



CareerBoost Solutions

Trabajo de Grado

Laura Valentina Niño Fuentes

Silvia Manuela Fonseca Barrera

Manuella Acevedo Medina

Bogotá, D.C, Colombia

2025



CareerBoost Solutions

Trabajo de Grado

Laura Valentina Niño Fuentes (Administración de Negocios Internacionales)

Silvia Manuela Fonseca Barrera (Administración de Negocios Internacionales)

Manuella Acevedo Medina (Administración de Negocios Internacionales)

Rodrigo Federico Barbagelata García

Bogotá, D.C, Colombia

2025

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el documento de título “CareerBoost Solutions”, en la opción de grado de PADE 2 y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este trabajo no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

Laura Valentina Niño Fuentes

Manuella Acevedo Medina

Silvia Manuela Fonseca Barrera

Declaración de exoneración de responsabilidad

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Laura Valentina Niño Fuentes

Manuella Acevedo Medina

Silvia Manuela Fonseca Barrera

Tabla de contenido

Glosario.....	9
Resumen.....	11
Palabras Clave.....	11
Abstract.....	12
Key Words.....	12
1. Introducción	13
2. Objetivos	15
2.1. Objetivo General.....	15
2.2. Objetivos Específicos.....	15
3. Presentación de la Empresa y Producto	16
3.1. Concepto de Producto/Servicio.....	17
3.1.1. Descripción del Servicio:	17
3.1.2. Servicios Principales:	18
4. Análisis del Entorno.....	19
4.1. Análisis de la Competencia	24
4.2. Análisis DOFA	32
4.3. Lean Canvas.....	37
5. Presentación y Análisis del Público Objetivo	42

5.1. Segmentación del Público Objetivo.....	42
5.1.1. <i>Análisis Psicográfico</i>	43
5.1.2. <i>Análisis Demográfico</i>	44
5.2. Perfil Emocional y Estratégico del Consumidor.....	45
5.3. Cuantificación del Público Objetivo.....	62
6. Análisis Estratégico del Recorrido del Cliente: Customer Journey Map	66
7. Estrategias de Marketing Digital	76
7.1. Estrategias de Awareness	76
7.2. Estrategias de Consideración	78
7.3. Estrategias de Conversión.....	79
7.4. Estrategias de Fidelización	83
7.5. Estrategias de Advocacy	84
8. Conclusiones.....	85
9. Referencias.....	88

Lista de figuras

Figura 1. Análisis de la competencia	26
Figura 2. Auditoria Web	28
Figura 3. Análisis DOFA	32
Figura 4. Lean Canvas	38
Figura 5. Buyer Persona Carlos Pérez	47
Figura 6. Mapa de Empatía Carlos Pérez	48
Figura 7. Buyer Persona María González.....	49
Figura 8. Mapa de Empatía María González	50
Figura 9. Buyer Persona Diego Martínez	51
Figura 10. Mapa de Empatía Diego Martínez.....	52
Figura 11. Buyer Persona Paula Serrano	53
Figura 12. Mapa de Empatía Paula Serrano	54
Figura 13. Buyer Persona Sofía Gómez.....	55
Figura 14. Mapa de Empatía Sofía Gómez.....	56
Figura 15. Buyer Persona Empresa 1.....	58
Figura 16. Buyer Persona Empresa 2.....	60
Figura 17. Gráfico de Barras Análisis TAM, SAM, SOM.....	63
Figura 18. Gráfico TSS.....	65
Figura 19. Análisis 1 CJM - Jóvenes	67
Figura 20. Análisis 2 CJM - Jóvenes	68
Figura 21. Análisis 3 CJM - Jóvenes	70
Figura 22. Análisis 4 CJM - Empresas	71

Figura 23. Análisis 5 CJM - Empresas	73
Figura 24. Análisis 6 CJM - Empresas	75
Figura 25. Landing Page	81

Glosario

Atributo ATL: Es un atributo HTML, para un texto que describe una imagen. El atributo ALT se coloca directamente en la etiqueta de la imagen. (Ryte, 2021)

Backlinks: Hipervínculos entrantes de una página web a otro sitio web. (AgencyAnalytics Inc, 2025)

Buyer Persona: Representación ficticia del público objetivo de una empresa mediante la que podemos conocer con detalle a su audiencia para crear estrategias de marketing lo más orientadas posible a partir de sus necesidades. (Molina, 2021)

Chatbot: Programa informático que simula la conversación humana con un usuario final. (IBM, s/f)

Embudo de conversión: Modelo estratégico que representa las etapas que atraviesa un usuario desde que conoce una marca hasta que realiza una acción deseada. (Kirsch, 2025)

Gamificación: Estrategia que consiste en aplicar mecánicas de juego en entornos no lúdicos como la educación, el marketing o los recursos humanos con el objetivo de fomentar la motivación, el compromiso y el aprendizaje significativo. (Iberdrola, 2025)

Inteligencia Artificial Generativa: Rama de la inteligencia artificial que utiliza algoritmos, especialmente modelos de aprendizaje profundo, para generar contenido original. (Amazon Web Services, 2024)

Landing Page: Página web con un diseño enfocado en lograr un objetivo concreto, como captar registros o generar conversiones. (Blanco, 2023)

Networking: Práctica desarrollada por profesionales, independientemente de que trabajen por cuenta propia o ajena, que busca crear y aumentar una red de contactos. (Banco Santander S.A., 2022)

SEO: Search Engine Optimization (Optimización para motores de búsqueda). Se trata del conjunto de estrategias y técnicas de optimización que se hacen en una página web. (Mousinho, 2020)

Tráfico Web: Cantidad de usuarios que visitan tu sitio web. (Facchin, 2025)

Resumen

CareerBoost Solutions surge como una alternativa para enfrentar las barreras de empleabilidad que afectan a los jóvenes colombianos, en un contexto donde el desempleo juvenil alcanzó el 17,4 % en el último año (DANE, 2025a). Esta plataforma digital integra formación especializada, mentorías personalizadas y conexión con empresas e instituciones educativas. El proyecto se basa en un análisis socioeconómico, de competencia y público objetivo, mediante herramientas cualitativas y cuantitativas. A través de los modelos TAM, SAM y SOM se estimó una población meta de 3,5 millones de jóvenes, con un alcance inicial de 100.000 usuarios.

A partir de estos hallazgos, se diseñó un plan de marketing digital estructurado en cinco fases del embudo de conversión: awareness, consideración, conversión, fidelización y advocacy. Cada etapa incluye acciones e indicadores adaptados a perfiles definidos mediante buyer persona. Los resultados evidencian alto interés por soluciones prácticas y accesibles. Se concluye que CareerBoost Solutions presenta condiciones favorables para escalar y consolidarse como referente en empleabilidad juvenil en Colombia.

Palabras Clave

Empleabilidad juvenil, formación profesional, plataformas digitales, mercado laboral, posicionamiento, desempleo juvenil, transición educativa.

Abstract

CareerBoost Solutions emerges as an alternative to address the employability barriers faced by young Colombians, in a context where youth unemployment reached 17.4% in the last year (DANE, 2025a). This digital platform integrates specialized training, personalized mentoring, and connections with companies and educational institutions. The project is based on a socioeconomic, competitive, and target audience analysis, using qualitative and quantitative tools. Through the TAM, SAM, and SOM models, a target population of 3.5 million young people was estimated, with an initial reach of 100,000 users.

Based on these findings, a digital marketing plan was designed, structured around the five stages of the conversion funnel: awareness, consideration, conversion, loyalty, and advocacy. Each stage includes actions and indicators tailored to profiles defined through buyer personas. The results show strong interest in practical and accessible training solutions. It is concluded that CareerBoost Solutions has favorable conditions to scale and establish itself as a benchmark in youth employability in Colombia.

Key Words

Youth employment, labor market, digital platform, professional development, higher education, unemployment, career transition.

1. Introducción

Acceder al mercado laboral se ha convertido en un desafío considerable para muchos jóvenes en Colombia. Uno de los principales obstáculos es que, a la hora de buscar empleo, se exige experiencia previa, algo que la mayoría de recién graduados no tiene. Esta barrera se refleja en cifras preocupantes: según el DANE (2025a), la tasa de desempleo juvenil en el país alcanzó el 17,4% en el último año. Sin embargo, este no es un problema exclusivo del contexto colombiano. La OIT (2025) estima que en América Latina y el Caribe, el desempleo juvenil ronda el 18,1%, lo que evidencia una problemática estructural a nivel regional que exige soluciones nuevas, prácticas y accesibles.

Uno de los factores que más incide en esta situación es la desconexión entre lo que enseñan las universidades y lo que realmente necesitan las empresas. En un mundo donde la automatización y la digitalización están cambiando la forma en que trabajamos, el Foro Económico Mundial (2023) señala que la mitad de los empleados necesitarán capacitarse de nuevo para el 2025. Esto pone sobre la mesa la urgencia de ofrecer a los jóvenes espacios de formación que les permitan adquirir tanto habilidades digitales como competencias blandas, dos aspectos cada vez más valorados por los empleadores.

En respuesta a este panorama, nace CareerBoost Solutions, una iniciativa pensada para cerrar la brecha entre la formación académica y el mundo laboral. Su propuesta combina formación especializada, experiencias prácticas de aprendizaje y el acompañamiento de mentores

con experiencia, todo con el objetivo de mejorar las posibilidades de empleabilidad de los jóvenes.

Actualmente, CareerBoost Solutions se encuentra en un momento clave de evolución. Está comenzando a integrar herramientas digitales en su modelo de negocio, lo cual le permitirá llegar a más jóvenes y generar un impacto más profundo. Estas plataformas digitales no solo ayudan a conectar mejor a los jóvenes con las empresas, sino que también permiten procesos de selección más justos y abiertos. Además, la incorporación de inteligencia artificial y análisis de datos posibilita una experiencia más personalizada para cada usuario, ayudándolos a identificar sus fortalezas, trabajar en sus debilidades y avanzar en su camino profesional (Deloitte S-Latam, 2024).

Este trabajo presenta el plan estratégico de marketing digital que guiará el crecimiento de CareerBoost Solutions en el entorno digital. A partir de un análisis del contexto actual, la identificación de oportunidades en el mercado y el diseño de estrategias innovadoras se busca atraer a más usuarios, generar alianzas con empresas y universidades, y reforzar la presencia digital de la marca. El propósito es posicionar a CareerBoost Solutions como un referente en preparación laboral para jóvenes en Colombia y la región.

En definitiva, la transformación digital se presenta como una herramienta poderosa para enfrentar el desempleo juvenil. Al combinar tecnología con formación pertinente, CareerBoost Solutions se perfila como una solución sólida frente a los retos del mercado laboral. Este

documento traza la ruta para su consolidación y expansión, con la mirada puesta en generar un impacto real y duradero en la vida profesional de los jóvenes.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Posicionar a Career Boost Solutions como la plataforma líder en empleabilidad juvenil en Colombia, consolidando su presencia en el entorno digital y fortaleciendo su rol como puente entre jóvenes, empresas y universidades. Para ello, se implementarán estrategias innovadoras de marketing digital enfocadas en la optimización de la visibilidad, el engagement y la conversión de usuarios, garantizando así un impacto significativo en la empleabilidad juvenil.

2.2. Objetivos Específicos

1. Alcanzar al menos 5.000 visitas mensuales en el sitio web de CareerBoost Solutions durante los primeros seis meses de operación, mediante estrategias de SEO, contenido en redes sociales y campañas pagas en plataformas como Instagram, LinkedIn y TikTok. Esto permitirá ampliar el alcance de la marca y generar reconocimiento dentro del ecosistema de empleabilidad juvenil.

2. Lograr 1.000 registros de usuarios en la plataforma en los primeros seis meses, mediante la optimización de la experiencia del usuario, la personalización del contenido y estrategias de engagement digital como correos automatizados, landing pages atractivas y segmentación por intereses.

3. Establecer al menos 10 alianzas estratégicas en el primer año con universidades, empresas y organizaciones enfocadas en la empleabilidad juvenil. Estas alianzas permitirán ofrecer a los jóvenes acceso a oportunidades laborales, pasantías y programas de formación especializada.

4. Desarrollar un ecosistema de networking profesional que conecte a jóvenes con expertos de la industria, reclutadores y potenciales empleadores. Esto se logrará mediante mentorías personalizadas, webinars, foros de empleabilidad y una comunidad digital activa.

5. Incrementar progresivamente el engagement en redes sociales, el tráfico web, la tasa de conversión y la retención de usuarios, consolidando la presencia digital de CareerBoost y fortaleciendo su capacidad de atracción y fidelización de talento joven.

3. Presentación de la Empresa y Producto

En el panorama actual, cada vez más competitivo y cambiante, a muchos jóvenes les resulta difícil dar el paso de la educación formal al mundo laboral. De hecho, el Banco Interamericano de Desarrollo (2024) estima que más del 40% de los jóvenes en América Latina tienen dificultades para conseguir su primer empleo, principalmente por no contar con

experiencia previa y porque su formación académica no siempre responde a lo que las empresas realmente necesitan.

Frente a este desafío, Career Boost surge como una propuesta que entiende a fondo la dinámica del mercado laboral y sus exigencias. Su enfoque se basa en formar y acompañar a jóvenes que están dando sus primeros pasos profesionales, conectándolos con empresas aliadas a través de consultores especializados que reclutan talento joven de manera constante. Gracias a sus alianzas con distintas universidades y organizaciones, Career Boost combina metodologías prácticas con mentorías personalizadas, funcionando como un puente entre los estudiantes y el mundo empresarial. Así, busca ofrecer herramientas innovadoras y efectivas para enfrentar las altas tasas de desempleo juvenil y facilitar una transición más fluida hacia el mundo del trabajo.

3.1. Concepto de Producto/Servicio

3.1.1. Descripción del Servicio:

Nuestra consultora proporcionará una variedad de servicios encaminados a reducir la brecha de experiencia en el trabajo y potenciar la formación de jóvenes y recién graduados que están a punto de ingresar al mercado laboral. Nos enfocamos en vincular a estos jóvenes con empresas que buscan talento emergente, a través de programas especializados que combinan formación, experiencia práctica y desarrollo de habilidades.

