



**Universidad del  
Rosario**

**Presentación Estrategia Digital de la empresa Wellwork Consulting**

Trabajo de grado

María Juliana Barrero Rodríguez

Diego Andrés Mendivelso Castellanos

Angie Ximena Villamil Bello

Álvaro Sebastián Mojica Lobatón

Bogotá D.C

2025



**Universidad del  
Rosario**

**Presentación Estrategia Digital de la empresa Wellwork Consulting**

Trabajo de grado

María Juliana Barrero Rodríguez (Administración de Empresas)

Diego Andrés Mendivelso Castellanos (Marketing y Negocios Digitales)

Angie Ximena Villamil Bello (Marketing y Negocios Digitales)

Álvaro Sebastián Mojica Lobatón (Administración de Empresas)

Tutor: Viviana Carolina Romero Peralta

Bogotá D.C

2025

### **Declaración de originalidad y autonomía**

Declaramos bajo la gravedad del juramento, que hemos escrito el documento de título “Presentación Estrategia Digital de la empresa Wellwork Consulting”, en opción de grado de PADE II y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaramos que hemos 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.

María Juliana Barrero Rodríguez

Diego Andrés Mendivelso Castellanos

Angie Ximena Villamil Bello

Álvaro Sebastián Mojica Lobatón

## **Declaración de exoneración de responsabilidad**

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

María Juliana Barrero Rodríguez

Diego Andrés Mendivelso Castellanos

Angie Ximena Villamil Bello

Álvaro Sebastián Mojica Lobatón

## Tabla de Contenido

Resumen .....	11
<i>Palabras claves:</i> .....	11
Abstract .....	12
<i>Keywords:</i> .....	12
1. Introducción .....	13
2. Objetivos de La estrategia.....	14
2.1. General .....	14
2.2. Específicos .....	14
3. Presentación de la empresa al cual se le realizó la estrategia digital .....	14
4. Descripción del producto .....	16
5. Objetivo de Comunicación .....	18
6. Tipo de Mensaje con el que van a comunicar.....	19
7. Objetivo de Embudo .....	19
7.1. Atracción .....	20
7.2. Interacción.....	21
7.3. Conversión .....	21
7.4. Fidelización y Recomendación .....	22
8. Explicación de los hábitos de consumo de la generación al que corresponde el Buyer persona	23
9. Presentación del Buyer Persona en infografía .....	24
10. Posicionamiento SEO y SEM.....	26
SEO .....	26
SEM .....	27
11. Análisis digital de la competencia .....	27

12.	Objetivo de la estrategia de contenidos .....	29
13.	Estrategia de contenidos .....	30
14.	Página Web .....	37
15.	Publicidad y Anuncios por internet.....	41
15.1.	Anuncio LinkedIn Ads.....	42
15.2.	Email marketing.....	43
15.3.	Newsletters para clientes.....	45
16.	Acciones de omnicanalidad .....	47
17.	Conclusiones .....	47
	Referencias.....	49

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> Logo Wellwork Consulting.....	14
<b>Figura 2</b> Consultoria de simulación.....	18
<b>Figura 3</b> Buyer Persona.....	24
<b>Figura 4</b> Análisis de Competencia.....	28
<b>Figura 5</b> Cuadro de la Estrategia de Contenidos por Categoría.....	30
<b>Figura 6</b> Página web .....	37
<b>Figura 7</b> Página web .....	38
<b>Figura 8</b> Página web .....	39
<b>Figura 9</b> Página web .....	40
<b>Figura 10</b> Página web .....	40
<b>Figura 11</b> Anuncio Ads.....	42
<b>Figura 12</b> Mock up webinar 1.....	44
<b>Figura 13</b> Mock up webinar 2.....	45
<b>Figura 14</b> Newsletter clientes .....	46

**Lista de Tablas**

Tabla 1 Cronograma .....	35
--------------------------	----

## **Glosario (ordenado alfabéticamente)**

**Bienestar Laboral:** La Organización Mundial de la Salud define el bienestar laboral como un estado en el cual el trabajador puede desarrollar su actividad en condiciones que garanticen su seguridad, salud física y mental, satisfacción profesional y equilibrio entre la vida personal y laboral (OMS, 2010).

**Capacitación empresarial:** “Proceso aportador a la consecución de los objetivos organizacionales, pero ello no es condición sine qua non. Para que el aporte sea real y no solo potencial se precisa de un diseño y una ejecución y medición de sus resultados que sean coherentes con la estrategia empresarial, así como de la identificación adecuada de las necesidades de capacitación en función de los requerimientos del puesto, y de la creación de condiciones propicias para que, una vez concluida la acción de capacitación, el trabajador tenga las condiciones para la transferencia de lo aprendido en su labor” (Ramona et al., 2016).

**Consultoría de empresas (remota):** Según la OIT, la consultoría de empresas es “un servicio de asesoramiento profesional independiente que ayuda a los gerentes y a las organizaciones a alcanzar los objetivos y fines de la organización mediante la solución de problemas gerenciales y empresariales, el descubrimiento y la evaluación de nuevas oportunidades, el mejoramiento del aprendizaje y la puesta en práctica de cambios”

**Equipo virtual:** Según Lopez (2022) un equipo virtual se puede definir como un conjunto de empleados que colaboran y se comunican a través de medios digitales. Aunque en algunos casos pueden encontrarse en un mismo lugar físico, lo habitual es que los equipos virtuales estén dispersos, operando de manera remota desde distintas zonas de una ciudad, región, país o incluso desde otros continentes."

Optimización de trabajo (remoto): “La optimización del trabajo implica ajustar procesos, herramientas y flujos de trabajo remotos para mejorar la productividad, la comunicación y el bienestar de los colaboradores”. Según un artículo de Factorial (2025), el trabajo remoto facilita “concentrarse en aspectos fundamentales de cada tarea, centralizar materiales de trabajo, colaborar sobre archivos en tiempo real y reducir distracciones, lo cual contribuye a maximizar tanto la productividad como el bienestar”

Servicios B2B: Según Clavijo (2023) del equipo de HubSpot, el segmento B2B (de empresa a empresa) se refiere a relaciones comerciales entre compañías. En este tipo de modelo de negocio, las organizaciones proporcionan productos, servicios o soluciones personalizadas que responden a las demandas específicas de otras empresas.

