Cadena Cortes	
Total				100%							

Nota. Esta tabla detalla la programación general del proyecto, especificando las actividades, los tiempos de ejecución y los responsables encargados de cada una, asegurando una gestión organizada del proceso formativo.

Marco Teórico

Habilidades Interpersonales

Se refiere a las competencias personales sociales y emocionales de los individuos que permite establecer relaciones y comunicación de manera asertiva logrando adaptarse a diversos contextos sociales de la vida, las habilidades blandas se desarrollan mediante aspectos de carácter a que tu inteligencia emocional, en un estudio de la Facultad de Ingeniería Económica, Estadística y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Ingeniería, Lima, Perú. Presentan en su proyecto investigativo la no importancia de preparar a los estudiantes en todos los Aspecto de conocimientos como de habilidades, ya que para el mundo laboral “En nuestro país, las empresas requieren profesionales con experticias diferentes a los conocimientos, como la creatividad, liderazgo, comunicación fluida, don de mando y capacidad de superar problemas y emprender nuevos retos”. (Gallo, 2020)

Relaciona la comunicación asertiva, la empatía y la escucha como competencias relevantes que mejoran la interacción de los estudiantes, que de la misma manera permitan afianzar las competencias fundamentales en el ámbito comercial, donde la persuasión, el entendimiento y la fluidez eran aspectos clave para sobresalir en contextos de venta, lo que facilitaba la creación de vínculos y de confianza.

Conceptualización de “Saber Vender” como Competencia

Contar con un título o habilidades técnicas ya no garantiza el éxito profesional. Todos los individuos, sin importar su profesión, deben desarrollar la capacidad de “saber vender” sus ideas y servicios. Esta habilidad incluye comunicación clara, persuasión y actitud de excelencia permitiendo que las capacidades sean reconocidas y valoradas, “las habilidades de ventas son esenciales para generar ingresos, adquirir nuevos clientes, retener a los existentes y hacer crecer el negocio” (CardChamp).

Definición y Componentes de la Habilidad de Venta

Habilidades Técnicas en Ventas

Hablar de habilidades técnicas en ventas desde el bachillerato es muy valioso, porque permite que los jóvenes adquieran competencias prácticas para su futuro profesional, sin importar el área que elijan.

- Comunicación efectiva y presentación de productos
- Técnicas de negociación
- Manejo de herramientas tecnológicas
- Atención y servicio al cliente
- Planeación y gestión del proceso de venta.

La formación técnica en ventas debe integrar tanto el saber hacer (técnica) como el saber ser en actitud y ética. (Tobón, s.f.)

Las Habilidades Blandas.

Comunicación efectiva, escucha activa, empatía, manejo de objeciones, actitud proactiva, trabajo en equipo, responsabilidad. El alumno que domina ambas está más preparadas para enfrentar la incertidumbre del mercado o de un emprendimiento escolar. “las habilidades blandas, las cuales hoy por hoy son uno de los requisitos con mayor importancia en el mundo laboral” (Semilleros de Investigación, 2024).

Power Skills.

Son esas habilidades personales que te ayudan a trabajar bien con otras personas y no se trata de saber usar una herramienta o programa, sino de cómo te comunicas, cómo escuchas, cómo lideras y cómo colaboras con tu equipo son cosas importantes porque hacen que el trabajo fluya mejor, que haya buena energía entre las personas y que los proyectos tengan más éxito,

prácticamente no es solo lo que sabes, sino cómo te relacionas con los demás lo que marca la diferencia. (Institute, 2025).

- Comunicación efectiva: saber expresarte y escuchar a los demás.
- Trabajo en equipo: colaborar y aportar sin problemas con otras personas.
- Pensamiento crítico: analizar situaciones y tomar buenas decisiones.
- Adaptabilidad: saber manejar los cambios sin frustrarte.
- Empatía: ponerte en el lugar del otro y entender cómo se siente.
- Liderazgo: motivar e inspirar a otros, no solo mandar.

Importancia Sociocultural y Educativa de Saber Vender

En contextos como Cali, muchos jóvenes tienen creatividad, talento para lo artesanal o lo digital, pero no siempre han desarrollado las competencias para comercializar lo que producen. “Saber vender” les da una vía para emprender, generar ingresos legítimos, aportar al hogar, desarrollar autoestima. Además, fortalece la autonomía, les permite entender el valor del esfuerzo y se conecta con su realidad social. (Javeriana, 2025).

