

Nombre del proyecto

Plataforma de éxito profesional “Skilly”

Presentado por:

Angie Viviana Guevara Narvaez

Evelyn Tatiana Saldaña Ospina

Profesor:

Emily Gallego Antorbeza

PROYECTO DE GRADO

Para optar por el título de Magister en Mercadeo

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

MAESTRÍA EN MERCADEO

Cali, Colombia

2025

TABLA DE CONTENIDO

Síntesis del documento	5
1. Modelo de negocio canvas	6
1.1 Definición del problema	6
1.2 Definición de producto y/o servicios	7
1.3 Análisis del cliente.....	11
1.4 Análisis de la competencia y del entorno	14
2. Estrategia de mercadeo	16
2.1 Justificación y propuesta de valor:	17
3. Análisis del ecosistema digital	25
3.1. Tendencias digitales	25
3.2. Boceto gráfico y medios digitales	26
4. Conclusiones.....	31
5. Referencias	33

Resumen

El presente trabajo propone el diseño de Skilly, una plataforma de acompañamiento profesional desarrollada por el Centro de Talento de la Universidad Icesi e Icesi Virtual, cuyo objetivo es fortalecer las habilidades blandas de los graduados en etapa de transición laboral. A partir de una encuesta aplicada a 164 estudiantes próximos a graduarse y recién graduados, se identificó una necesidad importante: aunque el 90% reconoce la importancia de las habilidades blandas para su éxito profesional, el 57% se siente poco preparado para enfrentar los retos del mercado laboral, y el 73% experimenta temor ante escenarios de cambio.

Skilly ofrece una solución integral basada en sesiones de coaching personalizado, cursos virtuales y acompañamiento psicoemocional, con un modelo de suscripción asequible que se adapta a las necesidades y tiempos de los recién graduados. El modelo de negocio proyecta captar inicialmente el 10% de los graduados anuales como suscriptores activos, con una propuesta de valor centrada en la personalización, el respaldo institucional y la accesibilidad digital.

Entre sus principales conclusiones, el estudio evidencia que el fortalecimiento de habilidades como la comunicación, la inteligencia emocional, la resiliencia y el liderazgo resulta clave para la empleabilidad y el crecimiento profesional. Además, se confirma que la propuesta es viable, diferenciada frente a la competencia y altamente valorada por su enfoque humano y flexible. Skilly se consolida como una estrategia institucional innovadora que responde a las exigencias del entorno laboral, aportando al bienestar y al éxito profesional del talento Icesi.

Abstract

This thesis presents the design of Skilly, a professional development platform created by the Talent Center at Universidad Icesi, in collaboration with Icesi Virtual. Its goal is to strengthen the soft skills of graduates transitioning into the job market. Based on a survey of 164 soon-to-be and recent graduates, a critical need was identified: while 90% acknowledge the importance of soft skills for professional success, 57% feel underprepared for workplace challenges, and 73% report anxiety regarding career transitions.

Skilly offers a comprehensive solution through personalized coaching sessions, virtual courses, and emotional support, using an affordable subscription model tailored to the needs and availability of recent graduates. The business model aims to engage 10% of the annual graduating cohort as active subscribers, with a value proposition grounded in personalization, institutional credibility, and digital accessibility.

Key findings indicate that strengthening skills such as communication, emotional intelligence, resilience, and leadership is essential for employability and professional growth. Furthermore, the study confirms the project's feasibility and differentiation from competitors due to its human-centered, flexible, and context-aware approach. Skilly stands out as an innovative institutional strategy that aligns with the demands of today's labor market, contributing to the well-being and professional success of Icesi graduates.

Palabras Claves / Key Words:

- Habilidades blandas / Soft skills
- Coaching profesional / Professional coaching
- Transición laboral / Career transition
- Graduados universitarios / University graduates
- Desarrollo profesional / Professional development

Síntesis del documento

El proyecto Skilly surge como respuesta a una necesidad crítica identificada entre los graduados de la Universidad Icesi: la falta de preparación emocional y de habilidades blandas para enfrentar los desafíos del entorno laboral. Aunque los estudiantes finalizan sus programas con sólidas competencias técnicas, muchos manifiestan inseguridad, ansiedad y desconocimiento sobre cómo gestionar eficazmente las exigencias de sus primeros empleos. Skilly ofrece una solución integral mediante una plataforma digital que combina coaching personalizado, cursos virtuales y acompañamiento psicoemocional, con el objetivo de fortalecer competencias como la comunicación, la resiliencia y la inteligencia emocional.

Las autoras del proyecto son Angie Guevara y Evelyn Saldaña. Angie es comunicadora social y coordinadora de relacionamiento organizacional en el Centro de Talento de la Universidad Icesi, donde lidera procesos de conexión entre el talento estudiantil y el mundo empresarial. Su experiencia le ha permitido identificar de manera directa las brechas entre las expectativas del mercado y las competencias de los recién graduados. Evelyn, por su parte, es administradora de empresas con formación en marketing digital, y actualmente se desempeña como asesora de éxito estudiantil en la misma institución. Su experiencia está enfocada en el acompañamiento a la implementación de programas virtuales de alta calidad e innovación pedagógica. Ambas profesionales comparten una visión orientada al fortalecimiento del talento joven mediante soluciones que integren tecnología, educación y acompañamiento humano.

Desde el marketing, la propuesta combina un enfoque de valor personalizado con estrategias de captación y retención que giran en torno al coaching como servicio principal. El ecosistema digital que incluye una landing page interactiva, comunicación automatizada y presencia en redes sociales potencia la escalabilidad y accesibilidad de Skilly, permitiendo acompañar a los graduados desde cualquier lugar y en el momento que más lo necesiten.

1. Modelo de negocio canvas

1.1 Definición del problema

La exitosa inserción laboral de los graduados de la Universidad Icesi demanda un equilibrio entre habilidades técnicas y blandas. Si bien los estudiantes culminan sus programas académicos con un sólido dominio técnico y conocimientos especializados en sus respectivas áreas, una encuesta realizada a 164 estudiantes próximos a graduarse y recién graduados de la universidad Icesi, evidencia una necesidad significativa de fortalecer habilidades blandas altamente valoradas en el mercado actual que promueve en el éxito profesional de los graduados en sus primeras experiencias laborales o en transiciones a nuevos empleos. El 90% de los encuestados consideran que las habilidades blandas son importantes para el éxito profesional y quieren seguir fortaleciéndolas y el 57% se siente poco o medianamente preparado para enfrentar los retos del mundo laboral.

Adicionalmente, los estudiantes que se enfrentan al mercado laboral sin una experiencia profesional significativa, suelen manifestar inquietudes acerca de sus actitudes y la gestión de sus emociones en un entorno profesional real y competitivo. El 73% de los encuestados manifiesta sentir temor o inseguridad ante transiciones o cambios que puedan tener en el mundo laboral. Estos resultados demuestran la importancia de abordar no solo la oportunidad de desarrollar o mejorar las habilidades blandas más requeridas, sino también la preparación emocional para la transición al mundo profesional.

Según el Informe sobre el futuro del empleo 2025 del Foro Económico Mundial, dentro de las habilidades que los trabajadores necesitan actualmente para avanzar en su carrera se encuentran; el pensamiento creativo, la resiliencia, la flexibilidad y la agilidad, también están adquiriendo mayor importancia, el pensamiento analítico, la curiosidad, el aprendizaje permanente, el liderazgo y la influencia social. El informe también indica que las empresas invierten cada vez más en programas de perfeccionamiento profesional para adaptar su fuerza laboral a las demandas cambiantes.

De acuerdo con un estudio de la revista Harvard Business Review, el 58% del rendimiento de un líder se debe a su inteligencia emocional. Esto se traduce en una mayor capacidad para resolver conflictos, inspirar

a su equipo, y tomar decisiones que beneficien tanto a la organización como a sus colaboradores. También, un estudio de Harvard y Stanford indica que El 85% del éxito profesional se basa en habilidades sociales.

La inteligencia emocional juega un papel crucial en el rendimiento de los equipos de trabajo. Un estudio realizado por la empresa TalentSmart, el 71% de los empleadores consideran que valoran más la inteligencia emocional que el coeficiente intelectual en sus empleados. Esto se debe a que la inteligencia emocional está relacionada con la capacidad de gestionar las emociones propias y de los demás de manera efectiva, lo que resulta en una mejor comunicación, trabajo en equipo y resolución de conflictos, lo anterior dentro de un entorno de cambio constante impulsado por la tecnología, la globalización y eventos disruptivos que requiere una adaptación rápida a nuevas situaciones y retos.