Teletrabajo: De acuerdo con la Ley 1221 de 2008 del Gobierno de Colombia, el teletrabajo es “una forma de organización laboral, que consiste en el desempeño de actividades remuneradas o prestación de servicios a terceros utilizando como soporte las tecnologías de la información y la comunicación – TIC, para el contacto entre el trabajador y la empresa, sin requerirse la presencia física del trabajador en un sitio específico de trabajo” (Ley 1221 de 2008, art. 2)

Transformación digital: Según un artículo publicado en la revista EKS (Education in the Knowledge Society) se puede definir la transformación digital como “el resultado del cambio organizacional donde las personas, los procesos y el modelo de negocio, entienden a la tecnología como una herramienta para generar valor entre sus consumidores y colaboradores” (Serna et al., 2019).

## Resumen

En un mundo donde el teletrabajo se ha convertido en una necesidad para las empresas, WellWork Consulting ofrece soluciones integrales para pequeñas y medianas empresas en los sectores de tecnología y fintech de Colombia. Nuestro enfoque dual combina la consultoría personalizada y seminarios de capacitación para garantizar una transición fluida hacia modelos de trabajo remoto eficientes que beneficien no solo a las empresas si no a sus empleados.

Mediante un análisis detallado, el diseño de estrategias personalizadas y la capacitación adecuada, nos enfocamos en potenciar la productividad, fortalecer la comunicación y promover una cultura organizacional flexible. En WellWork Consulting, transformamos el teletrabajo en una ventaja competitiva, sin olvidar las necesidades únicas de cada empresa.

### ***Palabras claves:***

Teletrabajo, Optimización del trabajo remoto, Capacitación empresarial, Consultoría empresarial, Asesoría en transformación digital, Gestión de equipos virtuales, Empresas con teletrabajo en Colombia, Servicios B2B.

## **Abstract**

In a world where remote work has become a necessity for businesses, WellWork Consulting offers comprehensive solutions for small and medium-sized companies in Colombia's technology and fintech sectors. Our dual approach combines personalized consulting and training seminars to ensure a smooth transition toward efficient remote work models that benefit not only the companies but also their employees.

Through detailed analysis, the design of customized strategies, and proper training, we focus on enhancing productivity, strengthening communication, and promoting a flexible organizational culture. At WellWork Consulting, we turn remote work into a competitive advantage—always keeping in mind the unique needs of each company.

### ***Keywords:***

Remote work, Remote work optimization, corporate training, Business consulting, Digital transformation advisory, Virtual team management, Remote-friendly companies in Colombia, B2B services.

## 1. Introducción

En un entorno empresarial cada vez más dinámico, donde el teletrabajo ha dejado de ser una solución temporal para convertirse en una nueva forma de operar, surge la necesidad de implementar estrategias digitales que fortalezcan la presencia y diferenciación de las empresas en el mercado. WellWork Consulting nace como respuesta a este cambio de paradigma, ofreciendo servicios de consultoría y capacitación en trabajo remoto para empresas en crecimiento, especialmente en sectores como tecnología, fintech y servicios profesionales.

Este trabajo de grado tiene como propósito desarrollar una estrategia digital integral para WellWork Consulting, enfocada en construir visibilidad, credibilidad y posicionamiento en el ecosistema empresarial colombiano. La estrategia parte del diseño del embudo de conversión, pasando por acciones de SEO, SEM, marketing de contenidos, email marketing, publicidad en LinkedIn y tácticas de omnicanalidad, con el objetivo de atraer, nutrir y fidelizar clientes B2B que requieran optimizar sus modelos de trabajo remoto.

A través del análisis del buyer persona, hábitos de consumo digitales y benchmarking competitivo, se establecen acciones concretas que buscan no solo captar clientes, sino también educar al mercado sobre las ventajas estratégicas del teletrabajo estructurado, eficiente y centrado en el bienestar. Este proyecto se convierte así en una hoja de ruta para la consolidación digital de una empresa emergente con una propuesta diferenciadora, humana y altamente relevante en el contexto laboral actual.

## 2. Objetivos de La estrategia

### 2.1. General

Crear una estrategia digital para WellWork Consulting, con el fin de atraer empresas interesadas en implementar o mejorar su modelo de teletrabajo, fortaleciendo la presencia digital de la marca y facilitando una conexión confiable y profesional con los directores corporativos.

### 2.2. Específicos

- Identificar las estrategias digitales más efectivas para posicionar a WellWork Consulting como una empresa experta en soluciones para el trabajo remoto dentro de los sectores tech, fintech y de servicios financieros.
- Desarrollar una estrategia de contenidos y canales que permita dar a conocer nuestros servicios de consultoría y capacitación a través de herramientas como LinkedIn, Google Ads, webinars y materiales descargables, generando confianza y fidelización entre empresas clientes en Colombia.

## 3. Presentación de la empresa al cual se le realizó la estrategia digital

### Figura 1

*Logo Wellwork Consulting*



*Fuente:* Elaboración propia

Somos una consultora especializada en teletrabajo y bienestar laboral, enfocada en ayudar a empresas a optimizar sus prácticas de trabajo remoto mientras mejoramos la productividad y el bienestar de sus empleados. Nuestro objetivo es apoyar a las organizaciones en la transición hacia modelos de trabajo más eficientes, flexibles y sostenibles, adaptando soluciones a las necesidades particulares de cada cliente. Al centrarnos no solo en la eficiencia operativa, sino también en el bienestar integral de los empleados, brindamos un enfoque holístico que tiene un impacto positivo tanto en el rendimiento empresarial como en la satisfacción del equipo.

Nuestra empresa surge como respuesta a los cambios en las dinámicas laborales que trajo la pandemia y el crecimiento del teletrabajo. Creemos firmemente que el éxito de una empresa radica en la capacidad de adaptarse y en cómo sus empleados se sienten en su entorno laboral. Por ello, nuestro modelo de negocio se basa en la combinación de consultoría personalizada y programas de capacitación que abordan tanto aspectos técnicos como emocionales del teletrabajo, fomentando el balance entre la vida personal y laboral.

#### 4. Descripción del producto

Nuestra consultoría se centra en ofrecer soluciones a medida para cada organización, entendiendo sus desafíos específicos y objetivos a largo plazo. A través de un análisis profundo, diseñamos estrategias que optimizan las operaciones remotas, mejoran la comunicación, promueven la colaboración virtual, y aseguran que el teletrabajo sea una ventaja competitiva para la empresa. Este servicio incluye:

- Diagnóstico del entorno laboral: Analizamos las prácticas actuales de trabajo remoto de la empresa y su impacto en la productividad y el bienestar de los empleados.
- Implementación de tecnologías y herramientas de gestión remota: Recomendamos e implementamos herramientas digitales para facilitar la colaboración, la gestión de tareas y la productividad a distancia.
- Diseño de políticas de teletrabajo: Ayudamos a las empresas a estructurar políticas de teletrabajo claras y efectivas, que incluyan horarios flexibles, mecanismos de seguimiento de objetivos, y normas para la desconexión digital.
- Estrategias de comunicación y cohesión del equipo: Desarrollamos sistemas y buenas prácticas para mejorar la comunicación interna, reducir la fragmentación del equipo y fomentar una cultura corporativa positiva a pesar de la distancia.