Programas Institucionales Existentes

Programa Emprender

En Colegios de la Cámara de Comercio de Bogotá, dirigido a estudiantes de grados 9, 10 y 11, que busca promover competencias del siglo XXI “promoción de mentalidad y cultura emprendedora” (CCB.GOV).

Apoyando la importancia de generar en los jóvenes liderazgo, trabajo en equipo, autonomía, innovación mediante la resolución de retos reales.

Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP)

En Colombia hay investigaciones recientes que muestran cómo ABP fortalece competencias en estudiantes de secundaria. Aunque muchas investigaciones se enfocan en ciencias o matemáticas, los principios se aplican también a ventas: se diseña un proyecto real (por ejemplo, una feria o microempresa estudiantil), se planifica, se ejecuta, se evalúa y se aprende haciendo. Esto permite que los estudiantes sean protagonistas de su aprendizaje, desarrollen autonomía, responsabilidad y creatividad. (Mercado Mercado, F. W., Hoyos Merlano, A. M., & Flórez Nisperuza, E. P., 2018).

Integración en el Currículo Escolar

Integrar el desarrollo de habilidades socioemocionales en el currículo escolar puede potenciar el emprendimiento juvenil. Programas que combinan formación en emprendimiento con el fortalecimiento de competencias socioemocionales han mostrado resultados positivos en la motivación y éxito de los jóvenes emprendedores. La implementación de metodologías activas y centradas en el estudiante, como el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP), permite que los jóvenes aprendan haciendo, desarrollando tanto habilidades técnicas como socioemocionales (Universidad Mariana, 2025).

BusinessKids® Colombia

Que ofrece formación para jóvenes de 15 a 19 años en temas como “La magia de las ventas”, finanzas, mercadotecnia, servicio al cliente, etc. Esto demuestra que ya hay modelos que incluyen “vender” como parte del currículum emprendedor. (businesskids, 2025).

Emprendimiento Juvenil

Se describe que muchos jóvenes en Colombia se sienten motivados por tener su propio negocio ante la falta de oportunidades laborales, por querer satisfacer necesidades propias, por creatividad e innovación. Muchos jóvenes pueden sentirse inseguros al vender: temor al rechazo,

falta de autoestima, vergüenza, percepción de que vender “es algo de otros, no de mí” (Meneses Perez, 2023).

Rol del Entorno Educativo

Esto sugiere que un programa de fortalecimiento de saber vender para jóvenes no solo debe enseñar técnicas, sino acompañarlos, motivarlos, ofrecer seguimiento, y posiblemente vincularlos con actores del entorno que apoyen: mentores, empresas locales, instancias de financiamiento o feria escolar, etc. (Nacional, S,f)

Role-Play, Simulaciones y Feedback.

Para aprender a vender, la práctica es clave. Simular escenarios reales de venta — atención al cliente, objeciones, cierre de venta, ayuda a los estudiantes a equivocarse, reflexionar, corregir, mejorar, esto contribuye a mejorar la comunicación, la seguridad personal y la capacidad de adaptación ante situaciones reales. (UNED, 2024).

Habilidades Socioemocionales en Jóvenes.

Estas habilidades son fundamentales para el bienestar personal y social de los jóvenes, y su desarrollo temprano puede influir positivamente en su desempeño académico y social. “Un enfoque centrado en las habilidades puede mejorar la adecuación laboral y la adaptabilidad, pero persisten obstáculos para su adopción exitosa” (OECD, 2025).

Competencias Socioemocionales.

Son competencias que permiten a los individuos reconocer, comprender y manejar sus emociones, así como establecer relaciones interpersonales saludables. Estas incluyen:

- Autoconocimiento: Identificación de emociones y fortalezas personales.
- Autorregulación: Manejo de impulsos y emociones en diversas situaciones.
- Empatía: Comprensión de las emociones ajenas y respuesta adecuada.

- Habilidades sociales: capacidad para establecer y mantener relaciones interpersonales positivas.
- Toma de decisiones responsables: Evaluación de consecuencias y toma de decisiones éticas.

