



TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario

Innovación y estrategias SEO para liderar el mundo digital en el sector alimenticio

Corporación Universitaria Remington.
Facultad de Ciencias Empresariales.
Administración de Empresas.

Katherin Vanessa Lázaro Nieto

Luis Andrés Cuello Mercado

Tutor del trabajo de grado.
María José Escobar Mejía

Opción de Trabajo de grado Seminario-Diplomado.
Montería
2025

Dedicatoria

Dedicamos este proyecto a nuestra familia por el apoyo incondicional que nos brindaron día a día para continuar con este proyecto hasta el final. Gracias por ser parte de este logro tan importante para nuestras vidas.

Agradecimientos

Primeramente, le damos gracias a Dios por darnos la sabiduría e inteligencia para culminar nuestro proyecto de manera satisfactoria.

En segundo lugar, agradecemos a la Corporación Universitaria Remington, quien fue la promotora de iniciar con este proyecto, acompañada de la docente María José Escobar Mejía, quien nos guió en este proceso; esta institución siempre tuvo la disponibilidad y el apoyo para que nosotros crezcamos como profesionales. Por eso hoy queremos agradecerles por habernos brindado la oportunidad de iniciar y terminar nuestra carrera profesional en la ciudad de Montería. Infinitas gracias por permitirnos llegar hasta este punto de terminar este proyecto y podernos graduar con honores. Mil y mil gracias de corazón a todos los que hicieron parte de este logro en la Corporación Universitaria Remington.

Tabla de Contenidos

Resumen.....	5
Palabra clave.....	5
Introducción.	6
Pregunta orientadora de la búsqueda	7
Metodología de búsqueda de la información.....	8
Sustentación teórica de la pregunta.....	9
Conclusiones.....	10
Referencias	11
Anexos	12

Resumen

La marca Alpina es una empresa colombiana que fue creada en 1945 por unos suizos llamados Max Bänziger y Walter Göggel que llegaron a tierras colombianas huyendo de la Segunda Guerra Mundial con una iniciativa de emprender su proyecto de venta de leche y productos derivados de esta misma, creció siendo una empresa innovadora, con una gama de productos amplios y un excelente número de consumidores lo que la ha llevado hoy en día a tener más de 75 años de experiencias en el sector alimenticio, es una marca que ha llevado sus productos durante mucho tiempo a surgir por medio de su inspiración novedosa y su implementación moderna en el ámbito digital derribando obstáculos que el entorno le presenta a lo largo de su experiencia por los años incursionados en el mercado.

Esta investigación la realizaremos a cabo implementando la herramienta SEO para lograr identificar qué aspectos son relevantes y disruptivos para que esta marca se siga fortaleciendo, colocando en práctica el posicionamiento orgánico y que este sea clave para atraer tráfico por medio del mundo digital y así permanecer en el tiempo ante la competencia.

Escogimos la marca Alpina como tema de investigación para nuestro artículo porque es interesante conocer cómo Alpina puede innovar a través de técnicas SEO sus productos y brindar sus servicios de manera satisfactoria para su público objetivo. Es una marca con mucha antigüedad que cautiva la manera como maneja su elasticidad frente a otras marcas competitivas y nuevas en el mercado para enfrentarse a desafíos que se presentan en el día a día en cuanto al posicionamiento orgánico.

Palabras clave

posicionamiento orgánico, SEO, innovación, consumidores, competencia, satisfacción

Introducción

Alpina es una marca reconocida por utilizar los medios tradicionales para sus promociones, así como también es fuerte en su implementación del posicionamiento orgánico, puesto que esta marca maneja un sitio web muy completo y fácil de manejar para la audiencia. Sin embargo, aplicar mejoras en cuanto a su presencia orgánica online es importante, estas dos maneras de trabajar promocionando sus productos es útil para el crecimiento en el manejo del SEO en Alpina.

Elegir el SEO para implementar mejoras en la marca Alpina es clave en la apreciabilidad de los motores de búsqueda, ya que con esto se puede lograr obtener una mayor probabilidad de tráfico sin tener la necesidad de manejar con más frecuencia publicidades pagadas, puesto que hoy en día la mayoría de las personas utilizan Google u otros sitios web para investigar sobre productos alimenticios saludables lo que le permite Alpina ser una empresa competitiva ante otras marcas que manejan estrategias para la optimización de sus productos en los sitios web.

Alpina en su trayectoria viene implementando una estrategia digital desde 2016, colocando en práctica este proyecto desde el año 2021, buscando a partir de eso hacer uso de las herramientas tecnológicas, incursionando en el mundo digital y aunque no sean muy claras sus estrategias SEO implementadas a la marca, es una empresa que se mantiene en la era digital y con su presencia en línea desde su sitio web, aportándole a sus productos innovación para tener siempre la comunicación activa con sus consumidores, reforzando su permanencia en el sector alimenticio (Alpina, 2021).

Pregunta orientadora de la búsqueda

La marca Alpina es muy reconocida a nivel internacional, ya que es una industria alimenticia que busca llegar a sus consumidores de manera más competitiva, y para lograrlo es necesario que se acople al mundo digital implementando estrategias innovadoras SEO que no solo se basen en palabras claves, sino que también vaya evolucionando creando alternativas dinámicas que atraigan la atención de los usuarios provocando aumentar el tráfico y desempeñando papeles importantes en la tecnología, es por eso que vemos la necesidad plantear este interrogante:

¿Cómo Alpina puede ser innovadora en la implementación de SEO?

1. Objetivo general

Analizar, mediante la innovación continua en productos y procesos de la marca Alpina, la implementación de estrategias SEO para mejorar la presencia en línea e identificar con exactitud oportunidades para la optimización de motores de búsqueda en el posicionamiento orgánico.