Además de la consultoría, ofrecemos programas de formación para empleados, diseñados para que adquieran habilidades clave en el entorno de trabajo remoto. Estos programas no solo

mejoran la productividad individual, sino que también promueven el bienestar y la satisfacción laboral. Algunas áreas clave incluyen:

- **Gestión del tiempo y autogestión:** Enseñamos a los empleados a organizar mejor su tiempo y tareas, estableciendo límites claros entre el trabajo y la vida personal para evitar el burnout y aumentar la eficiencia.
- **Salud y bienestar emocional:** Ofrecemos talleres sobre ergonomía, pausas activas, técnicas de manejo del estrés, y hábitos saludables para el trabajo desde casa, garantizando que los empleados mantengan un buen estado físico y mental.
- **Comunicación y colaboración remota:** Entrenamos a los equipos para que se comuniquen de manera clara y eficiente a través de herramientas virtuales, y para colaborar de manera efectiva en proyectos remotos, superando las barreras que la distancia puede imponer.
- **Liderazgo en entornos virtuales:** Capacitación para líderes de equipos remotos, centrándose en cómo motivar, gestionar y dar seguimiento al trabajo de sus equipos desde la distancia, creando un clima laboral inclusivo y motivador.

**Figura 2***Consultoría de simulación*

*Fuente:* Elaboración propia

Nuestra propuesta de negocio ofrece un enfoque único e integral para el teletrabajo, donde la productividad y el bienestar de los empleados van de la mano. Al combinar consultoría personalizada con programas de capacitación enfocados en el desarrollo de habilidades y el bienestar emocional, ayudamos a las empresas a mejorar su rendimiento y a crear entornos de trabajo más saludables y equilibrados.

**5. Objetivo de Comunicación**

El objetivo de comunicación se centra en que las personas reconozcan nuestro producto ya que estamos introduciendo al mercado un nuevo servicio de consultoría. Como una empresa fundada recientemente, es importante que nuestro público objetivo pueda saber de nosotros y reconocernos. Queremos que sepan quienes somos, que ofrecemos y cómo podemos solucionar sus desafíos actuales en la gestión del trabajo remoto. Antes de querer generar un interés económico debemos construir visibilidad, credibilidad y una identidad clara en la mente de nuestros potenciales clientes ya que esta etapa de reconocimiento nos da nuestras bases para un futuro próspero.

## **6. Tipo de Mensaje con el que van a comunicar**

Decidimos utilizar mensajes enfocados en nuestros atributos y beneficios ya que estamos en una etapa temprana en la cual es clave que los potenciales clientes entiendan correctamente que es lo que hace nuestro producto, como funciona nuestra metodología junto con los beneficios concretos que tenemos que incluyen mayor productividad, reducción de costos operativos y mejorar la experiencia del equipo. Este tipo de mensaje facilita que los decisores entiendan que nuestra consultoría es diferente y que puede impactar positivamente a la empresa cliente.

## **7. Objetivo de Embudo**

La estrategia de contenidos de embudo para nuestra consultoría en teletrabajo está construida a partir del modelo del embudo de ventas, que se compone de cuatro etapas principales: Atracción, interacción, conversión y fidelización. Este enfoque nos permite acompañar al cliente desde el primer contacto con la marca hasta convertirlo en un aliado de largo plazo.

### **7.1. Atracción**

En esta primera etapa, el objetivo es dar a conocer la marca y atraer la atención de nuestro público objetivo: directores de operaciones, líderes de talento humano y tomadores de decisiones en empresas tecnológicas de Bogotá.

Para lograrlo, planeamos una serie de acciones como:

- Publicaciones en LinkedIn con contenido relevante, enfocado en los desafíos del trabajo remoto, consejos prácticos y nuevas tendencias.
- Artículos en nuestro blog optimizados para SEO, abordando temas como productividad en equipos híbridos, liderazgo a distancia o implementación de políticas de teletrabajo.
- Campañas de publicidad segmentada en LinkedIn, dirigidas específicamente a empresas tecnológicas de Bogotá, donde están nuestros potenciales clientes.

Estas acciones están diseñadas para atraer visitas cualificadas a nuestros canales y convertir a los desconocidos en contactos reales.

## 7.2. Interacción

Una vez que el usuario muestra interés, buscamos crear una relación de confianza mediante contenido más personalizado y oportunidades de participación directa.

En esta etapa trabajaremos con:

- Email marketing automatizado, donde compartiremos contenido educativo, casos de éxito y herramientas que ayuden a resolver problemas concretos relacionados con el teletrabajo.
- Webinars gratuitos y eventos virtuales, donde presentaremos soluciones, tendencias y abriremos espacios para preguntas.
- Tests interactivos en nuestro sitio web, para que los usuarios puedan autoevaluar su nivel de preparación o madurez en trabajo remoto.

Este tipo de interacciones no solo posicionan nuestra marca como experta en el tema, sino que también ayudan a identificar a los prospectos más interesados y comprometidos.

## 7.3. Conversión

Aquí nos enfocamos en convertir a los leads calificados en clientes. En este punto, el prospecto ya ha demostrado interés y comprensión del valor del servicio.

Para esto, ofreceremos:

- Una asesoría gratuita de 30 minutos, en la que escuchamos los retos específicos del cliente y presentamos una solución inicial adaptada a su contexto.
- Promociones por tiempo limitado, como descuentos exclusivos por contratar en una fecha determinada o beneficios adicionales para primeros clientes.
- La clave en esta etapa es reducir las barreras de decisión y mostrar claramente el valor de trabajar con nosotros.

#### **7.4. Fidelización y Recomendación**

Una vez que el cliente ha contratado nuestro servicio, queremos asegurarnos de que tenga una experiencia positiva y quiera seguir trabajando con nosotros.

Las acciones tomadas para esta fase son:

- Seguimiento post-servicio, con reuniones periódicas para revisar avances, identificar nuevas oportunidades y reforzar nuestra relación.

- Un boletín mensual exclusivo para clientes, con actualizaciones, nuevas herramientas y contenido relevante.
- Publicación de casos de éxito, donde resaltamos los resultados alcanzados con el cliente, generando visibilidad tanto para su empresa como para la nuestra.