3.1.2. Servicios Principales:

- **Mentorías personalizadas:** Profesionales con amplia experiencia orientarán a los jóvenes en el fortalecimiento de sus habilidades, proporcionándoles asesoramiento práctico y ayudándolos a enfrentar los retos del mundo laboral.
- **Programas formativos especializados:** Desarrollaremos programas alineados con las exigencias del mercado, abordando tanto habilidades técnicas (como tecnología, finanzas y marketing) como competencias interpersonales (comunicación, liderazgo, trabajo en equipo), fundamentales para el crecimiento profesional.
- **Voluntariados y proyectos colaborativos (presenciales y virtuales):** Ofreceremos oportunidades para que los jóvenes participen en iniciativas sociales y corporativas a través de voluntariados y retos empresariales, permitiéndoles adquirir experiencia real mientras contribuyen al desarrollo de sus comunidades.
- **Programas de verano para solución de retos empresariales:** Implementaremos experiencias inmersivas en las que los jóvenes trabajarán en la resolución de problemas reales planteados por diversas compañías, aplicando sus conocimientos en escenarios prácticos y aumentando su exposición ante potenciales empleadores.
- **Programas de desarrollo para recién graduados:** Nos dirigimos a aquellos graduados que aún no han logrado ingresar al mercado laboral debido a la falta de experiencia, ofreciéndoles programas diseñados para brindarles oportunidades de aprendizaje práctico que los fortalezcan en los procesos de selección.
- **Creación de portafolios digitales:** Permitiremos que los jóvenes recopilen y muestren sus logros, competencias y certificaciones en un espacio digital personalizado,

facilitando su visibilidad ante reclutadores y aumentando sus oportunidades de acceso al empleo.

- Sistema de match digital basado en IA: Desarrollaremos un sistema con inteligencia artificial que optimizará la vinculación entre jóvenes y empresas, además de la asignación de oportunidades en voluntariados, retos empresariales y programas de crecimiento profesional, potenciando el valor de cada experiencia.

4. Análisis del Entorno

Según el boletín técnico de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) del DANE, correspondiente al trimestre de octubre a diciembre del 2024, la tasa de desocupación (TD) de la población joven (15 a 28 años) en Colombia se ubicó en 17,4% en el período de enero a diciembre de 2024, registrando un aumento en comparación al mismo periodo del año anterior (DANE, 2025a). Esto es un reflejo de los desafíos que enfrentan los jóvenes para acceder al mercado laboral, ya que deben desenvolverse en un entorno caracterizado por la inestabilidad, sumado a la falta de experiencia y capacitación (Acevedo et al.,2008).

Además de la alta tasa de desempleo juvenil, existe un segmento de jóvenes, conocidos como ‘ninis’, quienes, aunque activamente buscan trabajo, no logran encontrarlo debido a la falta de oportunidades o la incompatibilidad entre sus habilidades y las demandas del mercado. Este grupo incluye recién graduados que enfrentan desafíos como la falta de experiencia laboral (Cheyne et al., 2024).

Los jóvenes no solo se enfrentan a la dificultad intrínseca de conseguir trabajo, sino que a menudo son excluidos de los procesos de selección por no cumplir con requisitos como experiencia o habilidades demandadas por el sector empresarial. Además, carecen de herramientas y espacios adecuados para capacitarse y mejorar sus posibilidades de inserción laboral. En respuesta a estas problemáticas, CareerBoost surge como una solución para cerrar la brecha entre la educación y el mercado laboral de los jóvenes en un entorno cada vez más competitivo.

Luz Magdalena Salas explica que “la tasa de desempleo juvenil se mantiene alta, alrededor del 20 %, muy por encima del promedio nacional. Esto refleja una desconexión estructural entre lo que el mercado demanda y las capacidades con las que llegan los jóvenes”. Además, señala que las empresas suelen exigir experiencia previa, lo que complica aún más la inserción de los recién egresados (Universidad de los Andes Colombia, 2024).

De acuerdo con ella, los dos principales factores del desempleo juvenil son: la falta de experiencia laboral de los jóvenes y el desajuste o desbalance entre formación y demanda laboral, las habilidades demandadas por el mercado (digitalización, análisis de datos, habilidades blandas) no están suficientemente integradas en los programas educativos tradicionales (Universidad de los Andes Colombia, 2024).

A nivel global, el desempleo juvenil sigue siendo una de las principales preocupaciones económicas y sociales. Según la Organización Internacional del Trabajo (2025), la tasa de

desempleo juvenil en América Latina y el Caribe se mantiene en niveles elevados, con un 18,1%, lo que indica que los jóvenes siguen siendo uno de los grupos más afectados por la falta de oportunidades laborales. Este fenómeno se debe en parte a la desconexión entre la formación académica y las habilidades demandadas en el mercado laboral, lo que pone en evidencia la necesidad de estrategias que faciliten la transición de la educación al empleo.

Por otro lado, el Foro Económico Mundial (2023) destaca que el 50% de todos los empleados necesitarán volver a capacitarse para 2025 debido a la automatización y digitalización del trabajo. Las habilidades más demandadas en la próxima década incluyen pensamiento crítico, resolución de problemas y habilidades digitales avanzadas, lo que resalta la importancia de programas de formación continua para los jóvenes. En este contexto, CareerBoost Solutions se posiciona como una alternativa innovadora al ofrecer capacitación en habilidades técnicas y blandas esenciales para el futuro del trabajo.

Oportunidades:

- Auge del consumo digital y el e-learning:

A partir del informe *Colombia: Consumer Profile* (Euromonitor, 2025), identificamos una gran oportunidad en la población joven del país. Según el estudio, esta población es actualmente predominante, siendo la Generación Z el grupo más influyente y la Generación Alfa adquiriendo importancia. Este cambio demográfico ha impulsado el consumo de productos y servicios digitales y del comercio electrónico, sectores con un alto potencial de crecimiento en Colombia.

En este contexto, CareerBoost puede aprovechar el auge del interés por las soluciones digitales para facilitar la transición de los jóvenes al mercado laboral. La creciente preferencia por el aprendizaje en línea, debido a su flexibilidad y accesibilidad, respalda la relevancia de un modelo basado en tecnología, brindando a los usuarios acceso a herramientas que potencien su empleabilidad y desarrollo profesional de manera efectiva.

- Inteligencia artificial y personalización de la experiencia:

De acuerdo con el informe *Top Five Digital Consumer Trends in 2024 (Euromonitor, 2024)* una de las tendencias es el 'Intuitive E- Commerce', que destaca cómo el creciente uso de canales digitales por parte de los consumidores está impulsando a las empresas a optimizar la experiencia en línea. Esto es posible gracias a la evolución en las estrategias de recopilación de datos y el desarrollo de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial generativa, las cuales están redefiniendo la manera en que los usuarios interactúan con las plataformas digitales.

Este panorama sería otra oportunidad para la empresa, ya que podría permitirle incorporar herramientas innovadoras para mejorar la experiencia de los jóvenes. Por un lado, la introducción de tecnologías basadas en IA facilita una personalización más eficiente del contenido, un mejor enfoque de los jóvenes y la recomendación de oportunidades laborales y de formación según el perfil de cada usuario. De manera similar, el uso de analítica avanzada podría abrir la puerta a una mejor comprensión del comportamiento de los usuarios, lo que permitiría mejorar continuamente la plataforma para adaptarse a sus necesidades. Finalmente, la empresa

también podría implementar interfaces más interactivas para mejorar la accesibilidad y la atraktividad de los nuestros servicios.

Para CareerBoost, esto representa una oportunidad para mejorar la interacción con los usuarios mediante herramientas basadas en IA, que permitan una personalización eficiente de contenidos y recomendaciones de empleo y formación ajustadas al perfil de cada joven. Además, la implementación de chatbots y tutores virtuales ha demostrado mejorar la retención de información en un 30% (Porter, 2008), lo que refuerza la importancia de integrar estas tecnologías en la capacitación laboral.

Desafíos para Considerar:

A pesar de estas oportunidades, persisten barreras que deben ser abordadas. Según el Banco Mundial (2024), una de las principales dificultades para la educación digital en América Latina es la falta de acceso a tecnología y conectividad, especialmente en zonas rurales. Por ello, cualquier iniciativa de formación en línea debe contemplar estrategias para ampliar la disponibilidad de dispositivos y conexión a internet.

En conclusión, la desconexión entre la educación y el mercado laboral sigue siendo un reto global. Sin embargo, con el aprovechamiento de la tecnología, la inteligencia artificial y el aprendizaje en línea, CareerBoost se posiciona como una alternativa clave para preparar a los jóvenes y mejorar sus oportunidades de inserción laboral en un entorno en constante evolución.

4.1. Análisis de la Competencia

Existen diversas iniciativas que buscan conectar a los jóvenes con el mercado laboral, pero muchas de ellas se centran en programas generales sin una personalización adecuada. Competidores como plataformas de empleo, agencias de colocación y algunas universidades ofrecen capacitación o prácticas, pero no abordan de manera integral las necesidades de los jóvenes que aún se encuentran en formación académica o que recién están ingresando al mercado laboral.

Para comprender el mercado y posicionar nuestra empresa de manera efectiva, analizamos a los competidores que más destacan en el sector. Hemos seleccionado a Manpower Group, Computrabajo y Junior Achievement Colombia como los tres competidores principales debido a su presencia consolidada en el mercado, el alcance digital y la influencia que tienen en el sector de reclutamiento, empleo y desarrollo de talento.

- Manpower Group es una empresa ampliamente reconocida en el mundo por sus servicios en gestión de talento humano. Tiene presencia global y se especializa en procesos de selección, contratación temporal y permanente. Su experiencia y alcance le han permitido conectar a muchas personas con oportunidades laborales. Sin embargo, su enfoque está más orientado a cubrir rápidamente las vacantes de las empresas, lo que hace que sus procesos estén dirigidos principalmente a perfiles con experiencia previa. Por esta razón, puede no ser la opción

más adecuada para jóvenes que están dando sus primeros pasos en el mundo laboral y aún requieren formación en habilidades técnicas o blandas.

- Junior Achievement es una organización educativa que trabaja con niños y jóvenes, enfocándose en temas como el emprendimiento, la educación financiera y la preparación para el mundo del trabajo. A través de actividades prácticas, ayuda a los estudiantes a desarrollar habilidades importantes desde una edad temprana. Esto representa una ventaja para quienes buscan una formación integral desde el colegio. Aun así, sus programas están más centrados en fomentar la mentalidad emprendedora que en conectar directamente a los jóvenes con empleos formales en áreas específicas como finanzas o consultoría.

- CompuTrabajo es uno de los portales de empleo más utilizados para buscar trabajo en línea. Permite que las empresas publiquen sus vacantes y que los candidatos se postulen fácilmente. Es una herramienta útil para facilitar el contacto entre empleadores y personas que están en búsqueda activa de empleo. Sin embargo, su función se limita a ese proceso puntual de postulación. No ofrece herramientas para formar, orientar o acompañar a quienes aún están en etapa de exploración profesional, lo que puede ser una limitación para los jóvenes que necesitan más apoyo para ingresar al mundo laboral.

Figura 1.

Análisis de la competencia.

FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA COMPETENCIA			
COMPETIDOR	ESTRATEGIA PRINCIPAL	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Manpower Group	Creación y provisión de soluciones innovadoras de capital humano.	Alcance global y alianzas con organizaciones y empresas como puente de contratación.	Enfoque amplio, no prioriza el desarrollo a largo plazo de los jóvenes.
Computrabajo	Creación de una plataforma en la que se conectan las oportunidades laborales con el talento humano.	Conexión rápida entre empleadores y candidatos.	Función transaccional, sin formación ni personalización para jóvenes.
Junior Achievement	Creación de programas prácticos sobre educación y preparación para emprender.	Acompañamiento, preparación y educación para el largo plazo.	Más orientado al desarrollo empresarial que a la conexión laboral.

Cuadro comparativo - CareerBoost Solutions

Fuente: Elaboración propia.

Dentro del análisis realizado para auditar las estrategias digitales de los principales competidores, con el propósito de evaluar su desempeño y posicionamiento en el sector digital, se utilizaron dos herramientas de análisis SEO: Seoptimer (2025) y Seigoo (2025). Estas herramientas proporcionaron la información necesaria para identificar aspectos positivos y áreas de mejora en los distintos factores clave que conforman el componente digital de cada una de las empresas competidoras, permitiendo así evaluar oportunidades para que CareerBoost Solutions mejore su posicionamiento digital.

Tuvimos en cuenta principalmente diez indicadores estratégicos, los cuales son de vital importancia para analizar el estado actual de la presencia digital de las empresas competidoras. Estos indicadores también nos sirven como referencia para optimizar la estrategia digital de CareerBoost Solutions.

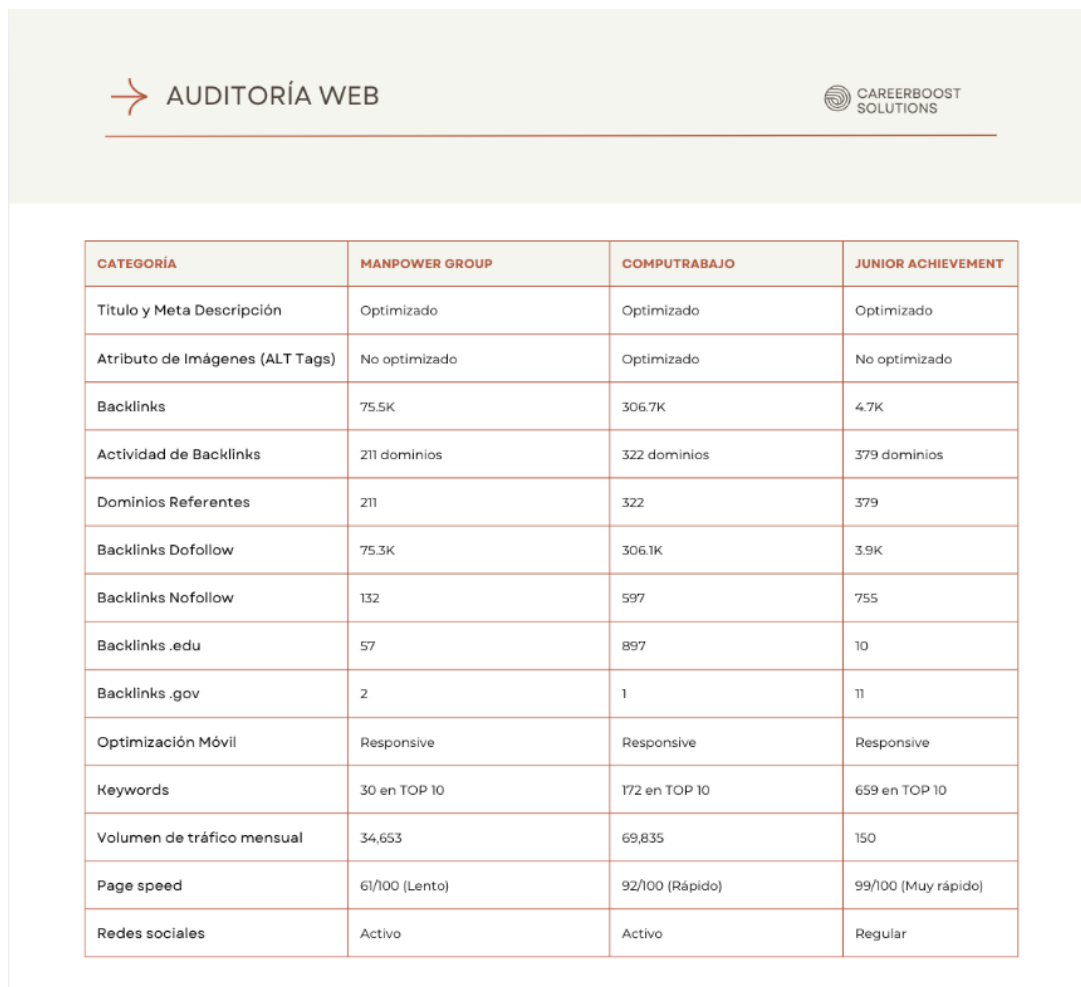
Estos aspectos incluyen:

- Título y meta descripción.
- Atributos de imágenes (ALT Tags).
- Backlinks.
- Optimización móvil (responsive design).
- Clasificación de palabras clave.
- Volumen de tráfico web.
- Actividad de backlinks.
- Pagespeed Insights.
- Presencia en redes sociales.
- Análisis de palabras clave.