Conclusiones

Con este proyecto por concluir En cuanto al objetivo principal del proyecto que los estudiantes de grado 10° y 11° de la institución educativa Eva Riascos Plata necesitan acompañamiento en el desarrollo de habilidades blandas y una nueva contextualización guion respecto a “saber vender” eh no porque no gocen de capacidades o de herramientas actualmente si no porque es necesario reforzar el currículo educativo para que los estudiantes cuenten con herramientas pues espacios para descubrir y fortalecer sus habilidades.

Durante el análisis del contexto se evidenció que los jóvenes si tienen interés y motivación por potenciar sus capacidades sin embargo también se pudo reconocer que los estudiantes sienten inseguridad, miedo de expresarse e incluso tienen dificultades para reconocer sus talentos, lo que confirma lo necesario de este proyecto y que es viable para trabajar competencias como la comunicación, el liderazgo, la autogestión emocional y el trabajo en equipo convirtiéndose estos en una necesidad real para su vida personal académica y futura vida laboral o emprendedora.

La propuesta diseñada busca precisamente eso abrir un espacio para que los estudiantes se conozcan mejor y aprendan a mostrar sus ideas y talentos que valoren lo que son y demostrar sus cualidades con seguridad, aunque este proyecto aún no se ha implementado deja bases sólidas para que la institución pueda tomarlo como una oportunidad de crecimiento.

Recomendaciones

Implementar la propuesta de talleres de manera gradual, contextualizar antes de cada taller, manejar empatía, comunicación asertiva, y acciones que ayuden a romper el hielo, construir confianza entre el orientador y los estudiantes.

Es necesario que los docentes se involucren, ya que ellos pueden reforzar estas habilidades desde sus clases y convertirse en un apoyo fundamental para el proyecto.

Actualización anual de la propuesta ya que las necesidades y realidades de los estudiantes cambian, lo mismo que las herramientas prácticas para su manejo.

Fomentar actividades que permitan a los jóvenes reconocerse y reconocer las cualidades de los demás.

Impulsar y promocionar ya sea mediante orientadores o docentes formados en las habilidades socioemocionales, sobre el desarrollo real de competencia.

Promover la actividad, el reconocimiento de talentos y la capacidad de transmitir sus fortalezas en procesos de comunicar quiénes son, qué saben hacer y qué pueden aportar.

Observando cómo avanzan, qué retos aún enfrentan y qué logros van alcanzando, para garantizar que la propuesta cumpla su propósito formativo.

Referencias Bibliográficas

- businesskids. (2025). *¿Qué es BusinessTeens?* Obtenido de https://businesskids.com.co/cursos/businessteens/?utm_source
- CardChamp. (s.f.). *Vender es un requisito previo para la vida y los negocios: cómo las habilidades de venta pueden influir en su éxito.* Obtenido de https://www.cardchamp.com/blog/selling-is-a-prerequisite-for-life-how-sales-skills-can-impact-your-success?utm_source
- CCB.GOV. (s.f.). *Programa de emprendimiento para universidades.* Obtenido de <https://www.ccb.org.co/servicios/crea-tu-empresa/preparate-para-crear-tu-empresa/programa-de-empredimiento-para-universidades>
- Clarysse et al., 2011 ; Díaz–Casero et al., 2012 ; Shane & Venkataraman, 2000 ; Tarrats-Pons et al., 2015. (2022). *Interacción de capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en adolescentes: modelado de la estructura del emprendimiento juvenil mediante modelos de ecuaciones estructurales.* Obtenido de https://link.springer.com/article/10.1186/s13731-022-00201-y?utm_source
- DANE. (2025). *Diario Occidente.* Obtenido de https://occidente.co/cali/cali-mejora-su-empleabilidad-con-mas-empleo-formal-y-una-menor-tasa-de-desempleo-juvenil-segun-el-dane/?utm_source
- Diaz, A. G. (2025). *El Dane reveló que el 2,6 millones de jóvenes en Colombia no estudian ni trabajan.* Obtenido de https://caracol.com.co/2025/05/13/el-dane-revelo-que-el-26-millones-de-jovenes-en-colombia-no-estudian-ni-trabajan/?utm_source

EAFIT. (2023). *Flexibilizar la educación*. Obtenido de

https://www.eafit.edu.co/noticias/especiales/informe-de-eafit-revela-que-el-63-de-los-empleadores-en-colombia-tiene?utm_sour

El País. (2025). *¿Ha mejorado la calidad de vida en Cali? Esto dicen los datos y los expertos*.