## **8. Explicación de los hábitos de consumo de la generación al que corresponde el Buyer persona**

La Generación X, nacidos entre 1965-1980, son provenientes de una era analógica. Esta generación se caracteriza por tomar decisiones de compra informadas, investigando antes de adquirir un producto. De igual forma, esta generación invierte por lo menos tres horas al día en Internet haciendo uso de ordenadores, tabletas y Smartphones (Consultora de Marketing Digital, 2022).

En cuanto al entorno digital, la Generación X es activa pero selectiva. Utilizan internet para investigar, y entre sus hábitos se destacan por usar mucho *Facebook* manteniéndose fieles a esta (Consultora de Marketing Digital, 2022). También recurren a *LinkedIn*, a webinars, reportes descargables, videos explicativos en su mayoría de *Youtube*.

En cuanto a consumo, la Generación X valora especialmente la funcionalidad y la durabilidad de los productos o servicios, siempre que estos ofrezcan un precio justo y razonable. Para llegar a este público de manera efectiva, lo principal es idear una estrategia de marketing


híbrida, que combine medios tradicionales como la televisión o los periódicos con canales digitales como redes sociales y plataformas online, adaptando los mensajes a su estilo de consumo racional y bien informado (Pazos, 2024).

## **9. Presentación del Buyer Persona en infografía**

Para comprender a nuestro público objetivo y sus necesidades, se realizó un buyer persona presentado en una infografía, para así poder entender el perfil típico del cliente que puede beneficiarse de los servicios de consultoría en Wellwork Consulting.

### **Figura 3**

*Buyer Persona*



**JUAN PABLO  
PULGARÍN**

- 01.** Juan Pablo Pulgarín  
46 años  
Generación X  
Casado, con dos hijos  
Empleado de alto rango, Dirección de Operaciones  
Director de Operaciones, Industria \$110.000.000
- 02.** Persona organizada, racional  
Equilibrio entre trabajo y familia  
Disfruta del cine, el trading  
Tecnología, herramientas de productividad, viajes familiares
- 03.** 4 a 6 horas al día, dura online  
Usa computador y teléfono móvil.  
Aficionado a LinkedIn  
Le gustan los blogs sobre innovación tecnológica, liderazgo empresarial y transformación digital.
- 04.** Su mayor responsabilidad laboral es supervisar el rendimiento operativo de su empresa y asegurar la eficiencia del equipo.  
¿Qué problema laboral no le permite ser feliz?:  
Falta de cohesión en su equipo
- 05.** El impacto emocional genera nuestra compañía en su vida es seguridad, confianza, y alivio al saber que hay un respaldo profesional ayudándole a optimizar  
Habría reducción de pérdidas por improductividad, mejor rendimiento del equipo

*Fuente:* Elaboración propia

Esta herramienta permitió profundizar las necesidades de "Juan Pablo Pulgarín", quien el perfil de uno de los directores de operaciones interesados en optimizar las prácticas de teletrabajo en sus empresas. Al centrarnos en aspectos como sus prioridades y sus retos logramos entender mejor las expectativas de este individuo. De esta manera, podemos concretar una conexión centrada en las necesidades reales del cliente (“Implementar herramientas que faciliten la supervisión de equipos, garantizar la sostenibilidad de un modelo de trabajo híbrido a largo plazo”). De la misma manera podemos enfocar nuestro marketing y estructura del servicio de consultoría a tal punto que asegure una mayor cohesión con el público objetivo.

Juan Pablo pertenece a la generación X, es decir personas nacidas entre 1965 y 1980. Esto indica que su generación proviene de una época de transición tecnológica donde los

individuos no son nativos digitales, pero están familiarizados con la tecnología. Ellos valoran la eficiencia y el equilibrio entre vida personal y laboral. Su respectiva pertenencia a dicha generación es relevante para WellWork Consulting, ya que representa al perfil ideal de tomador de decisiones dentro de las empresas a las que nos dirigimos. Con 46 años y un alto cargo, Juan Pablo tiene la autoridad y la experiencia requerida para contratar servicios de consultoría. Como miembro de esta generación, valora las soluciones prácticas, lo que hace que nuestra propuesta de consultoría personalizada y seminarios de capacitación para mejorar el teletrabajo se alinee con sus criterios de selección.

Además, conocer su perfil generacional nos permite adaptar el tono y los canales de comunicación. Y como pasa la mayor parte de su tiempo en plataformas como LinkedIn y en medios Forbes, nos orienta a diseñar una estrategia de marketing enfocada en lo funcional.

## **10. Posicionamiento SEO y SEM**

### **SEO**

Como parte de la estrategia digital, se espera que WellWork Consulting se encuentre entre los primeros resultados de búsqueda en Google para los directivos y CEOs que buscan soluciones relacionadas con el teletrabajo, productividad del home office y la consultoría empresarial en Colombia. Para lograrlo, hemos implementado prácticas avanzadas de SEO técnico, como la optimización de la velocidad del sitio, el *responsive* para dispositivos móviles y la activación del certificado SSL (https), lo que garantiza una experiencia segura y eficaz para los visitantes.

En términos de contenido y palabras clave, nuestra estrategia de SEO se centra en términos clave como:

Keywords SEO: consultoría, teletrabajo, asesoría en trabajo remoto, capacitación en teletrabajo y bienestar laboral.

Keywords SEO long-tail: consultoría empresarial para trabajo remoto, seminarios de teletrabajo para empresas, productividad en home office y optimizar equipos remotos. Esto nos permite atraer a un público altamente segmentado que busca soluciones específicas para mejorar el rendimiento y el bienestar de sus equipos en entornos híbridos o 100% remotos.

## **SEM**

Con el fin de aumentar el alcance y respuesta en el corto plazo, se desea implementar las campañas de anuncios pagados dirigidas estratégicamente a empresas ubicadas en las ciudades de Bogotá, Medellín y Cali. Estas deberán de estar interesadas en mejorar su estrategia de teletrabajo y productividad remota.

Por ende, las campañas tendrán como palabras clave: “contratar consultoría en teletrabajo”, “asesoría para home office en Colombia” y “capacitaciones para equipos remotos”. De esta manera, se redirigirá directamente a quienes están listos para invertir en soluciones concretas. Y los anuncios incluirán beneficios claros tales como “Solicita una asesoría gratuita” o “Agenda tu diagnóstico sin costo”, diseñados para generar conversiones inmediatas.