Sobre la base de estos indicadores, se compiló la siguiente tabla comparativa, que reúne datos de cada competidor con el objetivo de proporcionar una guía clara sobre el estado actual del entorno digital y su nivel de competitividad. Esto facilita la toma de decisiones para definir la estrategia de presencia digital de Career Boost Solutions.

Figura 2.

Auditoría Web



CATEGORÍA	MANPOWER GROUP	COMPUTRABAJO	JUNIOR ACHIEVEMENT
Título y Meta Descripción	Optimizado	Optimizado	Optimizado
Atributo de Imágenes (ALT Tags)	No optimizado	Optimizado	No optimizado
Backlinks	75.5K	306.7K	4.7K
Actividad de Backlinks	211 dominios	322 dominios	379 dominios
Dominios Referentes	211	322	379
Backlinks Dofollow	75.3K	306.1K	3.9K
Backlinks Nofollow	132	597	755
Backlinks .edu	57	897	10
Backlinks .gov	2	1	11
Optimización Móvil	Responsive	Responsive	Responsive
Keywords	30 en TOP 10	172 en TOP 10	659 en TOP 10
Volumen de tráfico mensual	34,653	69,835	150
Page speed	61/100 (Lento)	92/100 (Rápido)	99/100 (Muy rápido)
Redes sociales	Activo	Activo	Regular

Nota. Adaptado de Seigoo. (2025). *Análisis y optimización SEO*. Seigoo, Seoptimer. (2025). *SEO Audit & Reporting Tool*. Seoptimer. Fuente: Elaboración propia.

Una vez realizado el análisis, con las herramientas Seoptimer (2025) y Seigoo (2025), identificamos varios factores que influyen en la estrategia digital de los competidores. Las principales conclusiones son:

- **Título y meta descripción:** En general, las empresas analizadas siguen las recomendaciones para los títulos. Sin embargo, se encontró que no tienen meta descripciones optimizadas, exceden el número de caracteres y algunos no explotan las palabras clave estratégicas, lo que afecta a su optimización del motor de búsqueda.

- **Atributos de imágenes:** Dos de los sitios tienen imágenes sin atributos ALT optimizados adecuadamente, lo que afecta la accesibilidad y el referenciamiento. Los motores de búsqueda no entienden bien el contenido de las imágenes y, como resultado, pierden visitas a su sitio.

- **Backlinks y actividad de backlinks:** Se contempló una correlación entre la cantidad y calidad de los backlinks con el posicionamiento en buscadores.

- **Optimización móvil:** Los sitios de los competidores cuentan con diseño responsive, pero algunos presentan problemas en la velocidad de carga y adaptabilidad en dispositivos móviles, lo que puede afectar la experiencia del usuario.

- **Clasificación de palabras clave:** Los competidores que generan tráfico orgánico tienen una estrategia clara para posicionarse en torno a las palabras clave de alto volumen. Sin embargo, hay oportunidades en nichos específicos con menor competencia.

- **Volumen de tráfico:** Se ha demostrado que los competidores mejor posicionados generan mayor tráfico a partir de búsquedas orgánicas y redes sociales, mientras que otros dependen más de las campañas pagadas.

- **PageSpeed Insights:** Se identificaron diferencias significativas en los tiempos de carga. Los sitios con menor tiempo de carga tienen mejores tasas de retención y conversión.

- Redes sociales: El engagement en redes sociales varía considerablemente.

Algunos competidores han logrado crear comunidades activas, mientras que otros tienen presencia, pero con baja interacción.

- Inteligencia Artificial: Se posiciona como una herramienta clave para ofrecer un ecosistema integral de empleabilidad, conectando a los jóvenes con oportunidades reales a través de soluciones innovadoras que optimicen la búsqueda de empleo y potencien la inserción laboral de manera efectiva.

Identificación de Oportunidades para CareerBoost Solutions:

A partir de los hallazgos anteriores, se destacan varias oportunidades estratégicas para mejorar la presencia digital de CareerBoost Solutions:

- ✓ Optimización de meta descripciones y títulos: Implementar títulos y meta descripciones atractivos, únicos y con gancho, haciendo un llamado a la acción, usando palabras clave relevantes para mejorar la tasa de clics (CTR) en los motores de búsqueda.
- ✓ Uso de atributos ALT en imágenes:
 - Asegurar que todas las imágenes incluyen descripciones ALT optimizadas para mejorar la accesibilidad y el SEO.
 - Usar imágenes que aporten valor al contenido y estén alineadas con la estrategia digital.

- ✓ Estrategia de backlinks: Fortalecer la generación de backlinks a través de colaboraciones estratégicas, publicaciones en blogs especializados y contenido de alto valor compartible.
- ✓ Optimización móvil y velocidad de carga: Implementar mejoras en la velocidad de carga y la adaptabilidad móvil para garantizar una mejor experiencia del usuario.
- ✓ Posicionamiento en palabras clave de nicho: Aprovechar oportunidades en palabras clave con menor competencia, pero alto potencial de conversión.
- ✓ Incrementar tráfico orgánico: Enfocarse en estrategias de contenido que generen tráfico orgánico sostenible en el tiempo.
- ✓ Engagement en redes sociales: Desarrollar una estrategia de contenido más interactiva y alineada con las necesidades de la audiencia para aumentar el engagement.
- ✓ Mejora en PageSpeed Insights: Implementar técnicas como compresión de imágenes, reducción de código innecesario y uso de CDN para optimizar la velocidad de carga.

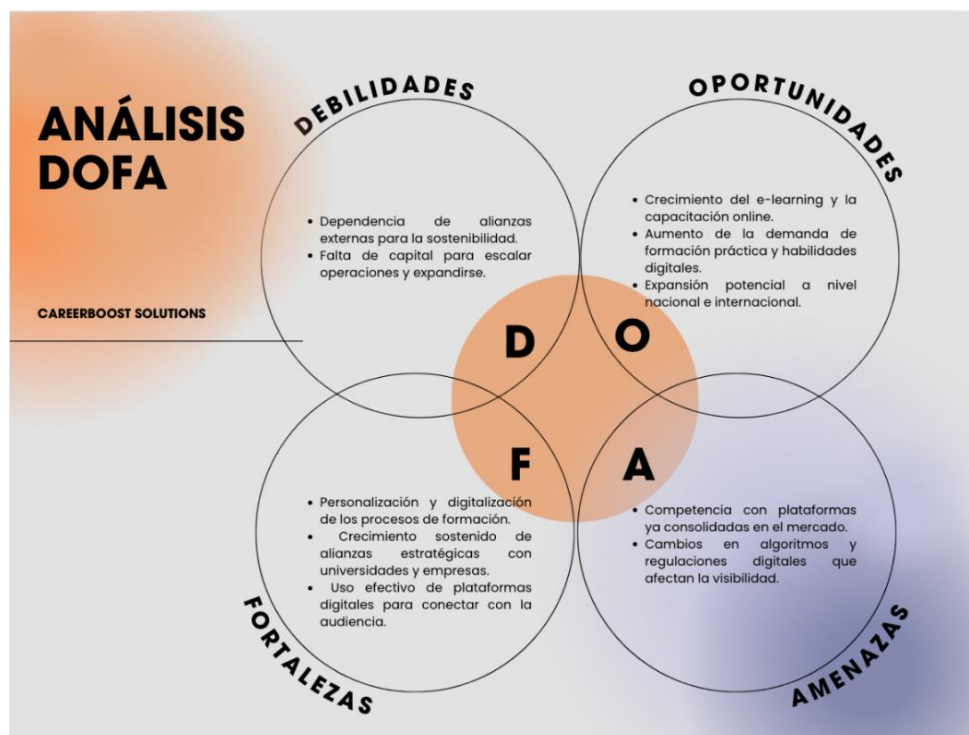
Esta auditoría además de brindar un panorama claro del estado actual de la competencia también sienta las bases para mejorar la presencia digital de CareerBoost Solutions, permitiéndonos realizar un enfoque y ajuste a los indicadores que están fallando en la competencia y optimizar los puntos clave que impactan en la visibilidad y el crecimiento en línea.

4.2. Análisis DOFA

El análisis DOFA es una herramienta estratégica que permite identificar y evaluar tanto los aspectos internos (fortalezas y debilidades) como los externos (oportunidades y amenazas) de una organización (Asana, 2024). En el caso de CareerBoost Solutions, este análisis resulta fundamental para entender el entorno en el que opera la empresa, identificar los factores que impulsan su éxito y aquellos que representan obstáculos en el logro de sus objetivos. A continuación, se describe cada uno de estos elementos y las conclusiones derivadas del análisis.

Figura 3.

Análisis DOFA



Fuente: Elaboración propia.

- **Fortalezas clave:**

Una de las principales fortalezas de CareerBoost Solutions es su enfoque en la personalización y digitalización de los procesos de formación. A través de herramientas tecnológicas avanzadas, la plataforma adapta su contenido a las necesidades del mercado laboral, facilitando la inserción de los jóvenes en el ámbito profesional. Este enfoque innovador permite ofrecer experiencias de aprendizaje más eficientes y alineadas con las exigencias de las empresas (Mejía-Giraldo, 2019).

Otra ventaja significativa es el crecimiento sostenido de sus alianzas estratégicas con universidades y empresas. Estas colaboraciones no solo refuerzan la credibilidad de la plataforma, sino que también amplían el acceso a oportunidades laborales y programas de mentoría. Establecer relaciones con instituciones educativas y el sector empresarial es clave para generar confianza y garantizar que los participantes reciban formación relevante y aplicable.

Además, CareerBoost Solutions ha logrado aprovechar de manera efectiva las plataformas digitales para conectar con su audiencia. Su presencia en redes sociales como LinkedIn, Instagram y TikTok le permite interactuar con su público objetivo de manera dinámica y constante, maximizando el alcance de sus iniciativas y posicionándose como un referente en el ámbito de la empleabilidad juvenil.

Conclusión: Estas fortalezas brindan a CareerBoost Solutions una base sólida para continuar su crecimiento en el sector. No obstante, es fundamental seguir innovando en la personalización de servicios, fortalecer las alianzas estratégicas y optimizar el uso de herramientas digitales para mantenerse competitivo.

- **Debilidades clave:**

Uno de los principales desafíos que enfrenta CareerBoost Solutions es su dependencia de alianzas externas. Si bien las colaboraciones con universidades y empresas representan una ventaja estratégica, también suponen un riesgo en términos de sostenibilidad. La plataforma debe asegurar la continuidad de estos acuerdos y buscar alternativas para diversificar sus fuentes de ingresos y evitar una excesiva dependencia de terceros.

Otro punto crítico es la falta de capital para la escalabilidad de sus operaciones. La expansión digital requiere inversiones significativas en publicidad, desarrollo tecnológico y optimización de plataformas. Sin recursos suficientes, el crecimiento acelerado puede verse limitado, lo que afectaría la capacidad de la empresa para captar nuevos usuarios y ampliar su oferta de servicios.

Conclusión: Aunque estas debilidades representan desafíos importantes, pueden mitigarse con una estrategia de diversificación de ingresos y la búsqueda de financiamiento externo. La

reducción de la dependencia de alianzas y la exploración de nuevas fuentes de capital serán clave para garantizar la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

- **Oportunidades clave:**

El crecimiento del e-learning y la capacitación online representa una gran oportunidad para CareerBoost Solutions. La transformación digital ha incrementado la demanda de formación a distancia, lo que facilita la expansión de la plataforma a nivel nacional e incluso internacional. La posibilidad de ofrecer cursos, mentorías y recursos de aprendizaje en formato digital permite escalar el negocio y llegar a una audiencia más amplia.

Asimismo, las tendencias en empleabilidad juvenil juegan a favor de la plataforma. Las empresas buscan cada vez más talento joven con habilidades digitales y formación práctica, lo que refuerza la relevancia de los programas ofrecidos. CareerBoost Solutions puede posicionarse como un intermediario clave entre estos jóvenes profesionales y el mercado laboral, facilitando su transición hacia el empleo formal.

Conclusión: Las oportunidades del mercado presentan un panorama favorable para la expansión de CareerBoost Solutions. Aprovechar el auge del e-learning y alinear su propuesta de valor con las tendencias en empleabilidad juvenil permitirá consolidar su posicionamiento y ampliar su impacto.

- **Amenazas clave:**

Uno de los mayores retos es la competencia con plataformas ya consolidadas. Empresas con mayores recursos y reconocimiento pueden representar una barrera para la captación de usuarios, especialmente si cuentan con una oferta más amplia y una fuerte presencia en el mercado (Porter, 2008). Para contrarrestar este desafío, CareerBoost Solutions debe diferenciarse mediante su enfoque personalizado y su capacidad de adaptación a las necesidades de los jóvenes.

Otra amenaza relevante son los constantes cambios en algoritmos y regulaciones digitales. Las estrategias de marketing digital dependen en gran medida de las plataformas como Google, Facebook e Instagram, cuyos cambios en las reglas de juego pueden afectar la visibilidad y el alcance de las campañas (Kotler et al., 2022). Esto obliga a la empresa a mantenerse actualizada y flexible para ajustar sus estrategias cuando sea necesario.

Conclusión: Aunque las amenazas externas pueden dificultar el crecimiento de CareerBoost Solutions, una estrategia basada en la diferenciación y la adaptabilidad permitirá mitigar estos riesgos. La clave será consolidar su identidad de marca y estar atento a los cambios en el entorno digital para responder de manera proactiva.