En resumen, los futuros y recién graduados de la Universidad Icesi, enfrentan un desafío en continuar trabajando sus habilidades blandas y en la preparación emocional para el competitivo mundo laboral. La inseguridad y el temor ante las transiciones, sumados a la validada importancia global de la inteligencia emocional y habilidades como la resiliencia y el pensamiento crítico demuestran una necesidad no del todo satisfecha.

1.2 Definición de producto y/o servicios.

1.2.1 Descripción producto plataforma de éxito profesional Skilly:

En alianza del centro de talento con el área de Icesi virtual, se propone el diseño de una plataforma de éxito profesional para graduados de la universidad Icesi que permita fortalecer las habilidades blandas como complemento esencial de las habilidades técnicas adquiridas en su formación académica. Esta iniciativa tiene como objetivo principal brindar un diagnóstico personalizado y acompañamiento integral a los graduados de la Universidad Icesi que tienen poco tiempo en su trayectoria profesional a través de sesiones coaching personalizado en habilidades blandas, cursos virtuales interactivos y asesoría de carrera y acompañamiento psicoemocional para la vida profesional.

Skilly como plataforma de éxito profesional para la Universidad Icesi, busca satisfacer las necesidades de los graduados de la Universidad Icesi, al enfocarse en el desarrollo o mejoramiento de aquellas habilidades blandas que son cruciales para el éxito en el mercado laboral actual, Skilly busca cerrar brechas entre los conocimientos técnicos y las demandas cambiantes del mundo profesional.

1.2.2 Propósito:

“Creemos en el poder de las habilidades blandas para transformar vidas. Acompañamos a las personas a desbloquear su potencial, construir una versión más segura, consciente y

auténtica para convertir su desarrollo profesional en una herramienta de impacto para la sociedad.”

1.2.3 Oferta de valor/ diferencial:

- **Enfoque exclusivo:** Personalización basada en el perfil de los graduados y en un diagnóstico inicial, analizando los sectores estratégicos en los que se desempeñan, asegurando una oferta adaptada a sus necesidades profesionales y a las demandas reales del mercado laboral.
- **Acompañamiento integral:** Además de formación y herramientas profesionales, la plataforma incluye asesoría de carrera y bienestar psicoemocional.
- **Plataforma Icesi:** Un espacio digital dentro del entorno universitario que permite a los usuarios acceder a servicios especializados sin depender de plataformas externas, fortaleciendo su vínculo con la universidad y contando con el respaldo del centro de talento Icesi y el área Icesi virtual.
- **Insignias y certificaciones:** Los usuarios podrán obtener insignias digitales y certificaciones avaladas por Icesi, que podrán incluir en su CV o en redes profesionales, diferenciándose en el mercado laboral y demostrando el respaldo a través de una institución reconocida.

1.2.4 Plan de ingresos:

La estrategia de ingresos está basada en un modelo por suscripción, donde los recién graduados a través de una estrategia de mercadeo de captación, accederán a una primera sesión de coaching totalmente gratuita, después bajo una estrategia de retención se podrán suscribir a planes de un mes o tres meses con un descuento del 5% de acuerdo a la necesidad del graduado, este valor incluye el número de sesiones de coaching de acuerdo al plan y el acceso a una ruta de cursos virtuales de acuerdo al diagnóstico que realice el coach inicialmente.

Modelo de ingreso por suscripción	Precio	Sesiones	Descuento
1 mes	\$ 129.900	2	0
3 meses	\$ 370.215	6	5%

los suscriptores estarán en proceso de experimentar el valor de Skilly y decidir si renuevan la suscripción cada periodo de tiempo de acuerdo a su proceso e interés logrado en la plataforma.

El público objetivo de Skilly, se encuentran en etapa de transición, incertidumbre y descubrimiento laboral, una suscripción de periodos cortos les permite probar el servicio con una inversión mínima, el periodo máximo de tres meses se considera un periodo razonable para ver resultados sin sentirse comprometido con un plan de largo plazo.

Por otro lado, las necesidades de desarrollo de habilidades blandas son más intensas durante la búsqueda de empleo inicial y estas en promedio se encuentran entre los tres y los seis meses, estos primeros tres meses son claves en el desarrollo de la persona mientras se enfrenta a diferentes procesos laborales, sea por búsqueda laboral o por adaptación a nuevas posiciones laborales. Según estadísticas de la firma Lee Hecht Harrison (LHH) “en el año 2017, 70 por ciento de los que buscan empleo lo encuentran antes de 3 meses; 20 por ciento dura de 4 a 6 meses, y 7 por ciento invierte de 7 a 9 meses.”

1.2.5 Análisis financiero:

Para alcanzar a nuestro público objetivo, nos centraremos en los aproximadamente 1.000 estudiantes de pregrado que la Universidad ICESI gradúa cada año. A través de una estrategia de mercadeo efectiva, buscamos que el 50% de estos graduados participen en una sesión introductoria gratuita de Skilly, con una meta de lograr que al menos el 20% de ellos (100 estudiantes) se conviertan en suscriptores. Es decir, un 10% del total de graduados de pregrado en un periodo de 1 año.

Al siguiente año (año 2) se estima tener 120 suscriptores netos al cierre de año, se retiene una proporción del año anterior y se convierten suscriptores de las nuevas cohortes de graduados.

Para los años tres y cuatro, sostener un crecimiento anual de más del 30% no dependerá únicamente de la adquisición de nuevos suscriptores de las cohortes recientes de graduados. Este objetivo ambicioso también exigirá una sólida estrategia de retención de los suscriptores existentes y, a futuro, la conversión de graduados de años anteriores. Adicionalmente, consideraremos la expansión a otros grupos dentro de la universidad y el establecimiento de alianzas estratégicas para posicionarnos fuera del campus.

La proyección de ingresos de Skilly durante sus primeros cuatro años de funcionamiento incorpora un ajuste anual del 4% en el precio de la suscripción. Este porcentaje se fundamenta en las expectativas de inflación del Banco de la República, que, en su informe

de política monetaria a marzo de 2025, señalaba que, si bien la inflación no se ha reducido al ritmo esperado y aún supera el 3%, se anticipa una convergencia gradual hacia la meta del 3% en los dos años siguientes. Optamos por un 4% para reflejar una perspectiva prudente en un contexto de descenso en términos de inflación.

Modelo de suscripción en el primer año	Precio	N° sesiones	Descuento	Participación cada plan	ingreso neto	Sesiones anual	
1 mes	\$ 129.900	2	0	30%	\$ 3.897.000	60	
3 meses	\$ 370.215	6	5%	70%	\$ 25.915.050	420	
Total suscritos al cierre de año					100	\$ 29.812.050	480

120

Modelo de suscripción en el segundo año	Precio	N° sesiones	Descuento	Participación cada plan	ingreso neto	Sesiones anual	
1 mes	\$ 135.096	2	0	30%	\$ 4.863.456	72	
3 meses	\$ 385.024	6	5%	70%	\$ 32.341.982	504	
Total suscritos al cierre de año					120	\$ 37.205.438	576

160

Modelo de suscripción en el tercer año	Precio	N° sesiones	Descuento	Participación cada plan	ingreso neto	Sesiones anual	
1 mes	\$ 140.500	2	0	30%	\$ 6.743.992	96	
3 meses	\$ 400.425	6	5%	70%	\$ 44.847.549	672	
Total suscritos al cierre de año					160	\$ 51.591.541	768

220

Modelo de suscripción en el cuarto año	Precio	N° sesiones	Descuento	Participación cada plan	ingreso neto	Sesiones anual	
1 mes	\$ 146.120	2	0	30%	\$ 9.643.909	132	
3 meses	\$ 416.442	6	5%	70%	\$ 64.131.995	924	
Total suscritos al cierre de año					220	\$ 73.775.904	1056

1.2.6 Proyección de ingresos y gastos:

La proyección que se presenta a continuación, expresa los ingresos netos relacionados en el cuadro anterior y los gastos anuales contemplados. Teniendo en cuenta que Skilly será un servicio ofrecido directamente por el centro de talento, algunos rubros son impactados directamente por el presupuesto general del área y la universidad (Rubro Icesi). Se tiene presente un incremento anual en los costos del 3% correspondiente a la expectativa de inflación.

Durante el primer año, el cálculo de los honorarios para cada coach corresponde a \$50.000 por sesión, con una duración de 50 minutos. Es fundamental precisar que este esquema de honorarios se fundamenta en el modelo "acuerdo-beneficio" de la universidad, el cual facilita a los colaboradores, en este caso los coaches de planta, la obtención de un ingreso complementario por cada sesión de Skilly atendida dentro de su horario de trabajo regular.