## **11. Análisis digital de la competencia**

El análisis de la competencia en el entorno digital evidencia que actualmente no existe un jugador dominante ni claramente posicionado como referente exclusivo en consultoría

especializada en teletrabajo en Colombia. Empresas como Heinsohn, aunque cuentan con una presencia digital sólida y bien consolidada, centran su oferta en soluciones de software empresarial más amplias, sin un enfoque directo en modelos de trabajo remoto. Por otro lado, organizaciones como Endeavor presentan una presencia digital limitada, con bajo tráfico, escaso tiempo de permanencia en el sitio y una alta tasa de rebote, lo cual refleja oportunidades poco explotadas en términos de contenido especializado y estrategia digital. Este panorama indica una brecha clara en el mercado: ninguna de las empresas analizadas aborda de manera integral los desafíos culturales, tecnológicos, legales y organizacionales del teletrabajo. Esta ausencia abre una oportunidad estratégica para posicionar una nueva consultora que atienda específicamente las necesidades de las empresas que buscan adoptar o fortalecer el trabajo remoto de forma estructurada y sostenible.

#### **Figura 4**

##### *Análisis de Competencia*

<b>Métrica</b>	<b>Endeavor</b>	<b>Heishon</b>
<b>Sitio Web</b>		
# Visitas	1,144	138,844
Promedio Duracion	00:01:19	00:05:01
# Pag. Vistas	1.47	4.69
Rebote	80.92%	28.02%
Trafico por paises	83.64%	98.73%
<b>Fuentes de Trafico</b>		
Directo	24.48%	75.16%
Referidos	6.57%	5.88%
Buscadores	59.46%	16.97%
Redes sociales	2.08%	1.01%
Emailing	0.10%	0.03%
Display	0.44%	0.01%

*Fuente:* Elaboración propia

## 12. Objetivo de la estrategia de contenidos

Por medio de la estrategia de contenidos se establece un objetivo alineado con las pautas planteadas para la compañía frente a su estrategia de marketing, por medio de la cual se emplea el embudo para dar coherencia y estructura al mismo.

### **13. Estrategia de contenidos**

Conforme a lo anterior, se presenta el cuadro que engloba la estrategia de contenidos, el cual será desglosado con mayor precisión más adelante, de manera que cada uno de sus componentes sea claro y específico en cada una de sus categorías.

#### **Figura 5**

*Cuadro de la Estrategia de Contenidos por Categoría*

Categoría	Objetivo del embudo	Formato / Canal	Acciones clave
<b>Community</b>	Atracción + Interacción	LinkedIn, Instagram, Facebook	Publicaciones con insights y citas de expertos; colaboración con influencers/emprendedores; stories "mitos del teletrabajo" + encuestas; reels tipo podcast con profesionales; encuestas dinámicas; "WellWork responde" (Q&A + consejos).
<b>Marketing</b>	Atracción → Conversión	LinkedIn Ads, Google Ads, redes sociales, blog	Anuncios con CTA, comparativas visuales, testimonios de éxito, promoción de paquetes
<b>Institucional</b>	Atracción + Fidelización	Web, LinkedIn, blog, medios tradicionales	Publicaciones sobre visión/misión, entrevistas a líderes, notas de prensa, artículos SEO
<b>Interacción</b>	Interacción → Fidelización	Email marketing, webinars, test online, newsletter	Webinars, newsletter mensual, test diagnóstico, seguimiento personalizado

*Fuente:* Elaboración propia

### 13.1 Community

Frente a la categoría de comunidad, el objetivo principal, enfocado en las secciones del funnel de atracción e interacción, consta de crear pertenencia y engagement torno al tema del trabajo. Para ello, es necesario crear una comunidad activa y participativa en torno al teletrabajo, mediante contenido que invite al diálogo, a compartir experiencias y a reflexionar sobre los retos y beneficios del trabajo remoto.

Dicho lo anterior, manteniendo un contenido dinámico y multiformato, implementando CTAs (Interacción, conversión y engagement), alineado con buyer persona (aspirational y didáctico) y contenido más allá del entretenimiento, se realizará publicaciones en redes sociales como LinkedIn, Instagram y Facebook: publicaciones con insights prácticos y citas de expertos,

colaboraciones con influencers y emprendedores, stories temáticas con temas como “mitos del teletrabajo” y espacios de interacción en el mismo formato; como encuestas y reels con videos cortos de profesionales y su experiencia (formato podcast + edición dinámica), y sesiones interactivas en vivo como “WellWork responde”: una sesión de Q&As (preguntas y respuestas) y consejos frente a un tema específico relacionado con el teletrabajo.

### **13.2 Marketing**

Para la categoría de marketing el objetivo principal consta de captar leads y convertirlos en clientes, por medio de mensajes de valor y urgencia, esto desde las secciones del funnel enfocadas en la atracción y la conversión. Para ello, es necesario promocionar los servicios y generar leads, usando contenido que destaque beneficios, diferenciales y resultados tangibles. Lo anterior, se realizará por medio de anuncios con CTA en LinkedIn y GoogleAds, un blog y newspaper de la empresa, al cual habrá acceso desde la página web y una suscripción gratuita a las actualidades presentadas en este, y empleando también una estrategia de email marketing con manejo de CRM.

### **13.3 Institucional**

Esta estrategia se enfocará principalmente en las secciones del funnel que comprenden atracción y fidelización para posicionar la marca como autoridad y referente en consultoría de teletrabajo, construyendo confianza y reputación. Para ello se implementarán publicaciones sobre la visión, misión y valores de WellWork, entrevistas a los fundadores o consultores clave explicando cómo abordan los retos del teletrabajo, blog posts largos (SEO) sobre tendencias del teletrabajo, productividad remota y bienestar; notas de prensa en medios y blogs especializados, todo esto con el objetivo de posicionar a WellWork como experto confiable en teletrabajo.

### **13.4 Interacción**

Para mantener la relación con leads, generar valor continuo y preparar para upselling o fidelización, correspondiendo a las secciones del funnel que comprenden la atracción y fidelización, se desarrollarán webinars gratuitos mensuales sobre “Cómo optimizar tu equipo remoto”, “Claves para mantener la productividad”, “Dominando notion”, email marketing segmentado con contenido de valor: guías descargables, checklist de teletrabajo, invitaciones a eventos, un newsletter mensual con novedades, herramientas, tendencias y consejos y test interactivos online, que contribuirán a mantener la relación y fidelizar al cliente o prospecto, a través de contenido que aporte valor continuo y acompañamiento.

### **13.5 Redes sociales.**

Conforme a lo presentado en la sección anterior, desde la estrategia de contenidos diseñada para la categoría de community, se establece de manera más específica la estrategia de redes sociales. Dicha estrategia implica construir una comunidad digital activa y comprometida alrededor del trabajo remoto y flexible, impulsando la atracción y la interacción mediante contenido aspiracional, reflexivo, útil y participativo.