- **Conclusión general del análisis DOFA.**

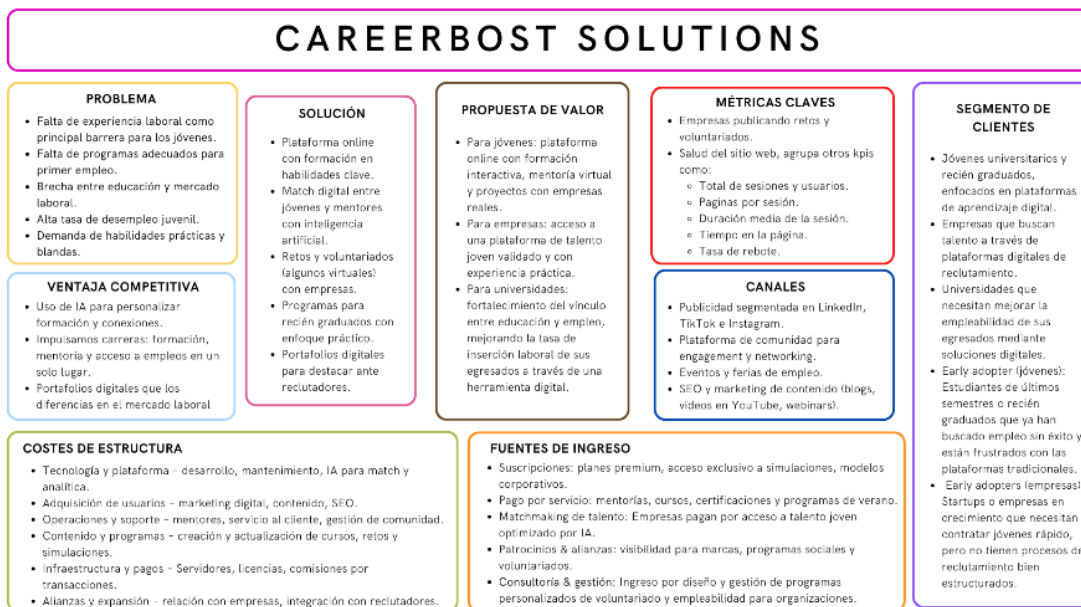
El análisis DOFA revela que CareerBoost Solutions cuenta con un modelo innovador basado en la personalización y digitalización de sus servicios, lo que le otorga una ventaja competitiva en el sector de empleabilidad juvenil. Sin embargo, el éxito a largo plazo dependerá de su capacidad para reducir su dependencia de aliados estratégicos, asegurar financiamiento para la expansión y adaptarse a los cambios del entorno digital. Al fortalecer sus ventajas, mitigar sus debilidades y aprovechar las oportunidades del mercado, la plataforma podrá consolidarse como un referente en la formación y empleabilidad de jóvenes profesionales.

4.3. Lean Canvas

El modelo Lean Canvas fue desarrollado por Maurya (2012) a partir del modelo básico de Business Canvas de Osterwalder y Pigneur (2010). Uno de los principales enfoques que justifican el modelo es la necesidad de hacer que los propietarios sean conscientes de que un modelo de negocio no solo se trata de proponer un nuevo producto como solución a un problema, sino de relacionar adecuadamente todas las partes que componen el plan. Además, la solución propuesta debe ser viable, es decir, debe generar interés en los consumidores a comprarla (Mejia-Giraldo, 2019). Para el caso de CareerBoost Solutions, esta herramienta ayuda a comprender con claridad el modelo de negocio, alineando las diferentes ideas con las necesidades de nuestros diferentes clientes, con el fin de desarrollar una propuesta de valor única para cada uno de ellos (Miro, 2025a).

Figura 4.

Lean Canvas



Fuente: Elaboración propia.

CareerBoost surge al identificar la brecha entre la educación y el mercado laboral de los jóvenes, evidenciada en una alta tasa de desempleo juvenil. Esta problemática afecta especialmente a estudiantes de últimos semestres o recién graduados que, a pesar de su formación, han tenido dificultades para insertarse laboralmente y se sienten frustrados con las plataformas tradicionales. También impacta a startups y empresas en crecimiento, que necesitan incorporar talento joven rápidamente, pero no cuentan con procesos de selección bien estructurados. Finalmente, las universidades enfrentan el desafío de mejorar la empleabilidad de sus egresados mediante soluciones digitales efectivas. Por ello, desarrollamos una propuesta que responde a las necesidades de estos tres actores clave.

Para responder a esta problemática, nuestra propuesta de valor se adapta a cada uno de estos segmentos. Para los jóvenes, ofrecemos una plataforma online con mentorías y formación especializada, retos empresariales y voluntariados que les permiten adquirir experiencia práctica y desarrollar habilidades esenciales. Adicionalmente, la plataforma genera un portafolio digital para destacar ante reclutadores en el mundo laboral. Para las empresas, somos el canal a través del cual pueden publicar los retos o programas de voluntariado, accediendo a talento emergente en formación y contribuyendo al desarrollo de capacidades y habilidades de los jóvenes. Esto no solo les brinda experiencia, sino que también es posible conectar con los jóvenes y evaluarlos en un entorno práctico. Para las universidades, fortalecemos la empleabilidad de sus egresados a través de alianzas estratégicas.

El éxito de la empresa depende significativamente de la efectividad de nuestros canales. Es clave aprovechar las estrategias de SEO y marketing de contenido, asistir a ferias y eventos y utilizar publicidad segmentada en los canales digitales más frecuentados por nuestros usuarios. Así como lo indica el informe *Top Five Digital Consumer Trends in 2024* (Euromonitor, 2024), una de las tendencias es la 'TikTok Economy', en la que los consumidores digitales acuden a plataformas de redes sociales como TikTok, donde la estrategia de marketing de las marcas es promocionar sus productos y servicios a través de contenido orgánico sin la participación de las marcas.

Para garantizar la viabilidad del modelo de negocio, es fundamental contar con una estructura de costos flexible. Para la interactividad de la plataforma, necesitamos invertir en

desarrollo tecnológico y herramientas basadas en IA que optimicen la experiencia del usuario. La atracción y adquisición de usuarios dependerá de la inversión en marketing digital y optimización de motores de búsqueda. También es clave contar con un equipo de soporte para atender a los usuarios, así como tener recursos para producir contenido y desarrollar programas. La infraestructura tecnológica, los sistemas de pago y la gestión de alianzas representan costos fijos que debemos gestionar inteligentemente para mantener la sostenibilidad del negocio. Con nuestro modelo de consultoría, en lugar de intentar contratar todas las especialidades necesarias internamente, estableceremos alianzas estratégicas con empresas y especialistas para mejorar nuestra agilidad operativa.

Nuestra oferta se compone de diversas soluciones, incluyendo una plataforma online que cuenta con un sistema de match digital basado en IA, mentorías y formaciones con profesionales experimentados, retos y voluntariados proporcionados por empresas, programas de desarrollo y de verano, y la creación de portafolios digitales que exhiban sus logros, habilidades y certificaciones ante reclutadores.

Para garantizar la sostenibilidad financiera de CareerBoost, obtenemos ingresos a partir de diferentes fuentes. Primero, los jóvenes pueden pagar por sesiones de mentoría personalizadas, cursos especializados, así como programas de desarrollo profesional y de verano. Además, las empresas pagan por publicar retos y voluntariados. También pagan por acceder al grupo de talento calificado de la empresa. Las universidades también pueden subvencionar a

través de acuerdos institucionales para proporcionar los programas a sus estudiantes. Esto asegura que mantengamos un equilibrio entre la sostenibilidad financiera y la accesibilidad.

El monitoreo de métricas claves nos ayudará a evaluar el impacto y la efectividad del rendimiento empresarial. Un indicador fundamental es el número de empresas que publican retos y voluntariados, ya que demuestra tanto la oferta de talento como la confianza en nuestra plataforma. A medida que más empresas participen, validamos que nuestra propuesta es efectiva en conectar jóvenes con oportunidades reales. Desde la perspectiva del usuario, observamos el nivel de participación en los diferentes programas para identificar qué partes son más atractivas para mejorar nuestras ofertas. Además, otro kpi clave es el bienestar del sitio web, que nos permite estudiar el flujo de usuarios en la plataforma. Usando métricas como el número de sesiones, la tasa de rebote, la duración promedio de las visitas y el número de páginas vistas por sesión (Gómez-Zorrilla & Sánchez Piña, 2022), podemos determinar si los usuarios están realmente activos y explorando nuestros servicios, entendiendo nuestra propuesta de valor y viendo los beneficios dentro de la plataforma. Esto proporciona información valiosa para mejorar la experiencia del usuario en nuestra plataforma y garantizar su usabilidad al asegurar que nuestro sitio web ofrezca y facilite el mejor valor para cada usuario.

CareerBoost tiene el potencial de transformar la empleabilidad juvenil a través de un enfoque integral y colaborativo. Su capacidad de creación de valor no se limita solo a los jóvenes, sino que también se extiende a las empresas y universidades. Las soluciones propuestas por la empresa están encaminadas a cerrar la brecha entre la educación y el mercado laboral.

CareerBoost se destaca por proporcionar a sus usuarios portafolios digitales altamente valorados por las empresas, convirtiendo a la compañía en un aliado estratégico en la vinculación de talento emergente calificado con las necesidades del sector empresarial. Al mismo tiempo, mejora la posición de las universidades al aumentar la empleabilidad de sus graduados.

En esta etapa, la propuesta conecta especialmente bien con jóvenes de últimos semestres o recién graduados que ya han intentado incorporarse al mercado laboral sin éxito y se sienten frustrados con las plataformas tradicionales. También despierta interés en startups y empresas en crecimiento que, al no contar con procesos de reclutamiento estructurado, encuentran en CareerBoost una solución eficiente para acceder a talento joven y motivado.

5. Presentación y Análisis del Público Objetivo

5.1. Segmentación del Público Objetivo

Entender el perfil del cliente es esencial para desarrollar estrategias efectivas que respondan a las necesidades y deseos del público objetivo. Un análisis detallado permite identificar no solo las características demográficas, sino también los aspectos psicográficos que influyen en el comportamiento de compra y la toma de decisiones. Esto resulta fundamental para establecer una conexión significativa con los clientes, optimizar los esfuerzos de marketing y mejorar la oferta de productos y servicios.

5.1.1. Análisis Psicográfico

- **Estilo de vida:**

- ✓ Práctico y enfocado en resultados: Estos jóvenes priorizan actividades que les sumen valor real, como avanzar en sus estudios o adquirir habilidades laborales útiles.

- ✓ Multitarea y estresante: Muchos estudian y trabajan al mismo tiempo, lo que genera rutinas exigentes y estrés por la presión de obtener experiencia laboral y cumplir con las expectativas.

- ✓ Digitalmente activos: Están conectados a la tecnología, utilizando plataformas digitales para networking, búsqueda de empleo y entretenimiento. Se mueven entre diferentes canales digitales constantemente.

- **Personalidad:**

- ✓ Independientes y autosuficientes: Buscan autonomía y control sobre su futuro, siendo proactivos en la obtención de experiencias laborales que los preparen para el mundo laboral.

- ✓ Ambiciosos y orientados a logros: Están enfocados en avanzar profesionalmente y diferenciarse en un mercado competitivo.

- ✓ Resilientes y flexibles: A pesar de los rechazos y dificultades, son perseverantes y se adaptan a las exigencias del mercado laboral, ajustándose a la necesidad de aprender nuevas habilidades.

✓ Impulsivos en la toma de decisiones: En su etapa de transición, pueden aceptar ofertas laborales que no se alinean completamente con sus expectativas, impulsados por el deseo de adquirir experiencia.

- **Valores:**

✓ Crecimiento personal y profesional: Valoran el aprendizaje continuo y el desarrollo de habilidades prácticas que les permitan avanzar en su carrera.

✓ Innovación y apertura al cambio: Están dispuestos a adaptarse a nuevas ideas y tecnologías, buscando ser parte de proyectos innovadores.

✓ Equilibrio entre vida personal y profesional: Aunque son ambiciosos, también valoran el bienestar personal y el tiempo libre, buscando roles laborales que ofrezcan flexibilidad y un entorno saludable.

✓ Compromiso social: Muchos de ellos muestran interés por causas sociales, prefiriendo trabajar para empresas que tengan responsabilidad social y estén alineadas con estos principios.

5.1.2. Análisis Demográfico

- Edad: Principalmente entre 18 y 28 años, finalizando estudios o recién graduados.
- Género: Incluye tanto hombres como mujeres, con una ligera mayoría de mujeres por la participación femenina en educación superior.
- Nivel Socioeconómico (NSE): Pertenece a un NSE medio o medio-alto, con acceso a educación superior.

- **Educación:** Jóvenes con educación universitaria o en los últimos años de formación académica, generalmente en áreas como administración, ingeniería, ciencias sociales marketing. Muchos complementan sus estudios con cursos adicionales en habilidades específicas.
- **Ubicación geográfica:** Ubicados principalmente en Colombia, en grandes ciudades como Bogotá, Medellín y Cali, que son centros de desarrollo económico y educativo, aunque algunos tienen aspiraciones internacionales.
- **Acceso a tecnología:** Tienen acceso constante a dispositivos tecnológicos, utilizando redes sociales y plataformas de aprendizaje online para su desarrollo.
- **Estado civil:** La mayoría se encuentra en estado soltero/a, enfocándose en la consolidación de su carrera profesional y no priorizando compromisos personales a largo plazo en esta etapa de su vida.
- **Ingresos:** Los jóvenes que aún están cursando sus estudios suelen depender de sus familias para cubrir sus gastos o tienen ingresos limitados provenientes de trabajos de medio tiempo o pasantías.

5.2. Perfil emocional y estratégico del consumidor

Para desarrollar nuestro análisis, recurrimos principalmente a dos herramientas: mapa de empatía y buyer persona, las cuales nos permitieron profundizar en la comprensión del público objetivo, revelando aspectos clave que influyen en su comportamiento, necesidades y motivaciones. Encontramos que son una representación más profunda de su contexto, enfocándose en cómo estos insights pueden influir en la estrategia empresarial.

Al aplicar el Mapa de Empatía y el Buyer Persona en el análisis de estas audiencias, se hace evidente que la personalización y la combinación de formación teórica con experiencias prácticas son elementos fundamentales que muchas iniciativas existentes no abordan de manera integral. Estas herramientas permiten observar no solo las necesidades explícitas de los jóvenes (como capacitación y oportunidades laborales), sino también sus emociones, inseguridades y motivaciones más profundas.