La inversión inicial en la creación de contenido virtual contempla dos cursos para el primer año, con un desembolso de \$1.700.000 COP por curso a cada coach diseñador. Esta cifra se alinea con los estándares aproximados de pago de la universidad para el desarrollo cursos de certificaciones en educación continua. Nuestra hoja de ruta para los siguientes años incluye la adición de un curso en el año 2, otro curso en el año 3 y un curso final en el

año 4, lo que nos permitirá construir una oferta integral de cinco cursos. Estos cursos estarán centrados en las habilidades blandas identificadas como las de mayor demanda y relevancia en el mercado laboral actual.

Proyección financiera	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Proyección graduados	100	120	160	220
Variación crecimiento suscriptores	0	20%	33%	38%
Ingreso neto por año	\$ 29.812.050	\$ 37.205.438	\$ 51.591.541	\$ 73.775.904
Gastos				
Mercadeo y publicidad (Rubro Icesi)	\$ 5.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 1.000.000
Desarrollo plataforma proveedor (Rubro Icesi)	\$ 4.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Licencia para cursos (LMS Brightspace)	\$ 2.200.000	\$ 2.640.000	\$ 3.520.000	\$ 4.840.000
Creación de cursos en habilidades blandas	\$ 3.400.000	\$ 1.751.000	\$ 1.803.530	\$ 1.857.636
Honorarios coaches por #sesiones atendidas al año	\$ 24.000.000	\$ 29.664.000	\$ 39.552.000	\$ 54.384.000
Teams (Rubro Icesi)	0	0	0	0
Total gasto directo	\$ 38.600.000	\$ 37.055.000	\$ 47.875.530	\$ 63.081.636
%gasto / ingreso	129%	100%	93%	86%
Contribución	-\$ 8.787.950	\$ 150.438	\$ 3.716.011	\$ 10.694.268
%Contribución	-29%	0%	7%	14%

1.3 Análisis del cliente

1.3.1 Buyer persona:



Nombre: Camilo Martinez.

Edad: 23 años

Ubicación: Cali, Colombia

Formación: Recién graduado de Mercadeo, Universidad Icesi

Experiencia Laboral: 6 meses de práctica profesional como Asistente de Mercadeo en una empresa de consumo masivo.

Canales de información: Redes sociales, compañeros de carrera, portal web graduados de la universidad.

Aficiones: Leer, buscar ofertas de empleo, entrenar crossfit, compartir con su novia y familia.

Sobre Camilo:

acaba de terminar su carrera en Mercadeo en la Icesi. Es un joven comprometido, con un buen desempeño académico y una sólida formación teórica, pero siente que está a punto de enfrentar un mundo completamente diferente al que conoció en la universidad. Tiene miedo de no tener las capacidades en su primer trabajo formal, ya que se siente presionado por las expectativas del entorno profesional y la competencia en el mercado laboral.

Frustraciones:

- Miedo a no estar a la altura de las expectativas del mundo laboral, sintiendo que lo que aprendió en la universidad no es suficiente para ser competitivo.
- Inseguridad al enfrentarse a la crítica o a la evaluación de su desempeño en un entorno real, ya que teme ser señalado como alguien que fue "muy bueno en la universidad, pero no en el trabajo".
- Sabe que hay muchos otros graduados y profesionales luchando por las mismas oportunidades, lo que aumenta su ansiedad sobre cómo destacar y lograr su espacio en el sector.

Intereses:

- Desarrollar habilidades blandas que lo ayuden a mejorar su desempeño laboral, como la comunicación, el liderazgo y el trabajo en equipo.
- Aprender a manejar la ansiedad y la presión que siente por no estar completamente preparado para los desafíos del mundo real.
- Construir su red profesional para aprender de otros que ya están establecidos en el sector y recibir retroalimentación que le ayude a crecer.

Objetivos:

- Ganar confianza para manejar reuniones, presentaciones y proyectos de manera profesional, sin sentir que está siendo constantemente evaluado o comparado.

- Ascender profesionalmente mediante el desarrollo integral de su perfil, mejorando tanto sus competencias técnicas como sus habilidades interpersonales.
- Superar sus miedos y dudas sobre el mundo laboral, aprendiendo a manejar las críticas y a crecer a partir de ellas.

Factores clave de compra:

- La relevancia de las habilidades blandas para los procesos de selección y la inserción laboral y la necesidad de desarrollo profesional.
- El prestigio y la credibilidad en la Universidad Icesi como respaldo a la plataforma Skilly, así como la confianza en coaches profesionales y cursos bien estructurados.
- Relación precio-calidad, un precio acorde a la situación actual de un estudiante recién grado y el valor que ofrece Skilly.
- Desarrollar habilidades específicas en las cuales el graduado a pesar de saber que tiene oportunidad de mejora no logra avanzar en un plan de acción para mejorarlas.
- Flexibilidad y conveniencia con cursos virtuales al ritmo del graduado y sesiones de coaching online programables.

1.3.2 Acercamiento inicial y detección de necesidades: Si bien el centro de talento de la universidad ofrece un valioso acompañamiento de carrera y supervisión durante las prácticas, existe una oportunidad significativa para fortalecer y acompañar de forma más profunda el desarrollo de habilidades blandas y procesos de coaching. Esta necesidad fue corroborada a través de las evaluaciones de desempeño y las conversaciones con tutores de práctica y algunos estudiantes, lo que nos llevó a lanzar una encuesta de aceptación del proyecto para validar nuestra propuesta.

1.3.3 Encuesta de viabilidad: Para validar la viabilidad y aceptación inicial de Skilly, realizamos una encuesta a 164 estudiantes, entre graduados y próximos a graduarse de la Universidad ICESI. Los resultados confirmaron la oportunidad: los encuestados no solo confirmaron la importancia de las habilidades blandas para enfrentar los desafíos profesionales, sino que también expresaron una alta aceptación por la plataforma y el gran valor de acceder a estas sesiones de coaching. Un dato importante es que el 62% de los participantes manifestaron estar dispuestos a pagar por este servicio.

1.3.4 Posicionamiento: El Centro de Talento de la Universidad ICESI, recientemente lanzo su nueva propuesta, que le apunta a diferentes nuevos servicios para acompañar al talento icesi en las diferentes etapas de su desarrollo profesional. Si bien algunos servicios ya están en marcha, otros se encuentran en fase de ideación, Skilly está contemplado como una oferta estratégica a futuro dentro de este portafolio integral.

Actualmente, el Centro de Talento ofrece sesiones gratuitas de asesoría de carrera (dos sesiones por estudiante al año). Skilly representa una ampliación y profundización clave de este servicio, complementándolo con herramientas personalizadas, una mayor frecuencia de sesiones y el acceso a una red de coaches expertos.

En colaboración con ICESI Virtual, el Centro de Talento está desarrollando el proyecto de Microaprendizajes, una serie de cursos virtuales introductorios que facilitan la inmersión temprana (estudiantes de 4° a 6° semestre) en experiencias de aprendizaje reales sobre el mundo laboral. Estos microaprendizajes constituyen un primer acercamiento para desarrollar habilidades blandas, y Skilly se posiciona como la continuación más profunda de este proceso, preparando a los estudiantes en la etapa final antes de su inserción definitiva en el entorno profesional.