De acuerdo con el buyer persona, es relevante considerar que el público objetivo son principalmente profesionales jóvenes y mid-senior que trabajan (o quieren trabajar) en formato remoto o híbrido, que buscan flexibilidad, bienestar laboral, sentido de pertenencia y consejos prácticos, interesados en desarrollo personal y herramientas digitales. Es por lo anterior que, teniendo en cuenta dicho perfil, as plataformas en las que se implementará la estrategia son principalmente LinkedIn, Instagram y Facebook, como fue mencionado en algunas de las secciones del cuadro de contenidos.

Para un manejo óptimo de redes sociales es necesario establecer el contenido que se publicará en las mismas con claridad en el formato y frecuencia, y en conformidad con los objetivos expuestos anteriormente. Para ello, se presenta la siguiente tabla planeación, donde es posible visualizar y relacionar el formato o tipo de contenido, el objetivo al que responde y la frecuencia ideal o sugerida, empleando la herramienta de inteligencia artificial ChatGPT para su estructura, solicitando dicha tabla luego de proporcionar los objetivos, los canales y algunos ejemplos de contenido para su desarrollo.

Tabla 1 Cronograma

<b>Día de la semana</b>	<b>Tipo de contenido</b>	<b>Objetivo del embudo</b>	<b>Plataforma principal</b>	<b>Buyer Persona</b>	<b>Tono y estilo</b>	<b>Formato sugerido</b>	<b>KPI asociado</b>
<b>Lunes</b>	Cita de experto + insight práctico	Atracción	LinkedIn	Profesionales aspiracionales interesados en desarrollo laboral	Profesional e inspirador	Imagen + texto	Alcance / Engagement
<b>Martes</b>	Story temática (mito vs. realidad)	Interacción	Instagram	Usuarios que reflexionan sobre el trabajo remoto	Visual y didáctico	Story + encuesta	Respuestas a encuesta
<b>Miércoles</b>	Reel tipo podcast con testimonio profesional	Atracción	Instagram	Personas que valoran testimonios y experiencias reales	Cercano, dinámico y humano	Video corto (reel)	Reproducciones / Engagement
<b>Jueves</b>	Encuesta + sticker de opinión	Interacción	Instagram / Facebook	Usuarios activos que opinan sobre su experiencia	Participativo e informal	Story interactiva	Participación / Clicks
<b>Viernes</b>	WellWork Responde (Q&A o carrusel de tips)	Interacción + Fidelización	LinkedIn / Instagram	Comunidad interesada en consejos prácticos	Empático y de confianza	Carrusel o live	Interacciones / Comentarios

Fuente: Elaboración propia

### **13.6 Email marketing.**

Con el objetivo de fortalecer la relación con los clientes y leads mediante el envío de contenido segmentado, valioso y alineado con sus intereses, se establecen las campañas de email marketing para mantener un contacto continuo, aunque unidireccional, que contribuirá con el posicionamiento de WellWork como un referente del teletrabajo y facilitar los procesos de conversión y fidelización.

Los tipos de correos que se implementará incluye: Newsletter mensual; con novedades, artículos del blog, herramientas prácticas y próximos eventos. Correos educativos: incluyen guías descargables, checklists, videos y artículos prácticos para implementar en la cotidianidad laboral, junto con herramientas digitales y tips para su adopción. Invitaciones a eventos; correos breves, directos y atractivos que motiven la participación en eventos como webinars gratuitos y direccionen a una inscripción sencilla. Promociones; correos puntuales con foco comercial, destacando beneficios diferenciales de los servicios y con un llamado a la acción claro.

Todo lo anterior con el manejo de una segmentación, personalización y seguimiento, el cual será posible mediante el uso de herramientas de CRM, con clasificación según el tipo de usuario (lead, cliente, contacto de evento, suscriptor web), intereses (temas descargados, temas más clicados), nivel de interacción (usuarios activos vs. pasivos) y participación previa en eventos o servicios.

## 14. Página Web

Figura 6

Página web



Fuente: Elaboración propia

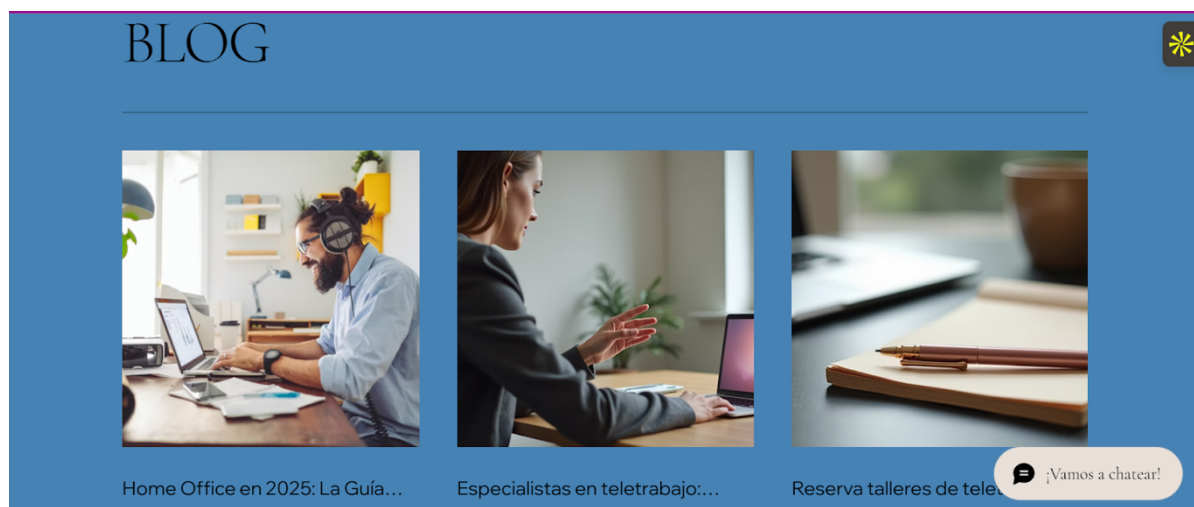
Chat: nos permitirá tener contacto directo con los internautas que visiten nuestra página web, ellos podrán resolver dudas en tiempo real y así lograr que el cliente pueda tomar decisiones más rápidas, las principales ventajas de esta herramienta es que brinda una mejor experiencia al usuario ya que brinda una atención instantánea, recoge datos sobre preguntas frecuentes que podremos usar para mejorar el servicio y gracias a su ayuda mejorar la tasa de conversión.

Video de información: Al mostrar un video con información de la empresa hace que los usuarios puedan humanizar más la marca y así empatizar con ella, las ventajas que nos brinda esta herramienta es el aumento de permanencia en la página, logra una mejor comprensión por parte de los usuarios sobre nuestros servicios y nos crea cercanía con el cliente.