2. Objetivos específicos

- Evaluar el comportamiento interno (on-page) de la página web de Alpina.
- Comparar la postura de la competencia frente a la implementación del SEO que realiza la marca alpina.
- Proponer estrategias disruptivas para mejorar la implementación del SEO en el posicionamiento orgánico de alpina.

Metodología de búsqueda de la información

(Ellis-Chadwick, 2019) Alpina es una marca que puede innovar aplicando estrategias SEO unificando elementos como: el mundo digital, análisis de datos, percepción del cliente y contenido trascendental; esto con el fin de obtener beneficios que aumenten la visualización en las páginas de búsqueda optimizando con palabras clave específicas que minimicen y prioricen los resultados de búsqueda de la audiencia.

Primero resolviendo las preguntas de los consumidores que buscan conocer los productos con datos específicos que permitan obtener resultados relevantes, segundo aplicar SEO semántico para que los motores de búsqueda capten la idea principal del usuario, tercero crear contenidos audiovisuales abordando contenidos atractivos para los consumidores, por último y el más importante, el aprovechamiento de la era digital implementando la inteligencia artificial, que es muy utilizada hoy en día, para que las actualizaciones de los productos sean automáticas según se va dando la presencia digital, adaptándose a los cambios del día a día.

El SEO son tácticas utilizadas para embellecer la visualización del contenido de nuestra página web en las respuestas orgánicas de manera gratuita y es importante que Alpina lo aplique, ya que es una marca nacional e internacional que no prioriza solo su expansión sino también su reconocimiento en la percepción de la audiencia en el mundo digital.

Sustentación teórica de la pregunta

La innovación en SEO no solo implica aplicar las prácticas tradicionales de optimización, sino también adaptar y anticiparse a las tendencias digitales para diferenciarse en un mercado altamente competitivo. Alpina, como marca reconocida y con una larga trayectoria, tiene la oportunidad de reinventar su presencia digital utilizando el SEO de manera creativa y estratégica (Smith, 2022).

Desde la perspectiva de aplicar SEO de producto, se puede implementar SEO propósito con el fin de no solo brindar al usuario una visualización de la gama de productos que les brinda, sino más bien darle ideas para el uso de esos productos, buscando beneficios propios para el bienestar y la nutrición de los consumidores, crear sitios web dinámicos y óptimos donde se puedan hacer búsquedas con palabras clave que nos lleven a encontrar ideas de meriendas saludables y recetas nutritivas que resuelvan necesidades específicas de los usuarios y crear espacios participativos donde los consumidores redacten sus historias reales sobre sus experiencias y logros con la marca. Con respecto de reinventar estas técnicas SEO en la marca Alpina, buscamos tener resultados positivos que fortalezcan a la marca, diferenciándose de la competencia en la implementación de un SEO más creativo y no estrictamente técnico, incrementar el número de probabilidades de clientes reales de la marca y ganar una mayor reputación en el mundo digital, ofreciendo excelentes experiencias a los usuarios.

La marca Alpina puede innovar en sus estrategias SEO integrando contenido semántico, aprovechando la inteligencia artificial y creando contenidos dinámicos que sean coherentes

en la información publicada, llamativos para los usuarios, pero que a su vez realice una combinación donde le brinde satisfacción a sus consumidores. Esto con la ayuda de algoritmos automáticos que le permitan estar actualizados y así orientarse hacia las necesidades reales que está viviendo el consumidor en el momento en cuanto al bienestar de su salud y su nutrición; creando también contenido audiovisuales innovadores y palabras claves que optimicen la búsqueda de voz de manera específica contribuyendo al mejoramiento del posicionamiento orgánico de la marca Alpina llevándola a ser la marca número uno en los motores de búsqueda e interactiva motivacionalmente para los consumidores.

Conclusiones

En conclusión, podemos ver que Alpina tiene un gran potencial para evolucionar de manera muy considerable en su desarrollo digital al aplicar estrategias de (SEO) centradas en la innovación con un contenido valioso y experiencias en el usuario. Este avance no solo reforzará su presencia en este entorno digital, sino que también se posicionará a nivel mundial como una marca moderna, adaptable y receptiva a las tendencias del mercado. La unión de innovación y tradición puede convertir el (SEO) en un motor esencial para asegurar su competitividad y lograr un gran crecimiento notable en un futuro cercano.

En esta investigación pudimos evidenciar que la marca Alpina, al implementar SEO disruptivamente, logra tener una transformación centrándose directamente al consumidor, logrando mayor conectividad y volviéndose más influyente. Alpina logrará construir a futuro una marca con sentido social fortaleciendo la lealtad de los consumidores, encontrará que el usuario se contextualice más en su búsqueda, obtendrá influir en una audiencia cada vez más orientada al consumo de contenido audiovisual y hará que la marca se vuelva más dinámica, interesante y particular (Nieto, 2025).

La evolución de la implementación del SEO a la marca Alpina se puede medir de manera cualitativa, primordialmente haciendo un diagnóstico inicial, luego encuestas, se analiza la conducta de los consumidores y se realizan entrevistas a los usuarios. Así podemos evaluar qué impacto producen implementar estas estrategias SEO a la marca Alpina.

Referencias

- Alpina. (2021). *Alpina presenta su proyecto de transformación digital*. Recuperado el 5 de junio de 2025, de <https://alpina.com/contenidos/post/alpina-presenta-su-proyecto-de-transformacion-digital>.
- Ellis-Chadwick, C. &. (2019). *Digital Marketing (7th ed.)*. Pearson Education.
- Nieto, V. (2025). *Propuesta personal basada en análisis de la estrategia digital de Alpina y tendencias SEO*. Trabajo inédito.
- Smith, C. &. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Routledge.