Esto refuerza la idea de que la iniciativa empresarial debe centrarse en programas adaptados a las necesidades individuales de cada joven, ayudándolos no solo a adquirir conocimiento técnico, sino también a desarrollar la confianza y habilidades blandas necesarias para sobresalir en entrevistas y entornos laborales competitivos. Así, las herramientas permiten profundizar en las verdaderas demandas de los jóvenes y diseñar soluciones que no solo cubran los aspectos técnicos, sino también los psicológicos y emocionales, aumentando su empleabilidad y éxito en el proceso de transición académica profesional.

Figura 5.

Buyer Persona Carlos Pérez.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 6.

Mapa de Empatía Carlos Pérez.



Fuente: Elaboración propia.

Carlos Pérez representa a un joven profesional enfocado en mejorar sus habilidades y prepararse para acceder a su primer empleo formal. Su principal interés radica en adquirir herramientas que le permitan aplicar sus conocimientos teóricos en entornos laborales reales, mientras busca estabilidad financiera y profesional. Valora especialmente productos y servicios que ofrezcan un equilibrio entre calidad, funcionalidad y precio, así como aquellos que optimicen su aprendizaje en áreas como marketing digital y emprendimiento.

Entre los retos que enfrenta se destacan la falta de experiencia laboral y la inseguridad respecto a sus capacidades, lo cual lo lleva a buscar soluciones prácticas como mentorías, herramientas de networking y formación en habilidades aplicables. Carlos necesita opciones que no solo mejoren su hoja de vida, sino que también incrementen su confianza al enfrentarse a procesos de selección en un mercado laboral competitivo.

Figura 7.

Buyer Persona María González



Fuente: Elaboración propia.

Figura 8.

Mapa de Empatía María González



Fuente: Elaboración propia.

María González es una profesional creativa que prioriza encontrar oportunidades laborales alineadas con sus valores personales, como la sostenibilidad, la responsabilidad social y el crecimiento personal. Está comprometida con su desarrollo profesional y busca destacar en un entorno competitivo mediante el acceso a programas formativos y experiencias personalizadas.

María enfrenta dificultades para identificar empresas que se ajusten a su perfil y valores, lo que la lleva a valorar soluciones que integren mentorías, proyectos con impacto social y herramientas digitales accesibles. Su objetivo es encontrar un entorno laboral que no solo potencie sus habilidades, sino que también la haga sentir cómoda y en sintonía con sus ideales. En este contexto, la personalización y el enfoque en sus intereses específicos son fundamentales para satisfacer sus expectativas.

Figura 9.

Buyer Persona Diego Martínez



Fuente: Elaboración propia.

Figura 10.

Mapa de Empatía Diego Martínez



Fuente: Elaboración propia.

Diego Martínez es un profesional con una sólida formación académica, interesado en consolidar su posición en el sector financiero. A pesar de su preparación, enfrenta inseguridades sobre la relevancia de sus habilidades y su capacidad para destacar en el entorno laboral. Estas dudas lo motivan a buscar formación continua, aunque carece de claridad sobre qué competencias priorizar para maximizar su competitividad.

Diego necesita programas que combinen teoría con experiencia práctica, guiados por mentores que le ayuden a identificar temas clave y a desarrollar la confianza necesaria para sobresalir en procesos de selección. Al ofrecer un enfoque integral, es posible fortalecer su perfil profesional y brindarle las herramientas necesarias para afrontar con éxito los desafíos del mercado.

Figura 11.

Buyer Persona Paula Serrano



Fuente: Elaboración propia.

Figura 12.

Mapa de Empatía Paula Serrano



Fuente: Elaboración propia.

Paula Serrano es una estudiante de ingeniería industrial comprometida con fortalecer su perfil profesional para destacar en el mercado laboral. Aunque es resiliente y ambiciosa, enfrenta el reto de equilibrar sus estudios con la búsqueda de experiencia práctica, lo que genera incertidumbre sobre su preparación para los procesos de selección.

Paula valora el apoyo de mentores, las oportunidades de aprendizaje práctico y el acceso a redes profesionales que le ayuden a adquirir confianza y habilidades clave. Al brindarle programas enfocados en casos reales y resultados tangibles, es posible potenciar su perfil y prepararla para afrontar con éxito los desafíos de su carrera.

Figura 13.

Buyer Persona Sofía Gómez



Fuente: Elaboración propia.

Figura 14.

Mapa de Empatía Sofía Gómez



Fuente: Elaboración propia.

Sofía Gómez es una joven proactiva y dinámica, interesada en actividades que enriquezcan su desarrollo profesional y personal. Participa activamente en clubes estudiantiles, voluntariados y eventos de networking, lo que demuestra su compromiso con el aprendizaje continuo y el fortalecimiento de sus redes de contacto. Uno de sus principales retos es acceder a prácticas o empleos que complementen su formación en marketing, ya que la falta de experiencia

puede limitar sus opciones laborales. Esta preocupación se agrava por la alta competencia en su área de interés, lo que la motiva a buscar soluciones que combinan flexibilidad e innovación.

Sofía valora iniciativas que integren experiencias reales de aprendizaje con la adquisición de habilidades prácticas, optimizando su tiempo y recursos mientras persigue sus metas profesionales a largo plazo.

Al tener en cuenta que nuestra propuesta tiene un enfoque de doble impacto, es clave analizar no solo a los jóvenes que participan en la plataforma, sino también a las empresas que se vinculan como aliadas. Por eso, decidimos complementar el análisis incorporando un buyer persona que representa a una organización interesada en atraer talento joven con potencial. Si bien este ejercicio se basó en una empresa ficticia, reúne características realistas que reflejan las necesidades, motivaciones y frustraciones de muchas compañías, especialmente aquellas en crecimiento que buscan incorporar perfiles jóvenes de forma ágil y con mejor preparación. Esto nos permitió entender mejor cómo se relacionan con nuestra propuesta y qué valor encuentran en los programas que ofrecemos.

Figura 15.

Buyer Persona Empresa 1

Fuente: Elaboración propia.

La Empresa 1 es una compañía tecnológica en crecimiento que busca sumar jóvenes talentos que encajen con su cultura innovadora y que lleguen preparados para aportar desde el primer día. Aunque ya tiene procesos de reclutamiento bien estructurados y opera en Colombia, sigue enfrentando un desafío importante: atraer a jóvenes que no solo dominen lo técnico, sino que también tengan habilidades blandas y la capacidad de adaptarse rápidamente al entorno laboral.

Su objetivo principal es hacer más eficiente el proceso de atraer y seleccionar talento joven. Quieren asegurarse de que las nuevas personas que se integran puedan generar impacto desde el inicio. Valorán especialmente las soluciones que ayuden a reducir el tiempo que toma contratar y que, además, garanticen una buena conexión entre los valores del candidato y los de la empresa.

Una de las mayores frustraciones de la compañía es que muchos recién graduados no llegan con la preparación práctica necesaria para desenvolverse bien en sus primeros trabajos. Además, sienten que las plataformas que suelen usar están demasiado saturadas y no siempre ofrecen candidatos que realmente se ajusten a lo que buscan. Por eso, están en la búsqueda de aliados estratégicos que les den acceso a jóvenes motivados, que ya hayan pasado por experiencias formativas y estén listos para enfrentar desafíos reales, lo que haría mucho más fácil y efectiva su integración al equipo.

Figura 16.

Buyer Persona Empresa 2



Fuente: Elaboración propia.

El buyer persona empresarial identificado como “Empresa 2” representa una organización de e-commerce especializada en la optimización logística para compañías de retail, con operaciones en América Latina y Estados Unidos. Su tamaño (más de 500 empleados) y presencia internacional evidencian una estructura sólida y en expansión, lo que se refleja en su objetivo estratégico: escalar su operación manteniendo altos estándares de eficiencia y calidad. Esta empresa se caracteriza por su mentalidad analítica y su fuerte orientación tecnológica,

especialmente hacia la automatización y el análisis de datos. Su cultura organizacional valora la innovación constante y la mejora continua, lo que la convierte en una aliada estratégica con alto potencial de colaboración para CareerBoost Solutions.

Desde el punto de vista de sus intereses y comportamientos, este perfil empresarial está compuesto por líderes con afinidad hacia la tecnología, el aprendizaje permanente y la sostenibilidad. Participan activamente en comunidades profesionales, siguen tendencias a través de redes como LinkedIn, YouTube y X (Twitter), y consumen contenidos especializados de medios como McKinsey, Fast Company o TechCrunch. Además, su interés por temas como la eficiencia operativa, la automatización de procesos y la incorporación de soluciones innovadoras refleja una disposición clara a implementar herramientas digitales que mejoren sus operaciones y su experiencia de cliente.

En cuanto al comportamiento de consumo, la empresa muestra una preferencia por pagos corporativos organizados en presupuestos trimestrales, busca plataformas tecnológicas escalables y valora especialmente aquellas que permiten medir retorno sobre inversión de forma precisa. Este enfoque revela que sus decisiones de compra están fundamentadas tanto en datos cuantificables como en la alineación estratégica con sus metas operativas.

Este análisis, tanto de los jóvenes como de las empresas, refuerza la importancia de diseñar una propuesta que realmente conecte con las necesidades de ambos lados. Por un lado, los jóvenes buscan algo más que formación técnica: necesitan experiencias que les den

confianza, visibilidad y habilidades aplicables en contextos reales. Por el otro, las empresas no solo quieren buenos perfiles en lo técnico, sino personas con actitud, habilidades blandas y capacidad de adaptación desde el primer día. Entender estos dos mundos a través de herramientas como el Buyer Persona nos permitió identificar oportunidades claras para generar valor y construir una solución que responda de forma más efectiva al reto de la empleabilidad juvenil.

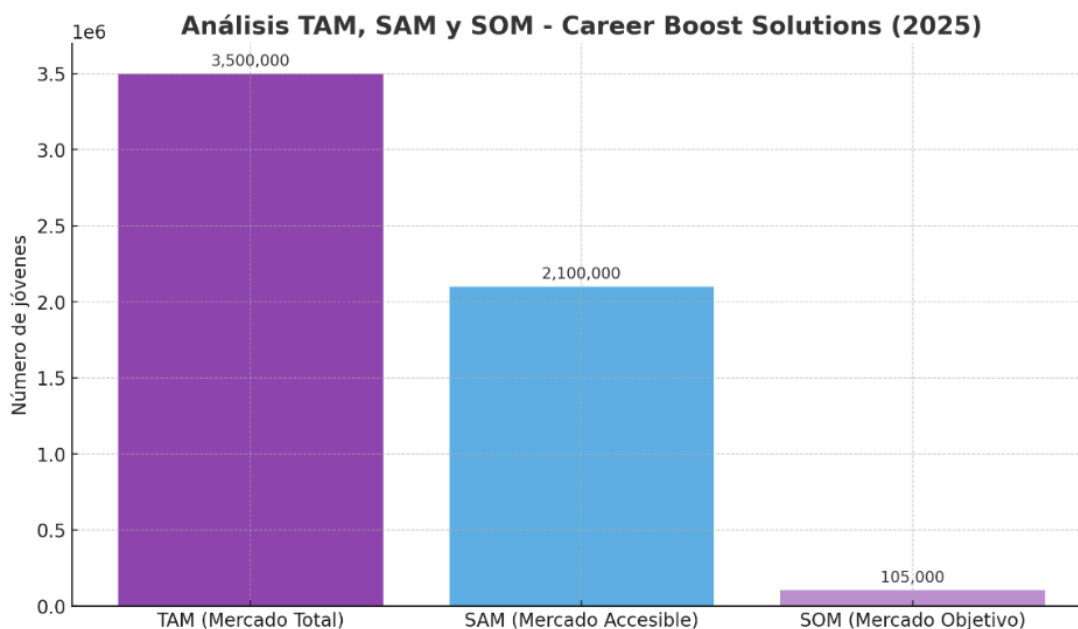
5.3. Cuantificación del Público Objetivo

Para proyectar el potencial de CareerBoost Solutions, aplicamos la herramienta TAM, SAM, SOM, que nos ayuda a estimar cuántos jóvenes en Colombia podrían beneficiarse de nuestra plataforma, cuántos tienen acceso real a ella y cuántos podríamos captar efectivamente en la etapa inicial. Esta metodología es muy usada por startups para planear su crecimiento de forma realista y estratégica, ya que permite determinar el tamaño total del mercado, el segmento al que se puede acceder efectivamente y la parte que se puede alcanzar de manera realista (Centro Europeo de Empresas e Innovación de Valencia (CEEI), 2023).

El propósito de este análisis es brindar una visión cuantitativa del mercado total disponible (TAM), el mercado accesible (SAM) y el mercado objetivo (SOM), basándose en fuentes confiables y datos actualizados. Al profundizar en cada segmento, se puede establecer una estrategia de mercado más sólida, identificando las áreas de oportunidad y los desafíos específicos en el sector de capacitación y empleo para jóvenes.

Figura 17.

Gráfico de Barras Análisis TAM, SAM, SOM



Fuente: Elaboración propia.

El TAM representa el universo total de jóvenes en Colombia que podrían mejorar su empleabilidad con servicios como los que ofrece CareerBoost, sin importar barreras como la tecnología o el acceso a internet. Según datos del DANE (2025b), la población entre los 15 y 28 años equivale al 20% de los colombianos (aproximadamente 10 millones). De esos, estimamos que unos 7 millones están en nuestro rango objetivo (de 18 a 28 años).

Ahora bien, no todos están activamente buscando empleo o formándose. Por eso aplicamos la Tasa Global de Participación (TGP) del 54,5%, que refleja cuántos jóvenes están

económicamente activos, es decir, interesados en vincularse al mercado laboral. Con eso, llegamos a un TAM estimado de 3,5 millones de jóvenes, que es nuestro mercado total disponible.

Pero no todos esos jóvenes pueden usar nuestra plataforma hoy mismo. Aquí es donde entra el SAM, que mide cuántas personas tienen acceso real a nuestra solución, es decir, quienes cuentan con buena conectividad y están digitalmente activos.

De acuerdo con el Boletín Trimestral del MinTIC (2025), Colombia tiene más de 48 millones de accesos móviles a internet y más de 9 millones de conexiones fijas, con una velocidad promedio que supera los 240 Mbps, lo cual muestra una infraestructura digital bastante fuerte en zonas urbanas. Teniendo en cuenta eso, estimamos que al menos el 60% de nuestro TAM tiene acceso estable a internet (ya sea móvil o fijo), lo cual nos da un SAM de aproximadamente 2,1 millones de jóvenes. Este es el grupo al que realmente podríamos llegar con campañas digitales y programas online.