Obtenido de https://www.elpais.com.co/economia/ha-mejorado-la-vida-en-cali-esto-dicen-los-datos-y-los-expertos-2724.html?utm_source

Gallo, R. (2020). *Habilidades blandas en estudiantes de ingeniería, un estudio comparativo*

2020. Lima, Peru. Obtenido de <file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-HabilidadesBlandasEnEstudiantesDeIngenieriaUnEstud-9976360.pdf>

Garavito-Hernández, Y., Villamizar-Mancilla, A, Castañeda-Villamizar, L. (2024). *Importancia de las habilidades blandas en el contexto laboral: una revisión de la literatura académica*.

Obtenido de <file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-ImportanciaDeLasHabilidadesBlandasEnElContextoLabo-10011866.pdf>

Hume Johnson, Ph.D. (2021). *No te limites a venderte, comunica tu valor: 6 consejos valiosos*.

Obtenido de https://www.entrepreneur.com/starting-a-business/dont-just-sell-yourself-communicate-your-value-6/362050?utm_source

I. E. Eva Riascos Plata. (2016). *Manual de Convivencia*. Obtenido de

https://es.slideshare.net/slideshow/manual-de-convivencia-2016-con-siee-eva-riascos/65331753?utm_source

ILOSTAT. (2023). Obtenido de *Competencias de los jóvenes: afrontar los retos y aprovechar las oportunidades para un futuro laboral más brillante*: <https://ilostat.ilo.org/es/youth-skills->

tackling-challenges-and-seizing-opportunities-for-a-brighter-future-of-work/?utm_source=chatgpt.com

Institute, P. M. (2025). *Centro de recursos de habilidades poderosas*. Obtenido de https://www.pmi.org/learning/thought-leadership/power-skills?utm_source

Javeriana, P. U. (2025). *Habilidades Comerciales La Venta Aplicada - Bucaramanga*. Obtenido de https://educacionvirtual.javeriana.edu.co/habilidades-comerciales-la-venta-aplicada-bucaramanga?utm_source

Jeisson Ivan García Castillo, Nathalia Garcia Caicedo. (2024). *Las habilidades blandas y su influencia en el desempeño laboral en organizaciones de Latinoamérica*. Obtenido de <https://repositorio.usc.edu.co/server/api/core/bitstreams/116e4dd3-40f8-4889-8ca3-6ff5b119309b/content>

Justine Rogers. (2021). Enseñanza de habilidades blandas, incluso en línea: una revisión y un marco. Obtenido de <https://ler.scholasticahq.com/article/19108-teaching-soft-skills-including-online-a-review-and-framework>

Manuel Joaquín Machado Sotomayor, Lilia Eulalia Rivera Balseca. (2022). IMPORTANCIA DE LAS HABILIDADES BLANDAS EN EL PROYECTO DE VIDA DE LOS ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA MEDIA. Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/5717/571776337013/html/?utm_source

Meneses Perez, C. A. (2023). *Emprendimiento juvenil*. Obtenido de https://revistas.unbosque.edu.co/index.php/cuaderlam/article/view/emprendimiento_juvenil?utm_source

- Mercado Mercado, F. W., Hoyos Merlano, A. M., & Flórez Nisperuza, E. P. (2018). *1B029 Aprendizaje Basado en Proyectos, una estrategia para desarrollar competencias en estudiantes de Secundaria en Colombia*. Obtenido de https://revistas.upn.edu.co/index.php/TED/article/view/8781?utm_source
- Nacional, U. P. (S,f). *Aprendizaje Basado en Proyectos, una estrategia para desarrollar competencias en estudiantes de Secundaria en Colombia*. Obtenido de <https://revistas.upn.edu.co/index.php/TED/article/view/8781/6606>
- OECD. (2025). *Empoderar a la fuerza laboral en el contexto de un enfoque centrado en las habilidades*. Obtenido de https://www.oecd.org/en/publications/empowering-the-workforce-in-the-context-of-a-skills-first-approach_345b6528-en.html
- Pramuja Baydillah. (2021). *Importancia de la comunicación en la educación*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/354968194_Importance_Of_Communication_In_Education
- Semilleros de Investigación. (2024). *Habilidades blandas y su relación con la empleabilidad en estudiantes de las Facultades de Economía y Negocios de Bucaramanga*. Obtenido de https://apolo.unab.edu.co/en/projects/habilidades-blandas-y-su-relaci%C3%B3n-con-la-empleabilidad-en-estudia?utm_source
- Tobón, D. S. (s.f.). *Formación integral y competencias*. Obtenido de https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/08/Formacion-integral-y-competencias.pdf?srsItd=AfmBOor19_jltypL9cWbWh5_oSqzD3_htuBJb0c9eVj3vHqQo4jAGBDW&utm_source