1.4 Análisis de la competencia y del entorno

Competencia						
Descripción	Universidad Icesi	Universidades locales	Universidades extranjeras	Plataformas de mentoría y coaching	Plataformas digitales	Consultores individuales
Nombre competidor	Skilly	Universidad de la Sabana Universidad de los Andes Universidad del Norte	Universidad de Harvard Universidad de Stanford IE University Universidad de Melbourne	BetterUp CoachHub Careerlo	Coursera Udemy LinkedIn Learning Platzl	Personas certificadas como coaches.
Localización	Comunidad Icesi, con plan de expansión. Virtual.	Bogotá Barranquilla Virtual.	EEUU España Australia	BetterUp: Alcance global. CoachHub: 90 Países. Careerlo: Presente en aproximadamente 25 países.	Global	Global
Productos y servicios (atributos)	Actualmente: 2 asesorías 2 al año, acompañamiento durante practica universitaria. Skilly: • Sesiones de Coaching. • Acompañamiento psicoemocional para el trabajo. • Asesoría de carrera. • Diagnostico inicial de habilidades, plan de desarrollo personalizado y seguimiento continuo para alcanzar las metas profesionales, con el apoyo de rutas virtuales en e-learning.	• Programas de desarrollo profesional • Herramientas de inteligencia emocional y autocuidado.	U. de Harvard: ofrece coaching de carrera a través de su "Office of Career Services", centrado en empleabilidad, no integra coaching emocional o habilidades blandas con tanta fuerza. Ofrece cursos de coaching para el liderazgo. U. de Stanford: tiene programas como "BEAM (Bridging Education, Ambition & Meaningful Work)", enfocados en propósito y carrera, también ofrece sesiones de coaching individual IE University: Orientación profesional y acceso a cursos complementarios. Universidad de Melbourne: Apoyo psicoemocional y cursos cortos de habilidades blandas.	Equipo de coaches expertos que acompañan personas en el mejoramiento de sus habilidades profesionales y laborales. BetterUp: Coaching digital para el desarrollo de talento y liderazgo dentro de empresas. CoachHub: Coaching digital para el desarrollo de empleados y líderes en organizaciones. Careerlo: Su fuerte está en herramientas de creación de CV, cartas de presentación y búsqueda de empleo.	Plataformas de educación en línea que educan en tecnología, habilidades digitales, negocios, diseño, marketing y habilidades de emprendimiento y liderazgo.	Acompañamiento a través de conversaciones profundas como facilitador. Ayuda a las personas a descubrir su necesidad y a trabajar en un plan de acción.
Módulo de servicio y herramientas	Un diagnostico inicial a través de una sesión de coaching gratuita y un plan personalizado bajo suscripción con sesiones de coaching y cursos virtuales.	U. Sabana: Cursos virtuales enfocados en liderazgo y habilidades blandas para líderes. U. Andes: Programa virtual (5 cursos establecidos) Uninorte: 2 cursos complementarios dentro de la matrícula para pregrado.	U. de Melbourne: Talleres y seminarios sobre bienestar. Asesoramiento grupal para conexión entre sí, explorar desafíos y discutir estrategias y practicas. Asesoramiento individual psicologico gratuito. Recursos de autoayuda. Stanford: Agendamiento de sesiones individual para estudiantes matriculados en la U.	BetterUp: Creación de plan Ruta en plataforma Coach asistente Biblioteca de recursos CoachHub: contenidos multimedia Recomendaciones de aprendizaje impulsadas por IA Careerlo: sesiones virtuales con un coach de 50 min y plan de acción. Herramientas impulsadas por IA.	Sesiones de estudio, Foros de discusión, Grupos de estudio, Retos, Eventos en vivo. LinkedIn: Ofrece ruta con 11 cursos gratuitos en habilidades blandas (Autogestionados)	Sesiones virtuales o presenciales.

Comentarios adicionales	Enfoque inicial en estudiantes a punto de graduarse y recién graduados que quieran enfrentarse al mundo profesional con herramientas y preparación a través del desarrollo de habilidades blandas.	Las universidades mencionadas ofrecen cursos individuales de algunas habilidades blandas pero no un plan integral y detallado para un nicho específico. Los temas más mencionados en esta competencia son: Salud física, mental y emocional. Desarrollo profesional y empleabilidad, éxito profesional y habilidades para líderes. La universidad de la sabana, ofrece insignias en algunos cursos, esto es un diferenciador.	Algunos programas son generales, no tienen enfoque personalizado o con coaches como guía. Sin embargo, La U. de Melbourne tiene un acercamiento enfocado principalmente en actividades y asesoramiento psicoemocional, también ofrece desarrollo profesional para organizaciones y cursos cortos. La Universidad de Stanford, ofrece sesiones individuales de coaching gratuitas para sus estudiantes desde un enfoque académico.	BetterUp: Su fuerte son las asociaciones B2B para ofrecer coaching a los empleados de las empresas asociadas. CoachHub: Competidor fuerte y sólido pero enfocado más en B2B. Careerlo: Ofrece algunas herramientas de Coaching, su fuerte es la búsqueda de empleo.	Aunque son plataformas que ofrecen cursos de habilidades blandas, no se garantiza la calidad de todos los cursos ni un servicio de coaching personalizado, el estudiante es autónomo de realizar los cursos y autoevaluarse.	Es considerado competencia por su modelo tradicional y personalizado, aunque su precio suele estar más alto que el precio de Skilly.
Precios	Suscripción mensual: 129.900 (2 sesiones de coaching al mes y herramientas en e-learning) Suscripción trimestral: 370.215 (6 sesiones durante 3 meses y herramientas y cursos en e-learning)	U. Andes: \$ 2.505.500 (programa 5 cursos) U. Sabana: 1.200.000, un curso de 48 horas. Uninorte: Cursos básicos generales gratis dentro de matrícula.	U. Melbourne: Curso de una habilidad de 42 horas: 1350 usd U. de Stanford: Gratis para estudiantes matriculados en la universidad. U. de Harvard: un curso de coaching para líderes 1850 usd.	Careerlo: Suscripción mensual por 35 usd aproximado para B2C, solo herramientas en plataforma, sesión con un experto por 99usd. BetterUp: 69 usd por sesión con un coach. (Valores estimados para B2C, no se encuentran valores exactos de las negociaciones para B2B, pues son personalizadas)	Platzli: Aproximadamente 24usd por mes. Udemy: Aprox 35 usd por mes. Coursera: Aprox 39 usd por mes, para certificaciones específicas. (Algunos cursos en estas plataformas se pueden comprar de forma individual y van desde los 13 usd hasta los 180 usd dependiendo de la calidad y el tipo de curso).	Desde los 40 usd hasta los 200 usd por cada sesión.

Si bien algunas universidades, incluida Icesi, forman excelentes profesionales con sólidas habilidades técnicas, existe una necesidad evidente y creciente de fortalecer las habilidades blandas cruciales para el éxito en el mundo laboral. Habilidades como la comunicación, el liderazgo, la inteligencia emocional y la negociación son fundamentales, pero a menudo no son cubiertas a profundidad.

Aunque la universidad Icesi reconoce esta necesidad y ofrece un servicio de acompañamiento con dos sesiones anuales de asesoría de carrera y el acompañamiento durante la práctica profesional, este apoyo es limitado y no atiende la amplitud y profundidad requerida para el desarrollo integral de las competencias que demandan las tendencias y el mercado cambiante.

Aquí radica la oportunidad, un enfoque más amplio y personalizado en el desarrollo de estas habilidades, junto con un acompañamiento constante para los estudiantes que se enfrentan al entorno profesional, es clave para promover el éxito en sus primeros empleos y acelerar su progresión de carrera.

El coaching profesional tradicional, si bien es valioso, presenta un costo que resulta inaccesible para un recién graduado que apenas inicia su etapa de monetización. Por otro lado, las grandes plataformas como BetterUp o CoachHub operan bajo un modelo enfocado más en B2B, dirigiendo sus elevados servicios de coaching a nivel corporativo, muy lejos del alcance económico de un estudiante o un joven profesional.

Skilly va a poder competir en el mercado porque ofrece un ecosistema completo: cursos virtuales de habilidades blandas, coaching de calidad (dos sesiones al mes), apoyo

emocional y una comunidad activa. Lo anterior a un precio asequible para el público recién graduado.

Al ser un proyecto para un nicho específico, las cifras de recién graduados se promedian en aproximadamente 1000 estudiantes por año de pregrado. Se incluyen las cifras de posgrado igualmente que corresponde a otros 1000 estudiantes por año, aunque no es el público objetivo de este proyecto se incluyen como clientes potenciales en una etapa futura del proyecto.

Graduados		
Cohorte	Pregrado	Posgrado
2023-1	579	419
2023-2	503	683
2024-1	475	596
2024-2	464	612
2025-1	494	533
Total:	2515	2843

El mercado principal de la Universidad Icesi es el Valle del Cauca y el suroccidente colombiano, con una clara orientación hacia la formación de profesionales de alta calidad, con un perfil gerencial y emprendedor. Sus egresados suelen ocupar cargos importantes en compañías locales, nacionales y multinacionales. También atiende al sector empresarial con programas de posgrado, educación continua y proyectos de investigación.

Para Skilly, esto significa que su público objetivo, es un segmento que ha invertido considerablemente en su educación, busca una alta empleabilidad y está dispuesto a invertir en su desarrollo profesional para destacarse. Además, al ser una universidad con fuerte conexión empresarial, sus egresados entienden el valor de las habilidades blandas y el networking en el entorno corporativo.

2. Estrategia de mercadeo

El desarrollo de Skilly como una plataforma de acompañamiento profesional surge de una comprensión profunda de las dinámicas del mercado laboral contemporáneo y las necesidades específicas de los graduados de la Universidad Icesi. La estrategia de mercadeo no solo busca comunicar la existencia de Skilly, sino construir una experiencia integral que guíe al graduado desde el reconocimiento de una necesidad hasta la consecución de sus objetivos profesionales.