Finalmente, el SOM responde a una pregunta clave: ¿cuántos usuarios podemos captar realmente en el corto plazo, con los recursos y capacidades que tenemos hoy? Dado que CareerBoost está en su etapa inicial, con estrategias digitales en desarrollo, alianzas que apenas comienzan y foco en ciudades principales, estimamos que podríamos llegar al 5% del SAM en el

primer año. Esto nos da un SOM de 105.000 jóvenes. Esta cifra nos ayuda a aterrizar nuestras expectativas y definir claramente el tamaño del grupo al que apuntaremos con nuestras campañas piloto, alianzas estratégicas y programas iniciales. Es una meta realista, pero lo suficientemente ambiciosa para validar el modelo de negocio y empezar a generar impacto.

Figura 18.

Gráfico TSS

Análisis TAM, SAM, SOM para CareerBoost Solutions



Fuente: Elaboración propia.

El análisis del mercado juvenil colombiano demuestra que existe una oportunidad clara y contundente para CareerBoost Solutions: más de 3 millones de jóvenes están buscando apoyo para mejorar su empleabilidad, lo que nos da un punto de partida sólido y bien definido. Además, el alto nivel de conectividad en el país respaldado por datos del MinTIC (2025) valida que

nuestra solución digital es totalmente viable desde el punto de vista técnico y de acceso. Con base en esto, establecer una meta inicial de 105.000 usuarios es un objetivo realista y estratégico, que nos permite comenzar con foco, asignar recursos de forma eficiente y construir una comunidad comprometida desde las primeras etapas. Más allá de dimensionar el alcance, este análisis nos entrega una guía clara para tomar decisiones sobre inversión, alianzas y tecnología, ayudándonos a crecer de forma sostenible, medible y con impacto desde el primer día.

6. Análisis Estratégico del Recorrido del Cliente: Customer Journey Map

Con el fin de comprender de manera profunda cómo interactúan los distintos públicos objetivos con CareerBoost Solutions, se diseñaron dos tipos de Customer Journey Maps (CJM): uno enfocado en las empresas y otro en los jóvenes. Esta herramienta permite visualizar las etapas clave del recorrido que realiza cada usuario desde el descubrimiento hasta la fidelización, identificando sus necesidades, puntos de contacto, emociones y motivaciones en cada fase. (Miro, 2025b)

Figura 19.

Análisis 1 CJM – Jóvenes

CJM – Jóvenes 1

	DESCUBRIMIENTO	CONSIDERACIÓN	DECISIÓN	RETENCIÓN	FIDELIZACIÓN
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Ve contenido en redes sobre empleabilidad • Escucha de CareerBoost por un amigo o influencer. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entra a la plataforma, revisa mentorías y programas disponibles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se registra, escoge una mentoría o se inscribe a un programa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recibe correo de bienvenida y acceso. • Asiste a sesiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recomienda la experiencia a amigos. • Se inscribe en otro curso o programa.
TOUCHPOINT	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram, TikTok. • Recomendación boca a boca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Plataforma web • Reseñas en redes 	<ul style="list-style-type: none"> • Página de registro 	<ul style="list-style-type: none"> • Email • Grupo de WhatsApp 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta de satisfacción
NECESIDADES O DOLOR	<ul style="list-style-type: none"> • Quiere oportunidades laborales reales y no sabe dónde buscar. • Fricción: desconocimiento de la marca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Duda sobre si es útil o si es otra plataforma más • Fricción: falta de confianza en plataformas digitales nuevas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le cuesta elegir mentoría adecuada. • Fricción: información confusa o abrumadora. 	<ul style="list-style-type: none"> • Quiere aprovechar al máximo el programa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Busca seguir aprendiendo y potenciar su empleabilidad con más experiencias prácticas.
EMOCIONES					
SOLUCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de awareness con reels testimoniales • Influencers educativos • Microvideos con tips de empleabilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mostrar casos reales, agregar sección "Historias de éxito" 	<ul style="list-style-type: none"> • Bot que guíe el proceso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recordatorios automáticos • Seguimiento con tips en grupo de WhatsApp • Emails personalizados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Envío de certificado digital • Carruseles con oportunidades personalizadas.

Fuente: Elaboración propia

El recorrido del joven inicia cuando descubre CareerBoost, ya sea por redes sociales o por alguien que se lo recomendó. Al principio, el problema es que no conoce la marca y no sabe si ahí encontrará oportunidades reales. En esta etapa, es clave generar contenido auténtico, como videos con consejos, historias reales e influencers educativos.

Cuando empieza a considerar usar la plataforma, aún duda de su efectividad. Mostrar resultados concretos y casos de éxito puede ayudar a ganar su confianza. En el momento de tomar la decisión, se registra, pero puede sentirse perdido con tantas opciones. Un sistema más claro y un bot de guía harían una gran diferencia.

En la fase de retención, se puede mantener su interés con recordatorios personalizados y un acompañamiento constante. Si la experiencia es buena, es probable que se convierta en embajador de la marca. Los certificados digitales y los correos pensados para él ayudan a reforzar ese vínculo.

CareerBoost ya transmite cercanía y autenticidad, pero necesita trabajar más en generar confianza desde el primer contacto y facilitar la navegación en el proceso de decisión. Por eso, las acciones deben enfocarse en contenido útil, prueba social y un acompañamiento más humano.

Figura 20.

Análisis 2 CJM – Jóvenes

CJM - Jóvenes 2		DESCUBRIMIENTO	CONSIDERACIÓN	DECISIÓN	RETENCIÓN	FIDELIZACIÓN
ACCIONES	Ve anuncio sobre formación laboral Revisa perfiles en LinkedIn	Compara Career Boost con otras opciones Analiza qué programa le sirve más	Selecciona ruta de empleabilidad Toma el test de habilidades.	Asiste a clases virtuales • Pide retroalimentación del mentor	Participa en comunidad de Career Boost Se postula a nuevas vacantes	
TOUCHPOINT	LinkedIn, Instagram, reels informativos Podcast de empleabilidad	• Sitio web, experiencias de usuarios, TikTok	Zoom	Sesiones Zoom, mail de seguimiento, memoria.	• Emails con oportunidades y webinars	
NECESIDADES O DOLOR	Quiere prepararse para el mercado laboral pero siente que no está listo	• Inseguridad sobre si la formación realmente genera oportunidades	Terror a tomar la decisión equivocada y perder el tiempo	• Dificultad para mantener la constancia en el programa	Desear crecer profesionalmente sin sentirse solo o perdido	
EMOCIONES	😐	😞	😊	😊	😊	
SOLUCIONES	Crear una serie de videos, de la comunidad TikTok/Instagram	Landing page con comparador interactivo Historias destacadas con resultados medibles	Ruta personalizada según perfil Propuesta de valor resumida en 1 minuto	Acompañamiento con mentor designado	• Grupo de egresados con acceso preferencial • Badge LinkedIn certificable	

Fuente: Elaboración propia.

El recorrido de este joven empieza cuando ve un anuncio de formación laboral o explora perfiles en LinkedIn. Su motivación inicial es clara: quiere prepararse para el mercado, pero le invade la sensación de que aún no está listo. Aquí es crucial que CareerBoost comunique mensajes que generen cercanía y seguridad, usando reels, podcasts y contenido orgánico con enfoque emocional.

En la fase de consideración, compara distintas opciones. La inseguridad sobre si realmente vale la pena invertir tiempo en una formación es alta. Mostrar experiencias de usuarios, métricas visibles y una landing clara con un comparador puede ser el punto de inflexión que lo motive a seguir.

Al tomar la decisión, selecciona una ruta y se enfrenta al temor de equivocarse. CareerBoost debe resolver rápidamente este obstáculo con una ruta personalizada según su perfil y una propuesta de valor clara y resumida que facilite el paso.






La retención se logra cuando asiste a clases virtuales y mantiene contacto con su mentor. Sin embargo, mantener la constancia es un reto común, por lo que el acompañamiento personalizado y el seguimiento cercano son claves para evitar la deserción.

Finalmente, cuando se siente acompañado y nota avances, empieza a postularse a vacantes y a participar activamente en la comunidad. Aquí es cuando se convierte en un defensor

natural de CareerBoost. Un badge certificable en LinkedIn y acceso a una red exclusiva refuerzan su vínculo con la marca.

Figura 21.

Análisis 3 CJM – Jóvenes

CJM - Jóvenes 3		DESCUBRIMIENTO	CONSIDERACIÓN	DECISIÓN	RETENCIÓN	FIDELIZACIÓN
ACCIONES	Asiste a una feria de empleo universitaria.	Investiga alternativas online para prepararse mejor.	Se registra en Career Boost luego de ver una publicación.	Toma un curso de habilidades blandas y participa en voluntariado.	Se convierte en embajador estudiantil y promueve el programa.	
TOUCHPOINT	Evento presencial, panel de empleabilidad, recomendación de un docente.	• Página web, redes sociales, anuncios en YouTube.	Landing page con llamada a la acción, formulario de registro.	Plataforma educativa personalizada, canal privado en Discord.	• Newsletter, comunidad exclusiva de alumni, red de referidos.	
NECESIDADES O DOLOR	• No sabe por dónde empezar a preparar su perfil laboral.	• Necesita comparar opciones confiables, tiene miedo de gastar dinero en vano.	Busca una experiencia que realmente le dé resultados.	• Desea sentirse acompañado en su proceso y ver evolución.	Quiere sentirse parte de algo más grande, construir networking real.	
EMOCIONES						
SOLUCIONES	• Charlas introductorias gratuitas, contenido informativo visual.	Comparador de servicios, testimonios en video, acceso a demo.	Garantía de calidad, experiencia inicial gratuita, seguimiento personal.	Reportes de avance, retroalimentación de tutores, insignias digitales.	• Certificaciones, programa de fidelización, invitación a proyectos reales.	

Fuente: Elaboración propia.






Este recorrido refleja con claridad la guía emocional que atraviesan al interactuar con CareerBoost Solutions. Todo empieza con una sensación común: la incertidumbre. Muchos jóvenes no saben por dónde comenzar a prepararse para su vida laboral, y eso los hace sentir inseguros y desorientados. Aquí es donde CareerBoost puede marcar la diferencia desde el primer contacto, ofreciendo contenido introductorio claro, accesible y gratuito, que inspire confianza. En la etapa de consideración, surge una barrera recurrente: el miedo a perder tiempo o

dinero en soluciones que no entregan resultados reales. Por eso, los testimonios, los comparadores y las demos se vuelven herramientas valiosas para construir credibilidad.

Una vez se animan a registrarse, buscan una experiencia sencilla, amigable y útil desde el primer clic. Pero lo más importante ocurre después ya que los jóvenes que permanecen lo hacen porque se sienten acompañados, guiados y reconocidos. Valorarán mucho más una experiencia que les ofrezca seguimiento, retroalimentación real y posibilidades de crecimiento dentro de una comunidad.

Figura 22.

Análisis 4 CJM – Empresas

CJM – Empresa 1		DESCUBRIMIENTO	CONSIDERACIÓN	DECISIÓN	RETENCIÓN	FIDELIZACIÓN
ACCIONES	Escucha de CareerBoost en evento de talento joven, o por LinkedIn.	Pide una demo o revisa la propuesta de valor.	Agenda reunión, cierra contrato.	Usa la plataforma, recibe candidatos. Evalúa resultados.	<ul style="list-style-type: none"> Renovación o referidos. Participa en nuevos programas (voluntariados, mentorías). 	
TOUCHPOINT	LinkedIn	<ul style="list-style-type: none"> Landing page con demo Email de contacto. 	Zoom	Plataforma web	<ul style="list-style-type: none"> Email de seguimiento Eventos 	
NECESIDADES O DOLOR	<ul style="list-style-type: none"> Falta de herramientas efectivas para atraer talento joven. Fricción: Saturación de plataformas similares. 	<ul style="list-style-type: none"> Necesita justificar el gasto con resultados concretos. Fricción: Duda del retorno sobre inversión. 	Necesita alineación rápida con RRHH o líderes internos.	<ul style="list-style-type: none"> Quiere candidatos alineados a su cultura. Fricción: Poca personalización en otras plataformas. 	Quiere seguir captando talento de calidad.	
EMOCIONES						
SOLUCIONES	<ul style="list-style-type: none"> Crear contenido: "¿Por qué CareerBoost es distinto?" con enfoque en doble impacto. 	Mostrar kpis claros con los cuales se medira	Onboarding ágil con entregables claros, fichas descargables.	Matching cultural y por habilidades blandas con IA.	<ul style="list-style-type: none"> Descuentos por referidos Presencia en eventos 	

Fuente: Elaboración propia.

El recorrido empieza cuando la empresa se cruza con CareerBoost en LinkedIn. Ya sienten la necesidad de conectar con talento joven de forma más efectiva, pero están algo desmotivadas por la cantidad de plataformas que parecen ofrecer lo mismo. CareerBoost debe destacar lo que la hace distinta, sobre todo su enfoque de doble impacto.

En la fase de consideración, las empresas revisan demos y propuestas. Lo más importante aquí es mostrar datos claros, kpis concretos y resultados esperados que les den confianza para invertir.

A la hora de decidir, el cierre se facilita si hay una rápida coordinación con sus equipos internos. Un proceso de onboarding claro y materiales de apoyo pueden marcar la diferencia. En retención, lo importante es que CareerBoost cumpla su promesa: entregar candidatos que realmente encajen en la cultura de la empresa. Esto se logra con un sistema de matching que mire más allá del CV, y considere habilidades blandas y valores.

Ya en fidelización, se puede fortalecer la relación con beneficios por referidos y programas complementarios. CareerBoost tiene una propuesta humana y bien adaptada, pero debe seguir trabajando en comunicar con claridad los resultados que puede ofrecer desde el inicio.

Figura 23.

