

**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING DIGITAL EN LA
EMPRESA “DISTRIBUIDORA IDEMA EN LA CIUDAD DE PASTO”, AÑO 2024
(Resumen Analítico)**

***DESIGN OF A STRATEGIC DIGITAL MARKETING PLAN IN THE COMPANY
“DISTRIBUIDORA IDEMA IN THE CITY OF PASTO”, YEAR 2024
(Analytical Summary)***

Autores (Authors): CORDOBA CHAVES, Andres Felipe, CORTES BASTIDAS,
Juan Manuel

Facultad (Faculty): de FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS
Y ADMINISTRATIVAS.

Programa (Program): de ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

Asesor (Support): PhD: HUGO FERNANDO CEBALLOS GÓMEZ

Fecha de terminación del estudio (End of the research): SEPTIEMBRE 2024

Modalidad de Investigación (Kind of research): Trabajo de Grado

PALABRAS CLAVE

DISEÑO
PLAN ESTRATÉGICO
MARKETING DIGITAL
EMPRESA
DISTRIBUIDORA

KEY WORDS

*DESIGN
STRATEGIC PLAN
DIGITAL MARKETING
COMPANY
DISTRIBUTOR*

RESUMEN: la falta de estrategias de marketing digital es la principal causa de los problemas que enfrentan las empresas distribuidoras. La ausencia de una estrategia efectiva limita su capacidad para aprovechar las oportunidades en línea y competir con otras empresas. Bajo este orden de ideas, se justifica la propuesta de Diseñar un plan estratégico de marketing digital en la empresa "Distribuidora

Idema" de la ciudad de Pasto, con el cual se mejore la promoción y visibilidad en línea de productos en el mercado digital.

La Metodología de investigación del proyecto tuvo un enfoque mixto basado en el paradigma analítico, de carácter descriptivo cualitativo, con un enfoque empírico analítico, esta capacidad de análisis permitió a la empresa tomar decisiones estratégicas que permitan gestionar sus esfuerzos de marketing digital.

Las fuentes e instrumentos de recolección de información se realizaron por medio una entrevista y un cuestionario, la población que participa en esta investigación corresponde a establecimientos que hacen parte de la base de datos de clientes en total 80, por otra parte, se llevó a cabo un censo poblacional a los 10 trabajadores con los que cuenta la empresa, con el fin de comprender las necesidades y preferencias de este grupo, En base a lo anterior, se generó un diagnóstico de los procesos marketing digital de la situación actual, un diseño de una estrategia integral de marketing digital que incluya la creación y optimización de un sitio web moderno y atractivo y por último se estableció una propuesta de un sistema de análisis y seguimiento de métricas, para evaluar el rendimiento de las estrategias implementadas, que permita crear condiciones para mejorar los resultados obtenidos en busca de mejores decisiones para el logro del éxito de la organización.

ABSTRACT: *The lack of digital marketing strategies is the main cause of the problems faced by distribution companies. The absence of an effective strategy limits your ability to take advantage of online opportunities and compete with other businesses. Under this order of ideas, the proposal to design a strategic digital marketing plan in the company "Distribuidora Idema" in the city of Pasto is justified, with which the online promotion and visibility of products in the digital market is improved.*

The research methodology of the project had a mixed approach based on the analytical paradigm, of a qualitative descriptive nature, with an empirical analytical approach. This analytical capacity allowed the company to make strategic decisions that allow it to manage its digital marketing efforts.

The sources and instruments for collecting information were carried out through an interview and a questionnaire, the population that participates in this research corresponds to establishments that are part of the customer database in total 80, on the other hand, it was carried out a population census of the 10 workers that the company has, in order to understand the needs and preferences of this group. Based on the above, a diagnosis of the digital marketing processes of the current situation was generated, a design of a comprehensive digital marketing strategy that includes the creation and optimization of a modern and attractive website and finally a proposal for a metrics analysis and monitoring system was established, to

evaluate the performance of the implemented strategies, which allows creating conditions for improve the results obtained in search of better decisions to achieve the success of the organization.

CONCLUSIONES: el diagnóstico muestra que Distribuidora Idema enfrenta problemas en marketing digital y redes sociales, lo que limita su visibilidad en línea y su capacidad para atraer nuevos clientes. La falta de presencia digital destaca una oportunidad para desarrollar e implementar una estrategia que optimice sus procesos de marketing y mejore la promoción de sus productos en el entorno digital.