2.1 Justificación y propuesta de valor:

El éxito profesional en el siglo XXI trasciende el dominio de conocimientos técnicos. Estudios recientes, como los de la World Economic Forum (WEF) en su "Future of Jobs Report 2025", consistentemente señalan que habilidades como el pensamiento crítico, la resolución de problemas, la creatividad, la inteligencia emocional y la adaptabilidad son cada vez más demandadas por los empleadores (World Economic Forum, 2025). Además, la National Association of Colleges and Employers (NACE), en su "Job Outlook 2024", resalta la creciente importancia de estas competencias transversales para la empleabilidad de los recién graduados (National Association of Colleges and Employers, 2024). En este contexto, un reciente graduado, a pesar de su sólida formación académica, puede enfrentar barreras significativas si no ha desarrollado plenamente estas competencias.

Skilly se posiciona como una respuesta estratégica e innovadora a esta brecha, ofreciendo una solución integral para:

- Empoderar a los graduados: Brindándoles herramientas y acompañamiento para identificar, fortalecer y aplicar estas habilidades blandas cruciales.
- Reducir la incertidumbre en la transición laboral: Ofreciendo un espacio seguro y profesional para abordar temores y construir confianza.
- Mejorar la empleabilidad y el impacto profesional: Conectando el talento Icesi con las exigencias del mercado y facilitando su posicionamiento diferencial.

Esta propuesta se materializa a través de tres líneas de servicio clave:

- Coaching personalizado en habilidades blandas: Enfocado en trabajar bloqueos, miedos o áreas por fortalecer según el perfil y necesidad de cada graduado. Este será el servicio central en la etapa inicial de Skilly.
- Cursos virtuales interactivos: Programados para una fase posterior de desarrollo, enfocados en temas como liderazgo, comunicación, resiliencia y trabajo en equipo.
- Asesoría de carrera y acompañamiento psicoemocional: Para una fase posterior, permitirá a los graduados tomar decisiones informadas y gestionar con mayor seguridad el tránsito hacia el mundo laboral, complementando el coaching.

La propuesta de valor de Skilly radica en su enfoque personalizado, el respaldo institucional de la Universidad Icesi y la calidad de su equipo de coaches. No es una solución genérica, sino un programa diseñado "desde Icesi y para Icesi", reconociendo las particularidades y el potencial de su comunidad de graduados.

2.2 Mix de marketing

La articulación del mix de marketing se basa en la creación de valor en cada punto de interacción con el graduado, asegurando que la oferta de Skilly sea relevante, accesible y atractiva.

2.2.1 Producto

Skilly se concibe como una plataforma robusta y evolutiva, cuya oferta inicial se centrará en el coaching personalizado en habilidades blandas, actuando como el principal motor de adquisición de usuarios y la base para futuras expansiones.

Servicio central: coaching personalizado en habilidades blandas:

Metodología: El coaching se basa en un enfoque 1 a 1, diseñado para ser cercano, estratégico y accionable. Los coaches guiarán a los graduados en el desarrollo de competencias específicas como liderazgo, comunicación efectiva, inteligencia emocional, gestión del tiempo, adaptabilidad y resolución de problemas, entre otras.

Proceso centrado en el graduado (Journey Map): En su primera etapa de implementación, Skilly se enfoca en el coaching personalizado como puerta de entrada al modelo integral. Este servicio se basa en un proceso estructurado y progresivo que inicia desde el contacto digital con el graduado hasta su vinculación activa en un plan de trabajo personalizado:

Fase de descubrimiento e interés: El recorrido comienza desde la página de Skilly, donde el graduado encuentra un test de personalidad laboral que le permite identificar de forma rápida un perfil general, generando curiosidad y motivación. Este primer contacto, como lo señala el Journey Map, busca "llamar la atención" y "generar curiosidad" sobre su propio potencial. La gamificación en el diseño del test (ej. resultados categorizados por colores y etapas profesionales) incrementa el *engagement* inicial.

Fase de evaluación y decisión: Luego se le ofrece una asesoría gratuita, previa verificación de su pertenencia a la comunidad de graduados Icesi. Durante esta sesión, un coach analiza el resultado del test, explora intereses y desafíos del graduado, e identifica habilidades a fortalecer. Esta sesión, además de ser orientadora, tiene como objetivo conectar emocionalmente al graduado con la idea de invertir en su crecimiento personal y profesional, buscando "validar la utilidad" del servicio y "reducir la fricción" en el proceso de decisión.

Fase de conversión y fidelización: A partir de ahí, se invita al graduado a continuar el proceso bajo un plan mensual o trimestral. Cada proceso de coaching se diseña de manera personalizada, con metas claras, seguimiento y retroalimentación constante. El Journey Map destaca la "retención y recomendación" a través de mensajes de seguimiento,

participación en la comunidad Skilly y acceso a información sobre futuros cursos. Este enfoque refuerza el compromiso a largo plazo y la construcción de un ecosistema de apoyo.

Equipo de coaches: El valor del servicio se sustenta en la calidad de los profesionales. Se contará con coaches certificados, con experiencia en psicología, educación, gestión humana y liderazgo organizacional, incluyendo a profesores de la Universidad Icesi y expertos con trayectoria en la industria. Esto garantiza una perspectiva holística y una conexión con la realidad empresarial.

Valor para el graduado: Skilly no solo entrena habilidades, sino que prepara al graduado para enfrentar los retos del entorno laboral actual, trabajando habilidades que las organizaciones consideran determinantes para el éxito profesional y manteniéndolo conectado con las tendencias y necesidades de las organizaciones aliadas de la Universidad Icesi.

Futuras expansiones del producto: La plataforma está diseñada para ser escalable. Una vez consolidada la oferta de coaching, se integrarán los ya mencionados cursos virtuales interactivos y la asesoría de carrera y acompañamiento psicoemocional, crucial para una transición saludable.

2.2.2 Precio

La estrategia de precios de Skilly busca equilibrar la percepción de alto valor de un servicio personalizado y de calidad con la accesibilidad para los graduados.

Modelo de suscripción: Se opta por un modelo de membresía de pago, lo que fomenta la continuidad y el compromiso del graduado con su proceso de desarrollo.

Estructura de precios:

- **Plan Mensual:** \$129.900 COP. Este precio permite flexibilidad y una baja barrera de entrada para probar el servicio.
- **Plan Trimestral:** \$370.215 COP (equivalente a \$123.405 COP/mes, lo que representa un descuento del 5%). Este plan incentiva el compromiso a mediano plazo, ofreciendo un beneficio económico por la fidelidad.

Argumentación de la competitividad: El valor propuesto es competitivo en el mercado de coaching personalizado en Colombia, especialmente considerando el respaldo y la calidad asociados a la Universidad Icesi. Además, la Universidad ya ofrece a sus graduados dos asesorías anuales gratuitas. Skilly se presenta como una extensión premium y especializada para aquellos que buscan un acompañamiento más intensivo y enfocado, ofreciendo dos sesiones personalizadas y una ruta personalizada de cursos

complementarios bajo la plataforma Intu o Saman (plataformas administradas por Icesi). La inversión se justifica como una inversión en capital humano que se traduce directamente en mejores oportunidades laborales y desarrollo profesional a largo plazo.

2.2.3. Plaza (distribución)

La estrategia de distribución de Skilly capitaliza la flexibilidad y el alcance del entorno digital, garantizando la accesibilidad para todos los graduados de Icesi, sin importar su ubicación geográfica.

Plataforma digital exclusiva: El acceso a Skilly es 100% virtual, centralizado en una *landing page* oficial. Este portal servirá como el punto de entrada para todas las interacciones: desde la realización del test de diagnóstico, el registro de usuario, la exploración de servicios, hasta el agendamiento de sesiones de coaching y la gestión de la cuenta personal.

Ventajas de la virtualidad:

Accesibilidad universal: Permite a los graduados Icesi ubicados en cualquier ciudad de Colombia o del mundo acceder al servicio, eliminando barreras geográficas.

Flexibilidad horaria: Facilita la programación de sesiones adaptadas a las agendas de los graduados, que a menudo ya están inmersos en sus primeros empleos o buscando activamente.

Escalabilidad: El modelo virtual permite escalar el servicio a un mayor número de usuarios sin la necesidad de infraestructura física adicional, lo cual es eficiente en costos y recursos.

Futuras exploraciones: Si bien el lanzamiento inicial es virtual, se contempla la posibilidad de explorar formatos híbridos o presenciales (ej. talleres grupales, eventos específicos) en el futuro, basándose en la demanda y las preferencias de la comunidad de graduados.

2.2.4. Promoción

La estrategia de promoción de Skilly se estructurará en dos pilares fundamentales: Captación y Retención, buscando generar un flujo constante de usuarios y asegurar su compromiso a largo plazo.

Estrategia de captación: “Skilly, tu aliado para el éxito profesional” Esta estrategia tiene como objetivo captar al 10% de los 958 estudiantes que conforman la cohorte anual de graduados para que participen en la sesión gratuita de orientación de Skilly dentro de los 12 meses posteriores a su graduación. Impacta directamente el crecimiento de usuarios,

permitiendo la entrada constante de potenciales clientes, optimizando la inversión y escalando los canales más efectivos para maximizar la captación.