Menú principal: permite que el usuario tenga una navegación clara y estructurada para que tenga mayor provecho en las áreas de interés.

## **Figura 7**

*Página web*



*Fuente:* Elaboración propia

Blog: permite compartir contenido educativo, práctico y relevante que atrae tráfico orgánico (SEO), posiciona a la empresa como experta y nutre al visitante en distintas etapas del proceso de compra.

### **Figura 8**

*Página web*

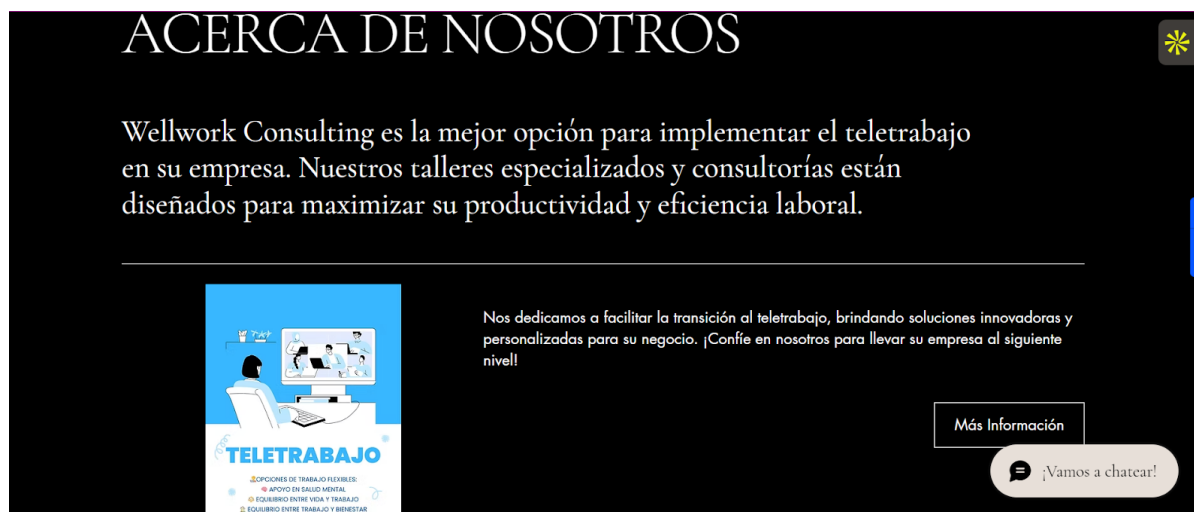


*Fuente:* Elaboración propia

Pasarela de compra: queremos facilitar la transacción inmediata, las principales ventajas es que reduce la interacción entre muchas personas lo que logra mayor fluidez en el proceso de compra, disponible 24/7 y nos permite escalar nuestros servicios sin añadir carga operativa.

## Figura 9

*Página web*



*Fuente:* Elaboración propia

Acerca de nosotros: Esta sección conecta emocionalmente con el visitante, mostrando la historia, valores, equipo y propósito de la empresa. Genera **confianza**, especialmente en negocios de tipo consultivo.

## Figura 10

*Página web*



*Fuente:* Elaboración propia

Newsletter: captamos por medio de esta herramienta el correo de los visitantes para crear una base de datos y hacer construir una comunidad y así nutrirla con contenido útil y convertirla en clientes.

Iconos redes sociales: Los íconos de redes sociales permiten que los visitantes conectan con la marca fuera del sitio web, generando comunidad, presencia continua y oportunidades de contacto informal.

**Link página web:** <https://mojicasebastian3.wixsite.com/wellwork-consulting>

## 15. Publicidad y Anuncios por internet

### 15.1. Anuncio LinkedIn Ads

Estos anuncios tienen como objetivo principal la etapa de atracción del embudo. Están dirigidos a tomadores de decisión en empresas tecnológicas ubicadas en Bogotá, como directores de operaciones o responsables de talento humano, que aún no conocen la marca o el servicio. El contenido de estos anuncios pertenece a la categoría de marketing y está enfocado en mostrar soluciones claras y beneficios concretos a problemas comunes en la gestión del teletrabajo. La acción que se busca generar con esta herramienta es que el usuario haga clic en el anuncio para visitar el sitio web.

#### Figura 11

*Anuncio Ads*



**WELLWORK CONSULTING**

# CONSULTARIA EN TELETRABAJO

Descubre cómo aumentar la productividad, el bienestar y la colaboración de tu equipo con nuestra consultoría especializada en teletrabajo.

- Diagnóstico personalizado
- Estrategias para equipos híbridos o 100% remotos
- Capacitación en herramientas digitales y liderazgo a distancia

**Haz click aquí**

+123-456-7890      Bogotá D.C.

*Fuente:* Elaboración propia

## 15.2. Email marketing

Esta herramienta se dirige a personas que ya han tenido un primer contacto con la marca. El contenido compartido a través del correo pertenece a la estrategia de interacción, ya que busca continuar el vínculo con el prospecto mediante información útil, webinars, casos de éxito, descuentos especiales y recursos adicionales que refuercen la autoridad y credibilidad de la consultora. El objetivo de esta herramienta es generar acciones más comprometidas, como agendar una asesoría gratuita, participar en una segunda reunión o solicitar una propuesta personalizada.

**Figura 12***Mock up webinar 1*

## ¡Últimas horas, Camilo!

Unete ahora y se te dara un descuento especial del 15%.

Haz clic en el botón azul y el código se aplicará automáticamente.

[DESCUENTO\\_CAMILO](#)

---

  
Bogotá D.C.  
Mail: [wellworkconsulting@gmail.com](mailto:wellworkconsulting@gmail.com)  
Telefono: +34-91-1234-567  
C.I.I.: 911234567

*Fuente:* Elaboración propia

**Figura 13***Mock up webinar 2*

*Fuente:* Elaboración propia

**15.3. Newsletters para clientes.**

Este contenido forma parte de la estrategia de comunidad, ya que busca fortalecer la relación con las empresas que ya han confiado en el servicio y mantenerlas conectadas a largo plazo. La acción esperada con esta herramienta es que los clientes abran el boletín, consulten los artículos, descarguen recursos exclusivos y permanezcan actualizados sobre nuevas soluciones o

tendencias del sector. Esto refuerza la percepción de profesionalismo y cercanía con el cliente, además de incentivar futuras recomendaciones.

## Figura 14

*Newsletter clientes*

Teletrabajo
WELLWORK
16 Agosto 2025

# VOCES DEL CAMBIO



**→ El Desafío Inicial**

Antes del cambio, la empresa tenía dificultades para adaptarse al trabajo remoto. La comunicación entre áreas era confusa, los equipos no sabían cómo organizar su tiempo y la productividad había caído. Aunque tenían las herramientas, no sabían cómo usarlas estratégicamente.