UNED. (2024). *Metodologías activa*. Obtenido de

<https://www.uned.es/universidad/inicio/unidad/IUED/asesoramiento/IndiceGenral/indice-activas/metodologia-basada-en-el-juego-de-roles.html>

Universidad de los Andes. (2024). Obtenido de ¿Qué pasa con el mercado laboral juvenil en

Colombia?: https://www.uniandes.edu.co/es/noticias/empleabilidad/que-pasa-con-el-mercado-laboral-juvenil-en-colombia?utm_source

Universidad Mariana. (2025). *Construyendo futuro: emprendimiento y generación de*

oportunidades para jóvenes. Obtenido de

https://revistas.umariana.edu.co/index.php/travesiaemprededora/article/view/4744?utm_source

Apéndices

Apéndice A

Evidencias del Trabajo de Campo



Nota. Evidencia del momento en que se entrega la encuesta diagnóstica a los estudiantes del grado 10—1 de la institución.

Entrega de Encuesta al Grado 10°-2 de la Institución Educativa Eva Riascos Plata



Nota. Registro de la entrega de la encuesta diagnóstica a los estudios del grado 10-2.

Entrega de Encuesta al Grado 11° de la Institución Educativa Eva Riascos Plata



Nota. Registro de la entrega de la encuesta diagnóstica a los estudiantes del grado 11 de la institución educativa.

Apéndice B

Evidencia de la Entrega Formal del Proyecto



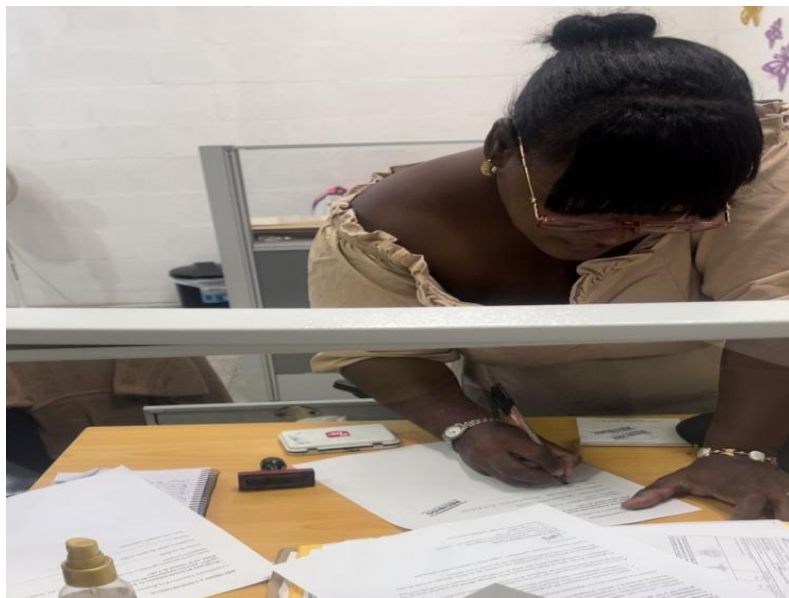
Nota. Imagen que muestra la entrega oficial del proyecto a la institución educativa, realizada por la señora Jenny López, auxiliar administrativa.

Explicación del Orden de los Talleres



Nota. Fotografía de la explicación brindada por la señora Jenny López sobre la estructura y secuencia de los cuatro talleres del programa.

Firma y Sello del Recibido



Nota. Evidencia del recibido oficial del proyecto, donde consta la firma y el sello institucional gestionado por la señora Jenny López, auxiliar administrativa.