Análisis 5 CJM – Empresas

CJM – Empresa 2		DESCUBRIMIENTO	CONSIDERACIÓN	DECISIÓN	RETENCIÓN	FIDELIZACIÓN
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Ve publicación de caso de éxito en LinkedIn • Escucha testimonio en evento HR tech 	<ul style="list-style-type: none"> • Agenda demo para entender alcance del programa • Compara con plataformas de headhunting 	<ul style="list-style-type: none"> • Valida con el área de RSE o Talento el presupuesto • Firma contrato 	<ul style="list-style-type: none"> • Participa en sesión de arranque • Recibe dashboard con indicadores 	<ul style="list-style-type: none"> • Participa en sesión de arranque • Recibe dashboard con indicadores 	
TOUCHPOINT	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación de caso de éxito • Newsletters profesionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Email con PDF descargable • Demo en vivo por Zoom 	<ul style="list-style-type: none"> • Reunión de cierre y presentación ejecutiva 	<ul style="list-style-type: none"> • Plataforma con data en tiempo real • WhatsApp de seguimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Eventos de networking entre empresas aliadas • Programa de reconocimiento 	
NECESIDADES O DOLOR	<ul style="list-style-type: none"> • Quiere mostrar impacto social con KPIs laborales reales • Barreras: Cree que es solo "otra plataforma de empleo" 	<ul style="list-style-type: none"> • Necesita justificar inversión frente a comité ESG • Barreras: Falta de data previa y diferenciación 	<ul style="list-style-type: none"> • Requiere procesos rápidos sin sobrecargar equipo interno • Barreras: Aprobaciones lentas o legales 	<ul style="list-style-type: none"> • Espera trazabilidad clara de candidatos • Barreras: No sabe interpretar datos 	<ul style="list-style-type: none"> • Quiere reputación como empleador innovador 	
EMOCIONES						
SOLUCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Cápsulas de impacto con clientes actuales • Artículos en RRHH Digital 	<ul style="list-style-type: none"> • Comparador interactivo con otros players • Simulador de impacto para justificar ROI 	<ul style="list-style-type: none"> • Kit de decisión para equipos (resumen legal, impacto, costos y beneficios) 	<ul style="list-style-type: none"> • Reportes mensuales automáticos + asesoría bimestral • Panel de talento filtrado 	<ul style="list-style-type: none"> • Ranking de empresa aliadas • Sello de empleador con propósito + informe anual 	

Fuente: Elaboración propia.

Este viaje inicia con una publicación de caso de éxito en LinkedIn o con un testimonio en un evento de HR tech. La empresa está explorando cómo demostrar impacto social real, pero su escepticismo aparece de inmediato: teme que CareerBoost sea simplemente "otra plataforma de empleo". En este punto, los casos de éxito con KPIs laborales y artículos en medios especializados son vitales para legitimar la propuesta.

En la etapa de consideración, el equipo agenda una demo para entender el alcance del programa. Aquí se enfrentan a barreras más estructurales: falta de data previa, poca diferenciación frente a otras soluciones y la necesidad de justificar la inversión frente a un

comité ESG. Un comparador con otros players y un simulador de impacto pueden acelerar la validación interna.

La decisión pasa por una revisión con talento humano o RSE y la firma del contrato. La clave aquí está en simplificar: ofrecer un kit con resumen ejecutivo legal, de impacto y ROI, que ayude a vencer objeciones legales o burocráticas. Si el cierre se retrasa, puede perderse el interés.

Una vez firmado, la retención gira en torno a la implementación. La empresa espera trazabilidad clara, pero muchas veces no sabe cómo interpretar los datos. Un panel de talento filtrado, reportes automatizados y asesoría bimensual pueden convertir la data en una ventaja competitiva sin generar fricción.

Finalmente, si se siente acompañada y ve resultados, llega la fidelización. La empresa empieza a participar en eventos de networking, recibe informes e incluso aspira a un sello que la posicione como "empleador con propósito". Aquí se convierte en promotora activa del programa.

Figura 24.

Análisis 6 CJM – Empresas

CJM - Empresa 3

	DESCUBRIMIENTO	CONSIDERACIÓN	DECISIÓN	RETENCIÓN	FIDELIZACIÓN
ACCIONES	Asiste a un evento de sostenibilidad empresarial o RSE.	Investiga plataformas que conecten con talento joven con propósito.	Solicita una demo del modelo Career Boost Solutions.	Evalúa el desempeño del primer grupo de jóvenes seleccionados.	Participa activamente en el diseño de nuevos retos colaborativos.
TOUCHPOINT	Panels de universidades, eventos de sostenibilidad, blogs de RRHH.	• Página web, whitepaper descargable, publicaciones en LinkedIn.	Reunión de descubrimiento con presentación de casos de éxito.	Reportes de impacto mensual, entrevistas de retroalimentación.	• Comunidad privada de empresas aliadas, espacio en newsletter y premios.
NECESIDADES O DOLOR	• Dificultad para encontrar jóvenes comprometidos y alineados al propósito.	Necesita vincularse con talento diverso, con habilidades reales y visión social.	Requiere garantizar un proceso sin fricción y alineado a su cultura.	Busca evidencia de impacto y resultados claros en desempeño y retención.	Quiere consolidarse como empresa formadora, innovadora y socialmente activa.
EMOCIONES					
SOLUCIONES	• Participación en charlas sobre tendencias de empleo juvenil sostenible.	Material institucional con data sobre empleabilidad y casos de uso exitosos.	Propuesta a medida, alineada a cultura organizacional y tipo de vacante.	Evaluación de desempeño, sesiones de retroalimentación con talento joven.	Visibilidad como empresa embajadora del cambio, acceso prioritario a talento.

Fuente: Elaboración propia.

El recorrido que realizan las empresas dentro de CareerBoost Solutions deja en evidencia un proceso de descubrimiento motivado por una necesidad real: encontrar talento joven que no solo tenga habilidades técnicas, sino también propósito y compromiso. Muchas de estas organizaciones comienzan su contacto con la plataforma a través de espacios como eventos de sostenibilidad o contenido especializado, donde la conversación se abre de forma natural.

A medida que avanzan, su interés crece cuando identifican que CareerBoost puede ofrecer propuestas personalizadas alineadas a su cultura organizacional, lo que convierte a la etapa de decisión en un punto clave del proceso. Aquí, contar con casos de éxito y herramientas

que muestren impacto tangible marca la diferencia. Una vez se vinculan, las empresas valoran profundamente la capacidad de la plataforma para generar resultados medibles tanto en desempeño como en retención y buscan establecer relaciones a largo plazo.

Esto refuerza la necesidad de crear experiencias colaborativas más allá del proceso de selección, donde CareerBoost no sea solo proveedor, sino socio estratégico. Generar evidencia continua del valor entregado, y construir canales de fidelización activos, como comunidades cerradas, newsletters o espacios de co-creación de retos empresariales.

7. Estrategias de Marketing Digital

7.1. Estrategias de Awareness

La estrategia para esta fase se enfoca en aumentar el reconocimiento de CareerBoost entre jóvenes universitarios y recién graduados, posicionando la marca como la plataforma que conecta talento joven con oportunidades reales de empleo, mentorías y retos corporativos.

La audiencia objetivo está compuesta por jóvenes entre 18 y 26 años, que estén terminando su carrera universitaria o se hayan graduado recientemente, ubicados en las principales ciudades del país. Son usuarios activos de Instagram y TikTok, con interés en

oportunidades laborales, desarrollo profesional y contenido que les aporte valor en su transición al mundo laboral.

El objetivo táctico es alcanzar 30.000 visualizaciones de contenido en reels de Instagram y TikTok durante el primer mes de campaña, logrando al menos un 10% de interacciones sobre esas visualizaciones (equivalente a 3.000 likes, shares y comentarios) y obteniendo 500 clics en el perfil que dirijan a la web de CareerBoost.

Para lograrlo, se publicará un reel de 15 a 20 segundos con un mensaje directo y empático: “¿Frustrado buscando trabajo? CareerBoost te conecta con empresas que valoran tu talento, ¡sin necesidad de experiencia!”. El video mostrará en los primeros 3 segundos a un joven frustrado frente a su celular, seguido de un mensaje claro que invite a conocer la plataforma, acompañado de una rápida visualización de oportunidades reales. Esta pieza se distribuirá de manera orgánica, aprovechando los algoritmos de alcance de TikTok e Instagram.

Para medir la efectividad de esta estrategia se tendrán en cuenta tres indicadores principales: el número de visualizaciones para medir el alcance y exposición de la marca, la tasa de interacción como reflejo del interés y conexión con la audiencia, y la cantidad de clics en el perfil para identificar cuántas personas sintieron suficiente curiosidad o interés como para explorar qué está haciendo CareerBoost en la plataforma (Adsmurai, 2025) y conocer más sobre su propuesta. Estos resultados no solo permitirán evaluar el rendimiento de la campaña de

awareness, sino que también aportarán información valiosa para optimizar las acciones en la siguiente fase.

7.2. Estrategias de Consideración

En esta etapa, la estrategia busca convertir el interés generado en acciones concretas que permitan a los jóvenes experimentar directamente los beneficios de CareerBoost, facilitando su transición hacia usuarios activos de la plataforma.

La audiencia objetivo se mantiene: jóvenes de 18 a 26 años, universitarios en etapa final o recién graduados, ubicados en las principales ciudades y usuarios habituales de Instagram y TikTok. En esta fase, se prioriza a quienes interactuaron o realizaron clics en la fase de awareness.

El objetivo táctico es alcanzar 200 registros en la plataforma para mentorías cortas gratuitas durante el primer mes de campaña, buscando que al menos el 25% de esos registros se conviertan en usuarios activos. Además, se espera recolectar al menos 50 encuestas de feedback para validar la percepción de valor y ajustar la experiencia según las expectativas de los jóvenes.

La acción concreta consistirá en ofrecer una mentoría gratuita de 20 minutos, comunicada a través de reels con mensajes como: “¿Te gustaría hablar gratis con un experto que te diga cómo

conseguir tu primer empleo? CareerBoost te da una mentoría sin costo. Corre que los cupos son limitados.” Este contenido estará acompañado de testimonios y simulaciones de videollamadas para generar mayor cercanía y credibilidad.

Para evaluar esta estrategia se considerará, en primer lugar, el número de registros alcanzados, como indicador del interés real generado en los jóvenes a partir de la campaña. En segundo lugar, se analizará la tasa de conversión, que permitirá identificar cuántos de esos interesados realizaron efectivamente la acción deseada, proporcionando una medida del nivel de engagement (Gibson, 2024) y adopción de la plataforma. Finalmente, se tendrá en cuenta la cantidad de encuestas completadas, ya que proporcionarán insights clave para optimizar la experiencia de usuario y ajustar la propuesta de valor en función de las expectativas del público.

7.3. Estrategias de Conversión

Una vez captado el interés de los jóvenes a través de contenidos inspiradores y propuestas gratuitas de valor, la fase de conversión busca transformar ese interés en una participación activa dentro de la plataforma CareerBoost Solutions. Esta etapa es clave, ya que representa el momento en que los usuarios dejan de ser prospectos interesados para convertirse en verdaderos participantes del ecosistema. No se trata únicamente de que se registren, sino de que vivan una experiencia significativa que les permita comprender el valor real de CareerBoost y deseen seguir utilizándola.

La audiencia objetivo en esta fase son jóvenes entre 18 y 26 años, que ya han realizado alguna acción dentro del embudo, como interactuar con contenido de la marca, registrarse a una mentoría gratuita o explorar la página web. Se trata de usuarios con un nivel de disposición medio, que reconocen la necesidad de herramientas para acceder al mercado laboral, pero que aún no han asumido un compromiso claro con la plataforma. Este segmento requiere una estrategia que disminuya la fricción, acelere la adopción y ofrezca una recompensa temprana y tangible.

Con el fin de generar esta activación efectiva, se propone una estrategia basada en el diseño de una experiencia breve, retadora y de alto impacto: un reto de 48 horas, en el que los jóvenes tendrán la oportunidad de resolver un problema real planteado por una empresa aliada. Esta actividad se desarrollará en formato virtual y colaborativo, contará con acompañamiento de mentores y permitirá a los participantes recibir retroalimentación directa. Además de fortalecer habilidades prácticas, este primer acercamiento permitirá que los usuarios sientan que su participación tiene un propósito concreto, lo cual aumenta el sentido de pertenencia y la probabilidad de permanencia en la plataforma.

El acceso al reto se gestionará desde una Landing Page optimizada, diseñada bajo principios de simplicidad, enfoque visual y usabilidad. Esta página presenta de manera clara los principales servicios de CareerBoost como mentorías, voluntariados y creación de portafolios digitales y conduce al usuario hacia un formulario breve, con los campos mínimos necesarios para completar el registro. El diseño gráfico, en coherencia con los colores y estilo visual de la

marca, incluye testimonios reales, llamados a la acción visibles y una estructura que favorece la navegación rápida. Todo el entorno está pensado para reducir obstáculos y aumentar la tasa de conversión.

Figura 25.
Landing Page

CareerBoost Solutions

Servicios Curso Acosta de Contacto Inicio sesión **RESERVAR**

Impulsa tu carrera profesional con nuestra consultoría personalizada

Nuestros servicios

Memorias personalizadas

Profesionales con amplia experiencia asesorar a los jóvenes en el desarrollo de sus habilidades, proporcionarles asesoramiento práctico y ayudarlos a enfrentar los retos del mundo laboral.

Programas formativos especializados

Desarrollamos programas alineados con las exigencias del mercado, abordando tanto habilidades técnicas como técnicas. Redes y marketing como competencias clave. Ingresamos en innovación, liderazgo, trabajo en equipo, herramientas para el crecimiento profesional.

Voluntariado y proyectos colaborativos

Ofrecemos oportunidades para que los jóvenes participen en iniciativas sociales y corporativas a través de voluntariado y retos empresariales, permitiéndoles adquirir experiencia real mientras contribuyen al desarrollo de sus comunidades.

Programas de verano para solución de retos empresariales

Implementamos experiencias inmersivas en las que los jóvenes trabajan en la resolución de problemas reales, permitiendo por diversas compañías, adquirir sus conocimientos en escenarios prácticos y aumentando su exposición ante potenciales empleadores.

Creación de perfiles digitales

Permitimos que los jóvenes recopilen y muestran sus logros, competencias y certificaciones en un espacio digital personalizado, facilitando su visibilidad ante empleadores y aumentando sus oportunidades de acceso al empleo.

Sistema de match digital basado en IA

Desarrollamos un sistema con inteligencia artificial que optimiza la coincidencia entre jóvenes y empresas, además de la integración de herramientas de voluntariado, retos empresariales y programas de mentoría profesional, potenciando el valor de cada experiencia.

Más sobre nuestra marca

Nuestra consultoría se centra a jóvenes proactivos e integra al mercado laboral mediante una serie de actividades innovadoras y efectivas. Buscamos cerrar la brecha entre la experiencia laboral y mejorar la preparación de los jóvenes para que puedan enfrentar con éxito los desafíos del mercado laboral.

careerBoost Solutions

¿Buscas tu primer empleo? Empieza con CareerBoost.

Un solo espacio te abre puertas a memorias, retos y oportunidades laborales.

- Memorias con ejemplos de empresas reales.
- Retos empresariales certificados.
- País de voluntarios profesionales y apoyo directo a vacantes.

CareerBoost Solutions

contacto@careerboost.com
800 105 1055

Fuente: Elaboración propia.