Diseñar una estrategia integral de marketing digital que incluya: el desarrollar un sitio web moderno y atractivo con tiempos de carga rápidos y una interfaz intuitiva para mejorar la experiencia del usuario y la presencia activa y constante en redes sociales clave como Facebook, Instagram y TikTok, creando contenido visual atractivo y relevante para fortalecer la imagen de la marca y fomentar la interacción con los clientes.

Establecer un sistema de análisis y seguimiento de métricas clave en marketing digital, para evaluar el rendimiento de las estrategias implementadas y realizar ajustes continuos que permitan mejorar los resultados obtenidos, La implementación de herramientas de monitoreo y análisis, como Google Analytics y SEMrush, es esencial para evaluar la efectividad de las estrategias de marketing digital de Distribuidora Idema. Estas herramientas permitirán a la empresa tomar decisiones basadas en datos, optimizar sus campañas publicitarias y ajustar sus estrategias de contenido para maximizar el retorno de la inversión. Además, la empresa debe estar comprometida con la capacitación continua de su personal y la adopción de nuevas tecnologías para adaptarse rápidamente a las tendencias del mercado y asegurar la mejora continua de sus estrategias digitales.

CONCLUSIONS: *the diagnosis shows that Distribuidora Idema faces problems in digital marketing and social networks, which limits its online visibility and its ability to attract new customers. The lack of digital presence highlights an opportunity to develop and implement a strategy that optimizes your marketing processes and improves the promotion of your products in the digital environment.*

Design a comprehensive digital marketing strategy that includes: developing a modern and attractive website with fast loading times and an intuitive interface to improve the user experience and active and constant presence on key social networks such as Facebook, Instagram and TikTok, creating attractive and relevant visual content to strengthen the brand image and encourage interaction with customers.

Establish a system for analyzing and monitoring key metrics in digital marketing, to evaluate the performance of the implemented strategies and make continuous adjustments to improve the results obtained. The implementation of monitoring and analysis tools, such as Google Analytics and SEMrush, is essential to evaluate the effectiveness of Distribuidora Idema's digital marketing strategies. These tools will allow the company to make data-driven decisions, optimize its advertising campaigns and adjust its content strategies to maximize return on investment. In addition, the company must be committed to the continuous training of its staff and the adoption of new technologies to quickly adapt to market trends and ensure the continuous improvement of its digital strategies.

RECOMENDACIONES: distribuidora Idema necesita realizar un diagnóstico integral de sus procesos administrativos para 2023-2024, con énfasis en estrategias de marketing digital. Este análisis identificará oportunidades para integrar tecnologías digitales que mejoren la eficiencia, aumenten la visibilidad de la marca y fortalezcan su competitividad en el sector de bebidas. Al evaluar fortalezas y debilidades, la empresa podrá modernizar sus operaciones y promover su crecimiento en un entorno digital.

Distribuidora Idema debe desarrollar una estrategia integral de marketing digital que incluya un sitio web moderno y una presencia activa en redes sociales y plataformas clave. Esto permitirá a la empresa ampliar su alcance, atraer nuevos clientes y fortalecer las relaciones con los actuales. Al centrarse en el marketing digital, la empresa podrá adaptarse a las tendencias actuales, mejorar su competitividad y posicionarse como líder en la industria.

Distribuidora Idema debe implementar un sistema sólido de análisis y seguimiento de métricas clave en marketing digital para evaluar el rendimiento de sus estrategias. Este enfoque permitirá identificar áreas de mejora y realizar ajustes continuos, optimizando los resultados. Al basar sus decisiones en datos, la empresa aumentará la efectividad de sus esfuerzos de marketing y garantizará un crecimiento sostenible en un entorno competitivo.

RECOMMENDATIONS: *Distributor Idema needs to carry out a comprehensive diagnosis of its administrative processes for 2023-2024, with emphasis on digital marketing strategies. This analysis will identify opportunities to integrate digital technologies that improve efficiency, increase brand visibility and strengthen its competitiveness in the beverage sector. By evaluating strengths and weaknesses, the company will be able to modernize its operations and promote its growth in a digital environment.*

Distribuidora Idema must develop a comprehensive digital marketing strategy that includes a modern website and an active presence on social networks and key

platforms. This will allow the company to expand its reach, attract new customers and strengthen relationships with current ones. By focusing on digital marketing, the company will be able to adapt to current trends, improve its competitiveness and position itself as a leader in the industry.

Distribuidora Idema must implement a solid system of analysis and monitoring of key metrics in digital marketing to evaluate the performance of its strategies. This approach will allow you to identify areas for improvement and make continuous adjustments, optimizing results. By basing its decisions on data, the company will increase the effectiveness of its marketing efforts and ensure sustainable growth in a competitive environment.