Tácticas:

Test de personalidad profesional: Ofrecer un test de autodiagnóstico en la *landing page* para generar curiosidad y ofrecer una primera interacción de valor.

Sesión gratuita: Culminar el test con la oferta de una sesión de orientación gratuita con un coach especializado. Esta táctica, similar a un “*free trial*”, ha demostrado ser efectiva en plataformas de coaching y desarrollo personal como BetterUp, donde la experiencia inicial es clave para la conversión y el compromiso a largo plazo (BetterUp, 2023).

Contenido de valor: Generar y distribuir contenido relevante sobre la importancia de las habilidades blandas, el futuro del trabajo y el desarrollo profesional.

Eventos estratégicos: Tener presencia activa en ferias de empleo, *webinars* y encuentros con graduados organizados por la Universidad Icesi.

Acciones post-tácticas (Para el contacto inicial):

Email de bienvenida: Inmediatamente después de completar el test, enviar un correo electrónico con el informe de resultados y destacando los beneficios de la sesión gratuita para motivar el agendamiento.

Recordatorio (SMS/WhatsApp): Si el graduado no agenda la sesión gratuita tras el primer email, se enviará un recordatorio amigable y persuasivo.

Información en eventos: Proporcionar material informativo claro sobre Skilly y sus beneficios a los asistentes de eventos, con llamados a la acción para el test o la sesión gratuita.

Canales de contacto directo:

Redes sociales: Campañas dirigidas en LinkedIn, Instagram y TikTok, realizando colaboraciones con las cuentas oficiales de Icesi, Centro de Talento y Oficina de Graduados para maximizar el alcance y la credibilidad.

Canales internos icesi: Difusión en todos los canales de comunicación interna que la Universidad Icesi posee con su talento (ej. portal de graduados, correos institucionales, plataformas de gestión académica). Las tasas de apertura de correos electrónicos institucionales suelen ser más altas que las de campañas masivas, debido a la confianza y el sentido de pertenencia (MailerLite, 2025).

Seguimiento y métricas clave de captación:

- Registros de sesión gratuita
- Tasa de conversión de visita a registro (en la *landing page*)
- Costo por registro (cpr) de sesión gratuita
- Fuente de registro (identificar de dónde provienen los usuarios)
- Interacciones con tests y *webinars*

Estrategia de retención: “Desbloquea tu Potencial” Esta estrategia busca convertir al 50% de los graduados que completen la sesión gratuita en suscriptores activos del plan mensual o trimestral durante un periodo de tiempo de 12 meses. Su impacto directo es la rentabilidad y sostenibilidad de Skilly, al transformar usuarios gratuitos en suscriptores de pago y mantenerlos activos, fomentando la lealtad del cliente y la estabilidad financiera de la plataforma.

Tácticas:

Oferta exclusiva post-sesión: Presentar de manera atractiva los planes de suscripción (mensual o trimestral) al finalizar la sesión gratuita, destacando los beneficios de la continuidad.

Seguimiento personalizado: Mantener una comunicación directa y relevante con el graduado que ha tomado la sesión gratuita, ofreciendo apoyo y resolviendo dudas.

Contenido premium: Promocionar el acceso a recursos adicionales y talleres exclusivos disponibles solo para suscriptores de pago.

Onboarding efectivo: Diseñar un proceso de bienvenida claro y guiado para los nuevos suscriptores, que les permita maximizar rápidamente el uso y valor de su suscripción.

Casos de éxito: Demostrar el impacto de la suscripción a través de testimonios y resultados de otros usuarios de pago que hayan desbloqueado su potencial con Skilly.

Acciones post-tácticas (Para el compromiso y la conversión):

Mensaje del coach (WhatsApp): El coach envía un mensaje personalizado 24 horas después de la sesión gratuita, agradeciendo y reforzando cómo Skilly puede seguir ayudando en el proceso.

Retargeting en redes sociales: Publicidad personalizada dirigida a usuarios que tomaron la sesión gratuita, destacando los beneficios de las suscripciones de pago y posibles ofertas.

Email con próximos pasos: Enviar un correo electrónico detallado con la ruta de desarrollo personalizada, las opciones de planes y los beneficios de continuar su desarrollo con Skilly.

Canales para la retención:

Email marketing: Campañas segmentadas y automatizadas, enviando contenido de valor y ofertas personalizadas.

Plataforma Skilly: Utilización de mensajes y notificaciones *in-app* para recordar sesiones, mostrar progreso y ofrecer recursos.

Asesores (seguimiento individual): Contacto directo por parte del equipo de Skilly para resolver dudas, personalizar la oferta y abordar objeciones.

Seguimiento y métricas clave de retención:

- Tasa de conversión de sesión gratuita a suscriptor de pago
- Tiempo de conversión (desde la sesión gratuita hasta la suscripción)
- Costo de adquisición de cliente (cac) de pago
- Valor de vida del cliente (ltv)
- Tasa de “*churn*” (bajas de suscripción)

2.3. Atributos diferenciadores, posicionamiento y arquitectura de marca

Estos elementos son cruciales para construir una identidad fuerte y memorable en la mente de los graduados.

2.3.1. Atributos diferenciadores clave de Skilly

La ventaja competitiva de Skilly se centre en la intersección de los siguientes factores:

Conocimiento profundo del talento Icesi: A diferencia de plataformas genéricas, Skilly ha sido diseñado entendiendo las particularidades, el perfil académico, las aspiraciones y los desafíos específicos de los graduados de la Universidad Icesi. Esta es una solución "hecha a la medida".

Enfoque personalizado y humano: Skilly no es una plataforma de contenido pasivo. Su corazón reside en el acompañamiento 1 a 1 con coaches expertos, lo que garantiza un proceso adaptado a las necesidades individuales, una retroalimentación directa y una conexión genuina.

Calidad y trayectoria del equipo: El equipo de coaches no solo posee certificaciones relevantes, sino que cuenta con experiencia probada en ámbitos como la psicología

organizacional, la gestión del talento y la docencia universitaria. La participación de profesores de Icesi y profesionales de la industria refuerza la credibilidad y la excelencia del servicio.

Articulación institucional sólida: La conexión directa con el Centro de Talento e Icesi Virtual asegura una oferta coherente, el acceso a recursos internos y una sostenibilidad a largo plazo. No es un esfuerzo aislado, sino una extensión estratégica de los servicios de la Universidad.

Respaldo de la marca universidad Icesi: El prestigio, la reputación de excelencia académica y la orientación al estudiante de la Universidad Icesi transfieren una credibilidad intrínseca a Skilly. Esto genera confianza inmediata en los graduados.

2.3.2 Posicionamiento de marca

Buscamos posicionar a Skilly como: "El servicio de acompañamiento profesional de la Universidad Icesi, confiable, personalizado e inspirador, que empodera a sus graduados para potenciar sus habilidades blandas, mejorar su empleabilidad y alcanzar su máximo potencial de liderazgo y bienestar en el mundo laboral."

Este posicionamiento se pensó desde:

- **Confianza:** Por el respaldo institucional y la calidad de los profesionales.
- **Personalización:** Por el enfoque 1 a 1 y los planes a la medida.
- **Inspiración:** Por la promesa de transformación y éxito.
- **Bienestar:** Integrando el aspecto emocional como parte del desarrollo profesional.

El tono de comunicación será una fusión de profesionalismo (que garantiza la rigurosidad y calidad del acompañamiento) y conexión emocional/cercanía (que invita al graduado a iniciar un camino de autodescubrimiento y crecimiento). Skilly no solo ofrece herramientas, sino una experiencia transformadora alineada con la misión de Icesi de "Llegar más lejos".

2.3.3. Arquitectura de marca

Skilly operará bajo un modelo de cobranding con la Universidad Icesi, el Centro de Talento e Icesi Virtual. Esto significa que, si bien tendrá su propia identidad gráfica y narrativa para mantener la agilidad y el enfoque especializado, siempre estará claramente asociado con el ecosistema de la Universidad.

Identidad visual: Utiliza la tipografía oficial de la Universidad Icesi (Plus Jakarta Sans y Arial) y respetará los lineamientos de su manual de marca para garantizar la coherencia visual. Sin embargo, introducirá una paleta de colores complementaria, más cálida y dinámica, y un lenguaje visual con fotografías reales de personas diversas en entornos

laborales y de crecimiento, alejándose de imágenes genéricas. Esto busca proyectar una imagen fresca, inclusiva y centrada en el ser humano.