Una vez realizado el registro, la estrategia se complementa con una secuencia automatizada de activación, que inicia con un correo electrónico personalizado donde se presenta el reto, se explica el proceso de participación y se destacan los beneficios inmediatos. Esta comunicación será reforzada por notificaciones internas dentro de la plataforma, así como por mensajes directos a través de Instagram, canal que ha mostrado alta efectividad entre la audiencia objetivo. A través de estos recordatorios, se busca mantener el interés, resolver dudas rápidamente y guiar al usuario hacia su primera experiencia completa dentro de CareerBoost.

El impacto de esta estrategia se evaluará a partir de cuatro indicadores fundamentales. El primero será la tasa de activación, que medirá cuántos usuarios participan en una actividad significativa durante los primeros 10 días posteriores al registro. El segundo será la tasa de retención temprana, que permitirá identificar cuántos de ellos realizan una segunda acción, como actualizar su perfil o descargar una guía, en las tres semanas siguientes. También se analizará el porcentaje de clics en los correos y notificaciones enviadas, como indicador de la efectividad de los llamados a la acción. Finalmente, se estudiará la duración promedio de las sesiones y el número de páginas vistas durante la participación en el reto, para entender el nivel de compromiso y navegación.

Esta propuesta responde a una lógica de marketing centrada en la experiencia del usuario. Al ofrecer una primera vivencia breve, guiada y de alto valor simbólico, CareerBoost permite que el joven no solo entienda el propósito de la plataforma, sino que lo experimente directamente.

7.4. Estrategias de Fidelización

La estrategia para esta fase se centra en fortalecer el vínculo emocional y funcional entre los usuarios activos y CareerBoost, con el objetivo de que perciban un valor sostenido en el tiempo y mantengan su participación en la plataforma. La audiencia objetivo son jóvenes que ya han interactuado con la plataforma, especialmente quienes han accedido a mentorías, participado en retos o aplicado a ofertas laborales, mostrando interés constante o compartiendo comentarios positivos.

El objetivo táctico es lograr que al menos el 60% de los usuarios que recibieron mentorías gratuitas regresen a la plataforma en las siguientes dos semanas y que el 30% de ellos realicen una segunda acción, como postularse a una oferta, participar en un reto, responder una encuesta o consumir contenido exclusivo. Además, se busca construir una base de 100 suscriptores al newsletter mensual, el cual incluirá contenido de valor y oportunidades personalizadas. Para lograrlo, se implementarán campañas automatizadas de email marketing con tips de empleabilidad, ofertas afines y recordatorios personalizados sobre mentorías y retos disponibles. Adicionalmente, se introducirá una estrategia de gamificación que otorgue insignias y recompensas simbólicas por completar acciones clave dentro de la plataforma, como retos o postulaciones.

También se ofrecerá contenido exclusivo como webinars con expertos, descargables de CV e ideas para entrevistas, y recomendaciones personalizadas según el perfil del usuario. La efectividad de esta estrategia se medirá a través de la tasa de retorno en dos semanas, la tasa de

participación en una segunda acción, la apertura y clics en los correos electrónicos enviados, y el crecimiento en la base de suscriptores del boletín. Estas acciones buscan posicionar a CareerBoost no como una herramienta puntual, sino como un aliado constante en el proceso de inserción laboral de los jóvenes.

7.5. Estrategias de Advocacy

La estrategia en esta fase busca convertir a los usuarios satisfechos de CareerBoost en embajadores de marca, generando recomendaciones auténticas que fortalezcan la reputación de la plataforma y amplíen su alcance entre nuevos jóvenes talentos. La audiencia objetivo está compuesta por usuarios activos que hayan tenido experiencias positivas con la plataforma, como recibir mentorías útiles, conseguir una oportunidad laboral o destacar en retos corporativos. El objetivo táctico es lograr que al menos 50 usuarios compartan testimonios positivos en redes sociales o en la misma plataforma durante el primer mes, obtener al menos 30 menciones orgánicas de CareerBoost en TikTok o Instagram, y reclutar a 20 embajadores estudiantiles en universidades clave para expandir el alcance localmente.

Para lograrlo, se implementarán acciones como campañas de testimonios donde se invite a los usuarios a compartir su historia con CareerBoost a cambio de visibilidad o beneficios simbólicos; el lanzamiento del programa “Embajadores CareerBoost”, en el que jóvenes líderes universitarios recibirán herramientas y beneficios exclusivos para representar la marca en sus instituciones; y la promoción de retos virales en redes sociales que incentiven a los usuarios a hablar de su experiencia con la plataforma de forma creativa y espontánea. La efectividad de esta

estrategia se medirá por el número de testimonios compartidos, el volumen y tipo de menciones orgánicas en redes sociales, y la cantidad de embajadores reclutados e involucrados activamente. Estas acciones permitirán a CareerBoost consolidar una comunidad comprometida que amplifique su propósito y atraiga nuevas generaciones de usuarios a través del poder de la recomendación genuina.

8. Conclusiones

El presente trabajo permitió desarrollar, desde una perspectiva integral, una solución estratégica a uno de los desafíos estructurales más relevantes para la juventud colombiana: la dificultad de inserción en el mercado laboral formal. A partir del análisis del contexto socioeconómico actual, donde las cifras de desempleo juvenil superan el 17 %, y mediante una caracterización del perfil de los jóvenes profesionales en formación o recién graduados, se consolidó una propuesta de valor coherente, viable y centrada en las verdaderas necesidades del público objetivo.

CareerBoost Solutions surge entonces no solo como una idea de negocio digital, sino como una herramienta de transformación social con base tecnológica. Su diseño se fundamenta en la integración de tres pilares: formación especializada, mentoría personalizada y conexión directa con empresas y desafíos del mundo real. Esta tríada responde a las limitaciones más comunes que enfrentan los jóvenes al iniciar su vida laboral: la ausencia de experiencia, la falta de redes de contacto y la desconexión entre la educación formal y las exigencias del mercado.

El enfoque metodológico adoptado en este trabajo que combina herramientas de análisis cualitativo y cuantitativo, definición de buyer persona, estimaciones TAM, SAM y SOM, y la construcción de un plan de marketing digital estructurado en torno al embudo de conversión permitió no solo validar la pertinencia de la solución propuesta, sino también diseñar un camino claro para su posicionamiento y escalabilidad. Cada fase del embudo (awareness, consideración, conversión, loyalty y advocacy) fue desarrollada con acciones estratégicas basadas en canales pertinentes, mensajes persuasivos y objetivos medibles, lo cual refuerza la viabilidad de la propuesta en términos de atracción, vinculación y retención de usuarios.

Uno de los mayores aprendizajes que deja este proceso es la importancia de construir soluciones centradas en el usuario, entendiendo sus motivaciones, frustraciones y expectativas desde una mirada empática y realista. En ese sentido, el diseño de la experiencia CareerBoost no se limita a ofrecer servicios, sino a construir relaciones significativas con sus usuarios, brindando logros tempranos, reconocimiento y una sensación de pertenencia que muchas veces les ha sido negada en contextos más tradicionales.

Igualmente, se demostró que es posible diseñar estrategias de crecimiento para emprendimientos digitales que no solo sean comercialmente sostenibles, sino también socialmente relevantes. La intersección entre el propósito social y el modelo de negocio representa una oportunidad para innovar con sentido y generar impacto en poblaciones históricamente marginadas del desarrollo económico, como lo son muchos jóvenes en situación de transición laboral.

A futuro, CareerBoost puede proyectarse como una plataforma escalable a nivel regional, siempre que mantenga su capacidad de adaptación al contexto cambiante y conserve su compromiso con la calidad de las experiencias que ofrece. La posibilidad de ampliar sus alianzas con instituciones educativas, ONGs y empresas del sector privado, así como la incorporación de analítica avanzada para mejorar los procesos de matching entre talento y oportunidad, representan líneas de desarrollo relevantes para consolidar su crecimiento.

En conclusión, este trabajo no solo permitió estructurar una solución viable frente a una problemática compleja, sino que también evidenció el poder transformador del marketing digital, cuando se aplica con ética, propósito y una visión centrada en el ser humano. La juventud colombiana necesita más que promesas: necesita puentes. CareerBoost aspira a ser uno de ellos.

9. Referencias

- Acevedo, M. C., Prada, J. F. M., & Álvarez, P. A. S. (2008). *La educación para el trabajo de jóvenes en Colombia, ¿mecanismo de inserción laboral y equidad?*
<https://guao.org/sites/default/files/biblioteca/La%20Educaci%C3%B3n%20para%20el%20Trabajo%20de%20j%C3%B3venes%20en%20Colombia%3A%20%20%C2%BFmecanismo%20de%20inserci%C3%B3n%20laboral%20y%20equidad%3F.pdf>
- Adsmurai. (2025). *Métricas y atribución de Tik Tok: Guía para medir tu éxito.*
<https://www.adsmurai.com/es/articulos/metricas-tiktok>
- AgencyAnalytics Inc. (2025). Backlinks—KPI Definition & Tips. AgencyAnalytics.
<https://agencyanalytics.com/kpi-definitions/backlinks>
- Amazon Web Services. (2024). *¿Qué es la IA generativa?* AWS.
<https://aws.amazon.com/es/what-is/generative-ai/>
- Asana. (2024). Análisis FODA: Qué es y cómo usarlo (con ejemplos). Asana.
<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- Banco Santander S.A. (2022). *¿Qué es el networking y por qué es tan importante?* Santander.
<https://www.santander.com/es/stories/networking>
- BID (Banco Interamericano de Desarrollo). (2024). Informe macroeconómico de América Latina y el Caribe 2024. <https://publications.iadb.org/es/publications/spanish/viewer/Informe-macroeconomico-de-America-Latina-y-el-Caribe-2024-Listos-para-despegar-Aprovechar-la-estabilidad-macroeconomica-para-el-crecimiento.pdf>
- Blanco, E. (2023). Landing Page: Qué son y cómo crea una que cumpla objetivos. *RD Station.*
<https://legacy.rdstation.com/blog/es/landing-page/>
- Centro Europeo de Empresas e Innovación de Valencia (CEEI). (2023). Tam Sam Som: Pasos para medir el tamaño del mercado. www.emprenemjunts.es.
<https://ceeivalencia.emprenemjunts.es/?op=8&n=30029>
- Cheyne, A., Zabala, M. M. C., Torralba, D. R., León, L. N., Galvis, C. A., & Salinas, E. C. (2024). *Transición de la educación al trabajo: ¿Dónde están los jóvenes de hoy?*
<https://repository.urosario.edu.co/bitstreams/e73757be-20f5-4f2b-83e0-6ed78aff43bb/download>

- DANE. (2025a). Mercado laboral de la Juventud.
<https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIHMLJ-oct-dic2024.pdf>
- DANE. (2025b). Mercado laboral de la Juventud.
<https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIHMLJ-dic2024-feb2025.pdf>
- Deloitte S-Latam. (2024). Efectos de la IA en el trabajo: ¿más reemplazos o más empleos?
Deloitte. <https://www.deloitte.com/latam/es/services/financial-advisory/perspectives/efectos-ia-en-el-trabajo.html>
- Euromonitor. (2024). *Top Five Digital Consumer Trends in 2024*.
- Euromonitor. (2025). *Colombia: Consumer Profile*.
- Facchin, J. (2025). Tráfico web ¿qué es, cómo medirlo y aumentarlo? En el blog de SE Ranking hablamos sobre SEO y el Marketing Digital: tutoriales, casos prácticos, y tendencias.
<https://seranking.com/es/blog/trafico-web/>
- Foro Económico Mundial. (2023). Future of Jobs Report 2023.
<https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2023/>
- Gibson, K. (2024). 7 Marketing KPIs you should know & how to measure them. Harvard Business School Online. <https://online.hbs.edu/blog/post/marketing-kpis>
- Gómez-Zorrilla, J., & Sánchez Piña, D. (2022). *Guía práctica de analítica digital: ROI, KPI y Métricas. Cómo medir y optimizar tu estrategia digital para potenciar tu negocio*. LID Editorial España. <https://elibro.net/es/ereader/uosario/270603>
- Iberdrola. (2025). *Gamificación, cuando la formación se convierte en un juego*. Iberdrola.
<https://www.iberdrola.com/talento/que-es-gamificacion>
- IBM. (s/f). ¿Qué es un chatbot? Recuperado el 25 de mayo de 2025, de <https://www.ibm.com/es-es/think/topics/chatbots>
- Kirsch, K. (2025). *Cómo los embudos de conversión mejoran la experiencia del cliente [+ Consejos para optimizar el tuyo]*. HubSpot.
<https://blog.hubspot.com/marketing/conversion-funnel>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management (Sixteenth edition, global edition)*. Pearson.
- Mejía-Giraldo, J. F. (2019). Propósitos organizacionales como alternativa a los problemas que proponen los modelos Canvas y Lean Canvas. *Innovar*, 29(72), 31–40.
<https://doi.org/10.15446/innovar.v29n72.77891>

- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC). (2025). Colombia superó los 48 millones de accesos a Internet móvil en el tercer trimestre del 2024. <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/399983:Colombia-supero-los-48-millones-de-accesos-a-Internet-movil-en-el-tercer-trimestre-del-2024>
- Miro. (2025a). *Lean Canvas: Importancia del Lean Canvas en la planificación empresarial*. Miro. <https://miro.com/es/planificacion-estrategica/que-es-lean-canvas/>
- Miro. (2025b). Customer Journey Map: Qué es, cómo hacerlo y ejemplos | Miro. Miro. <https://miro.com/es/customer-journey-map/que-es-customer-journey-map/>
- Molina, D. (2021). Buyer persona: Qué es y cómo crearlo en cinco pasos. IEBS. <https://www.iebschool.com/hub/guia-crear-buyer-persona-inbound-marketing/>
- Mousinho, A. (2020). Qué es SEO: La guía completa para que alcances la cima de Google. Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-seo/>
- Organización Internacional del Trabajo. (2025). Panorama Laboral 2024 América Latina y el Caribe. <https://www.ilo.org/sites/default/files/2025-03/OIT-PANORAMA-LABORAL-2024.pdf>
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. Harvard Business Review, 86(1). Gale Business: Insights. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbig&AN=edsgcl.173196284&site=eds-live>
- Ryte. (2021). *¿Qué es el Atributo ALT?* Ryte Wiki. https://es.ryte.com/wiki/Atributo_ALT
- Universidad de los Andes. (2024). *¿Qué pasa con el mercado laboral juvenil en Colombia?* | Universidad de los Andes. Universidad de los Andes. <https://www.uniandes.edu.co/es/noticias/empleabilidad/que-pasa-con-el-mercado-laboral-juvenil-en-colombia>