**La Solución Personalizada**

Tras contactar nuestra consultoría, iniciamos con un diagnóstico completo. Identificamos los principales cuellos de botella y diseñamos un plan de acción personalizado: capacitamos a líderes, optimizamos los canales de comunicación y establecimos nuevas rutinas de seguimiento y bienestar.

En solo tres meses, la empresa vio resultados claros. El equipo reportó mayor claridad, más conexión entre áreas y un aumento del 25% en la productividad. Hoy, tienen un modelo de teletrabajo sólido, flexible y humano. Y siguen creciendo, ahora con más confianza en su forma de trabajar.



**→ Pequeños cambios, grandes resultados**

A veces, lo único que necesita una empresa para crecer no es más trabajo, sino una nueva forma de hacerlo. Cuando se optimizan los procesos, se mejora la comunicación y se empodera al equipo, los resultados llegan solos. El cambio no siempre requiere grandes inversiones, sino decisiones inteligentes y bien acompañadas.

*Fuente:* Elaboración propia

## 16. Acciones de omnicanalidad

En WellWork Consulting, se implementará el uso de códigos QR personalizados como herramienta de fidelización para un seguimiento posterior a cada asesoría. Estos códigos serán enviados a los clientes vía WhatsApp, y redirigirán a recursos exclusivos como guías descargables, estudios de caso, o descuentos para futuras sesiones de capacitación. Esta acción busca fortalecer la relación con el cliente al ofrecerle contenido de valor personalizado, promoviendo una interacción que incentive la recompra y recomendación del servicio.

Por otro lado, se desea integrar el canal de LinkedIn con herramientas de email marketing y CRM. A través de publicaciones estratégicas en esta plataforma, se promoverá leads cualificados que serán dirigidos a una página para agendar asesorías gratuitas. De este modo, la información recopilada se conectará automáticamente con el sistema de CRM, lo cual permitirá segmentar a los contactos y personalizar respuestas por correo electrónico. Como resultado, se obtendrá una experiencia fluida, desde el primer punto de contacto en redes sociales hasta el seguimiento automatizado, fortaleciendo la percepción de marca.

## 17. Conclusiones

- En primer lugar, la estrategia digital desarrollada para WellWork Consulting demuestra cómo una empresa de consultoría puede posicionarse de forma sólida en el mercado colombiano a través de un enfoque integral. Con un adecuado marketing

digital, personalización del servicio, contenido de valor y tácticas de omnicanalidad la empresa no solo obtendrá nuevos clientes, sino también promoverá la lealtad entre ellos.

- En segundo lugar, a partir de una identificación generacional del mercado objetivo, se puede conectar mejor con los clientes. Gracias a la identificación precisa del buyer persona, WellWork Consulting logra conectar con la Generación X, permitiendo consolidar una presencia digital coherente, orientada al valor, clave para su crecimiento en el sector B2B.
- En tercer lugar, la estrategia de marketing basada en el embudo de ventas permite guiar de forma estructurada al cliente ideal desde el descubrimiento de la marca hasta su fidelización, utilizando contenidos y herramientas específicas en cada etapa. Al integrar acciones de atracción, interacción, conversión y fidelización, se garantiza una experiencia coherente, relevante y orientada a generar relaciones duraderas con empresas tecnológicas interesadas en optimizar su modelo de teletrabajo.

## Referencias

- Clavijo, C. (2023, 20 enero). ¿Qué es B2B? Definición, características y estrategias. *HubSpot*. <https://blog.hubspot.es/sales/b2b#que-es>
- Congreso de Colombia. (2008). *Ley 1221 de 16 de julio de 2008: Por la cual se establecen normas para promover y regular el Teletrabajo y se dictan otras disposiciones* (Diario Oficial No. 47 052). [https://sidn.ramajudicial.gov.co/SIDN/NORMATIVA/TEXTOS\\_COMPLETOS/7\\_LEYES/LEYES%202008%20%281182-1269%29/Ley%201221%20de%202008%20%20%28Promoci%C3%B3n%20y%20regulaci%C3%B3n%20del%20Teletrabajo%29.pdf](https://sidn.ramajudicial.gov.co/SIDN/NORMATIVA/TEXTOS_COMPLETOS/7_LEYES/LEYES%202008%20%281182-1269%29/Ley%201221%20de%202008%20%20%28Promoci%C3%B3n%20y%20regulaci%C3%B3n%20del%20Teletrabajo%29.pdf)
- Consultora de Marketing Digital. (2022, December 28). *Cómo atraer la atención de la generación X*. GraciAds Marketing. <https://graciads.com/marketing-para-la-generacion-x/>
- Factorial. (2025). *Ventajas y desventajas del teletrabajo para empresas*. <https://factorial.es/blog/teletrabajo/>
- Lopez, A. (2022, 3 noviembre). *What Is a Virtual Team? Definition & Examples*. ProjectManager. <https://www.projectmanager.com/blog/what-is-a-virtual-team>
- Organización Internacional del Trabajo. (s. f.). *La consultoría de empresas es un servicio de asesoramiento profesional independiente... En La consultoría de empresas: Guía para la profesión* (págs. 1–10). Ginebra: OIT. [https://www.academia.edu/38175630/LIBRO\\_LA\\_CONSULTORIA\\_DE\\_EMPRESAS\\_OIT](https://www.academia.edu/38175630/LIBRO_LA_CONSULTORIA_DE_EMPRESAS_OIT)
- Organización Mundial de la Salud. (2010). *Entornos de trabajo saludables: Marco de acción para empleadores, trabajadores y gobiernos*. [https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/44317/9789243599311\\_spa.pdf?isAllowed=y&sequence=1](https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/44317/9789243599311_spa.pdf?isAllowed=y&sequence=1)
- Pazos, R. (2024, December 6). *Hábitos de Consumo de las Diferentes Generaciones - Consultoría*. Consultoría. <https://walterman.es/habitos-de-consumo-de-las-diferentes-generaciones/>
- Ramona, M., Hernández, L., & Ramos, J. (2016). *Una práctica innovadora en la capacitación empresarial*. Scielo. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0257-43142016000300001&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0257-43142016000300001&script=sci_arttext&tlng=en)

Serna, M. D. A., Branch, J. W., Benavides, L. M. C., & Burgos, D. (2019). Un modelo conceptual de transformación digital. Openenergy y el caso de la Universidad Nacional de Colombia. *Education In The Knowledge Society (EKS)*, 19(4), 95-107.  
<https://doi.org/10.14201/eks201819495107>