Integración narrativa: Los mensajes de Skilly se tejerán con la narrativa institucional de Icesi, reforzando cómo el acompañamiento va más allá de la formación académica, apoyando el desarrollo integral de los graduados a lo largo de su trayectoria profesional.

2.3.4. Eslogan y representación visual (Key visual)

Eslogan: "Skilly, tu aliado para el éxito profesional."

Propósito: Este eslogan es conciso, memorable y directo. La palabra "aliado" transmite soporte, acompañamiento y una relación de confianza mutua. "Éxito profesional" es la promesa clara y el objetivo final del graduado. Conjuntamente, comunica que Skilly es un compañero estratégico, no solo un proveedor de servicios, que facilita el camino para que los graduados se destaquen y avancen con confianza en sus carreras.

Identidad visual y key visual: El logo de Skilly se construyó sobre la base de la tipografía Plus Jakarta Sans, incorporando elementos gráficos sutiles que evoquen crecimiento o conexión. La paleta de colores corporativos de Icesi se verá enriquecida con tonos vibrantes que transmitan energía y profesionalismo.

Key visual: La plataforma está compuesta desde una intención de mostrar múltiples rostros diversos de graduados, proyectando confianza, profesionalismo y crecimiento. Este *key visual* se aplicará de forma consistente en la *landing page*, redes sociales, campañas de *mailing* y todas las piezas comunicativas de Skilly, generando un impacto visual fuerte y un mensaje claro.

3. Análisis del ecosistema digital

La estrategia digital de Skilly es fundamental para alcanzar al público objetivo y proporcionar una experiencia fluida y relevante. Se ha diseñado considerando las tendencias actuales y las preferencias de conectividad de los jóvenes profesionales.

3.1. Tendencias digitales

Skilly se construye sobre la base de las tendencias digitales que están redefiniendo el desarrollo profesional y la interacción educativa:

Educación y desarrollo personalizado: La demanda de experiencias de aprendizaje adaptadas a las necesidades individuales es creciente. Skilly, con su enfoque de coaching 1 a 1 y diagnósticos iniciales, capitaliza esta tendencia.

Microlearning y formación modular: Los profesionales de hoy buscan contenidos concisos y accionables. Si bien el coaching es profundo, futuras integraciones de cursos cortos y modulares se alinearán con esta preferencia.

Plataformas digitales de desarrollo profesional: La facilidad de acceso a rutas de aprendizaje claras, sesiones de coaching y seguimiento del progreso a través de interfaces intuitivas es una expectativa estándar. Ejemplos como BetterUp, Career.io y CoachHub (plataformas internacionales reconocidas por su modelo) validan este modelo.

Redes de apoyo y comunidad: La necesidad de sentirse parte de una comunidad, compartir experiencias y recibir apoyo entre pares es crucial. La futura comunidad Skilly responderá a esto.

Integración de herramientas automatizadas: El uso de cuestionarios de perfil y sistemas de agendamiento online optimiza la experiencia del usuario y permite una personalización temprana. Skilly no solo adopta estas tendencias, sino que busca ser una iniciativa pionera dentro del ecosistema de la Universidad Icesi, elevando los estándares de calidad en el acompañamiento digital.

3.2. Boceto gráfico y medios digitales

La estrategia digital de Skilly se centrará en la experiencia del usuario (UX), asegurando que la navegación sea intuitiva y la interacción efectiva, replicando la personalización que ofrece el servicio.

3.2.1. Medios digitales principales:

Landing page oficial de Skilly (Punto de contacto central): Este será el punto de entrada principal para todos los graduados interesados.

- **Funcionalidades:** Presentación de los pilares del servicio, explicación del valor del coaching, sección para realizar el test de diagnóstico inicial, formulario de registro de usuario, sistema de agendamiento de la sesión gratuita, información sobre planes de pago, sección de testimonios y preguntas frecuentes.
- **Diseño:** Limpio, moderno y centrado en la acción. Botones de llamado a la acción destacados ("Realiza tu test", "Agenda tu sesión gratuita", "Empieza tu transformación").

Correo Institucional y campañas de mailing:

- **Uso estratégico:** Comunicación segmentada con la base de datos de graduados de Icesi.
- **Contenido:** Invitaciones personalizadas a la plataforma, seguimiento post-test, recordatorios de sesiones agendadas, novedades sobre Skilly, contenido de valor (ej. artículos cortos sobre habilidades blandas).
- **Tono:** Profesional, cercano y relevante, reforzando el sentido de pertenencia a la comunidad Icesi.

WhatsApp:

- **Rol:** Canal de comunicación directa para confirmación de agendamiento de sesiones, recordatorios, resolución de dudas rápidas y, eventualmente, soporte personalizado.
- **Ventaja:** Permite una interacción instantánea y un seguimiento más personal durante el proceso de decisión y fidelización.

Redes sociales institucionales (Instagram, LinkedIn y TikTok):

- **Rol:** Skilly se integrará orgánicamente como una sección destacada dentro de las cuentas oficiales de Icesi, Centro de Talento y Oficina de Graduados, realizando colaboraciones para maximizar el alcance.
- **Contenido:** Testimonios reales (videos cortos o imágenes con citas impactantes de graduados que han mejorado sus habilidades o su trayectoria gracias al acompañamiento), tips rápidos de habilidades blandas (cápsulas de conocimiento accionable), preguntas interactivas y encuestas (para fomentar la participación y el autoconocimiento), y llamados a la acción (dirigiendo el tráfico directamente a la *landing page* de Skilly para realizar el test o agendar una sesión).
- **Diseño:** Siguiendo los lineamientos de marca de Icesi, pero con un toque fresco y visualmente atractivo que destaque la diversidad y el dinamismo del talento.

3.2.2. Boceto gráfico (Conceptualización de la Experiencia)

El boceto gráfico, que se materializó en herramientas como Figma, se centró en la facilidad de uso y la estética profesional.

- **Diseño limpio y moderno:** Interfaz intuitiva, con amplio uso de espacios en blanco para una lectura cómoda.
- **Jerarquía visual clara:** Los elementos más importantes (CTAs, información clave del servicio) serán prominentes.

- **Visuales de impacto:** Las fotografías de personas reales y diversas (graduados Icesi en ambientes profesionales, coaches en acción) serán centrales para generar conexión y credibilidad.
- **Experiencia del test dinámica:** El test inicial interactivo, con un diseño atractivo que haga la experiencia de autoconocimiento amena y no aburrida. Los resultados se presentarán de forma visual (ej. "semáforos" de colores para habilidades).
- **Perfiles de coaches:** Perfiles detallados con foto, biografía, especialidades y testimonios breves.
- **Calendario de agendamiento:** Herramienta fácil de usar para ver la disponibilidad de los coaches y reservar sesiones.

3.2.3. Tono de Comunicación Digital

El tono de comunicación digital será un reflejo de la marca Skilly:

- **Profesional:** Que transmita la seriedad y el rigor del acompañamiento.
- **Inspirador y motivador:** Que invite al graduado a creer en su potencial y a tomar acción.
- **Cercano y empático:** Un lenguaje que entienda las preocupaciones y aspiraciones del graduado, generando un puente de confianza.
- **Transparente y directo:** La propuesta de valor y los beneficios serán claros y sin ambigüedades.

Tabla de Referencia: Plan de Marketing por Etapas (Integración del Journey Map)

Etapa del Journey del Graduado	Acción del Graduado (Comportamiento)	Puntos de Contacto Skilly	Objetivo de Marketing en la Etapa	Conceptos Especiales para Promoción / Venta	Métricas Clave
1. Descubrimiento	Escucha/Observe sobre Skilly por redes sociales, eventos, mailing.	Instagram, LinkedIn, Facebook, Mailing Institucional, Feria Laboral Icesi, Eventos de Graduados.	Llamar la atención de graduados sobre la importancia de las habilidades blandas y la existencia de Skilly.	Contenido de valor (tips de habilidades), Testimonios cortos, Frases motivadoras, CTA: "Descubre	Impresiones, Alcance, Clics en enlaces, Tasa de apertura de mails, Asistencia a eventos.

				tu potencial".	
2. Interés	Hace clic en un anuncio/enlace y entra a la <i>Landing Page</i> para explorar el test.	<i>Landing Page</i> de Skilly (Home y Test).	Generar curiosidad y el deseo de autoconocimiento a través del test de diagnóstico.	"Conócete Mejor", "Descubre tus habilidades", "Tu camino empieza aquí", Diseño UX atractivo del test.	Visitas a la <i>Landing Page</i> , Tasa de rebote, Clics en "Iniciar Test", Tiempo en página.
3. Evaluación	Recibe diagnóstico de habilidades y se le ofrece una sesión gratuita personalizada.	Email (con resultados del test), WhatsApp (mensaje personalizado).	Validar la utilidad del servicio personalizado y generar confianza en la propuesta de valor.	Diagnóstico claro y accionable, Oferta de "Sesión Gratuita de Exploración", Mensajes empáticos.	Tasa de apertura de mails de diagnóstico, Tasa de clics en "Agendar Sesión Gratuita".
4. Decisión	Agenda la sesión gratuita con un coach.	Calendario integrado en la <i>Landing Page</i> , Recordatorios (Email/WhatsApp).	Reducir la fricción en el agendamiento y asegurar la asistencia a la sesión de prueba.	Facilitar el proceso de agendamiento, Beneficios claros de la sesión gratuita, Recordatorios amigables.	Número de sesiones gratuitas agendadas, Tasa de asistencia a sesiones gratuitas.
5. Conversión	Participa en la sesión gratuita y decide comprar un plan mensual o trimestral.	Sesión de Coaching (Coach), Plataforma de Pago Digital, Seguimiento por el equipo Skilly.	Activar al usuario y transformarlo en cliente recurrente a través de la experiencia inicial y la propuesta de valor del plan.	"Plan de Desarrollo Personalizado", "Inversión en tu futuro", Flexibilidad de planes, Oferta de valor del coach.	Tasa de conversión (sesión gratuita a plan pago), Ingresos por suscripción, Número de planes vendidos (mensuales).

					s vs. trimestrales).
6. Fidelización	Recibe mensajes de seguimiento, participa en la comunidad, explora otros cursos.	WhatsApp (comunidad), Email (newsletters), Próximos Cursos/Taller, Plataforma de Recursos.	Retener al cliente, fomentar la recomendación y el crecimiento a través de la oferta complementaria.	"Tu crecimiento continúa", "Comunidad Skilly", "Beneficios exclusivos para miembros", Contenido de valor continuo.	Tasa de retención de clientes, Número de referidos, Participación en la comunidad, Tasa de inscripción a nuevos cu

4. Conclusiones

El desarrollo del proyecto *Skilly* permitió evidenciar la existencia de una necesidad entre los graduados de la Universidad Icesi, la carencia de habilidades blandas desarrolladas de manera intencional y profunda, así como la preparación emocional para enfrentar los desafíos del entorno laboral. A pesar de contar con una formación técnica sólida, los datos recopilados a través de encuestas, observación directa y análisis institucional, revelaron que los graduados experimentan altos niveles de inseguridad, temor al cambio, y dudas sobre su capacidad para adaptarse, comunicar, liderar o tomar decisiones bajo presión.

Frente a esta realidad, *Skilly* se plantea como una solución innovadora, estratégica y con fuerte respaldo institucional, que articula la experiencia del Centro de Talento, área encargada de acompañar la transición laboral del talento Icesi y el conocimiento técnico-pedagógico del equipo de Icesi Virtual. Esta alianza fortalece la pertinencia del proyecto al combinar la comprensión profunda del entorno organizacional con la experiencia en el diseño y ejecución de soluciones de aprendizaje virtuales de alta calidad.

La propuesta de valor de *Skilly* se centra en un modelo de acompañamiento personalizado a través de sesiones de coaching en habilidades blandas, complementado con cursos virtuales interactivos y asesoría psicoemocional y de carrera. Esta oferta responde de forma directa a las necesidades expresadas por los graduados e incorpora buenas prácticas identificadas en el benchmarking de plataformas internacionales, adaptándolas a la realidad local, con precios accesibles, un enfoque humano, y el respaldo de la marca Universidad Icesi.

Desde el análisis de la competencia se concluye que, aunque existen soluciones globales como BetterUp o CoachHub, estas están orientadas a grandes empresas bajo modelos B2B, con costos elevados y sin adaptación al contexto de jóvenes profesionales en etapa de transición. A nivel institucional, la asesoría de carrera actual ofrecida por el Centro de Talento resulta valiosa, pero limitada en alcance y profundidad. *Skilly* viene a complementar y fortalecer esta oferta, brindando continuidad y mayor personalización.

En términos de marketing, la estrategia formulada logra conectar emocionalmente con el graduado, a partir de un journey que va desde el autoconocimiento (test inicial), pasando por una sesión gratuita, hasta la suscripción voluntaria a planes mensuales o trimestrales. Se estructura un ecosistema digital coherente, compuesto por una landing page interactiva, comunicación automatizada, contenidos de valor y presencia en redes institucionales, lo que garantiza accesibilidad, escalabilidad y sostenibilidad.

Financieramente, el modelo proyecta un crecimiento sostenible, partiendo de una base inicial de 100 suscriptores en el primer año y alcanzando progresivamente nuevas cohortes de graduados. El uso eficiente de recursos compartidos con la universidad (coaches internos, infraestructura tecnológica, marca institucional) optimiza los costos operativos y permite mantener precios asequibles para el usuario.

Skilly es una propuesta viable, relevante y diferenciadora, que responde a las tendencias actuales del mundo del trabajo y a las demandas específicas de los graduados Icesi. Su implementación fortalece la misión institucional de acompañar integralmente al estudiante y egresado, promueve su bienestar emocional y crecimiento profesional, y posiciona a la Universidad Icesi como referente en innovación educativa para la empleabilidad.

5. Referencias

- BetterUp. (2023). *The Whole Person Leader: How Leaders Drive Business Outcomes and Well-Being*. Recuperado de <https://www.betterup.com/blog/insights-report-inclusive-leadership>.
- MailerLite. (2025). *2025 Email Marketing Benchmarks & Stats: See How You Rank*. Recuperado de <https://www.mailerlite.com/blog/compare-your-email-performance-metrics-industry-benchmarks>.
- National Association of Colleges and Employers (NACE). (2024). *Job Outlook 2024*. Recuperado de <https://www.naceweb.org/job-outlook/> (Revisa la página de NACE para la URL exacta del informe completo o un resumen si el informe completo es de pago).
- Vaden, B. (s.f.). *Coaching*. Stanford University. <https://vaden.stanford.edu/well-being/coaching>.
- World Economic Forum. (2025). *Future of Jobs Report 2025*. https://reports.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_Report_2025.pdf.
- LinkedIn Learning. (2025). *Ruta de aprendizaje de habilidades profesionales blandas*. Recuperado de <https://www.linkedin.com/learning/paths/ruta-de-aprendizaje-de-habilidades-profesionales-blandas>
- Universidad de los Andes - Educación Continua. (s. f.). *Bienestar y desarrollo personal*. Recuperado de <https://educacioncontinua.uniandes.edu.co/es/programas/bienestar-y-desarrollo-personal>
- Universidad de La Sabana. (s. f.). *Programa de Formación de Profesionales del INALDE Business School*. Portal de Noticias. Recuperado de <https://www.unisabana.edu.co/portaldenoticias/paso-en-la-sabana/programa-de-formacion-de-profesionales-del-inalde-business-school/#:~:text=El%20PFP%20ayuda%20al%20participante,Digital%2C%20de%20INALDE%20Business%20School>
- BetterUp. (s. f.). *Learn*. Recuperado de <https://www.betterup.com/for-individuals/learn>
- CoachHub. (s. f.). *Plataforma de coaching*. Recuperado de <https://www.coachhub.com/es/coaching-platform/>
- Universidad de La Sabana. (s. f.). *UniSabana eLearning*. Recuperado de <https://www.unisabana.edu.co/programas/unidades-academicas/unisabana-elearning>
- University of Melbourne. (2025). *Counselling and Psychological Services de 2025*, de <https://services.unimelb.edu.au/counsel>
- University of Melbourne. (s. f.). *Desarrollo profesional*. Recuperado de https://study-unimelb-edu-au.translate.google.com/study-with-us/professional-development?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=sge
- Stanford University - Vaden Health. (s. f.). *Coaching*. recuperado de <https://vaden.stanford.edu/well-being/coaching>
- World Economic Forum. (2025, enero). *Future of Jobs Report 2025: Jobs of the future and the skills you need to get them*. Recuperado de <https://www.weforum.org/stories/2025/01/future-of-jobs-report-2025-jobs-of-the-future-and-the-skills-you-need-to-get-them/>

- Portafolio. (2018). *El tiempo que una persona necesita para encontrar empleo*. Recuperado de <https://www.portafolio.co/economia/empleo/el-tiempo-que-una-persona-necesita-para-encontrar-empleo-518449>
- Banco de la República de Colombia. (2025, abril). *Informe de política monetaria: abril 2025*. Recuperado de <https://www.banrep.gov.co/es/publicaciones-investigaciones/informe-politica-monetaria/abril-2025>.

Anexos

Prototipo plataforma en Figma:

[Centro de Talento | Icesi - !\[\]\(61f857d186383e36e862eb041761959b_img.jpg\) | Page Icesi | Correcciones](#)