

**Plan de Mejora Elanco Colombia S.A.S**

**Propuesta Marketing Digital para Posicionamiento en el sector de ganadería**

**Tutor: Ernesto Arguello**

**Negocios Internacionales**

**Natalia Alexandra Rodríguez Moyano**

**Universidad Santo Tomás**

**Negocios Internacionales**

**Bogotá D.C.**

**2025**

### Tabla de Contenido

|                                                                                         |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Resumen .....                                                                           | 3  |
| 1.1.    Introducción .....                                                              | 6  |
| 2.    La Empresa.....                                                                   | 8  |
| 2.1.    Misión: .....                                                                   | 8  |
| 2.2.    Visión: .....                                                                   | 8  |
| 2.3.    Ubicación Geográfica.....                                                       | 8  |
| 3.    Estructura Organizativa .....                                                     | 10 |
| 3.1.    Organigrama.....                                                                | 10 |
| Comprensión del mercado: .....                                                          | 10 |
| 4.    Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.....                    | 12 |
| 5.    Planteamiento Central del Informe de Prácticas Profesionales .....                | 15 |
| 6.    Importancia, limitaciones y Alcances del Trabajo de Prácticas Profesionales ..... | 15 |
| 7.    Objetivo General .....                                                            | 16 |
| 8.    Planteamiento del Plan de Mejora.....                                             | 16 |
| 9.    Contenido Plan de Mejora.....                                                     | 19 |
| 10.    Conclusiones .....                                                               | 22 |
| 11.    Seguimiento Practica Profesional.....                                            | 23 |

### Lista de figuras

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| Figura 1 Ubicación Geográfica                       | 9  |
| Figura 2 Organigrama                                | 10 |
| Figura 3 Análisis DOFA                              | 13 |
| Figura 4 Estadísticas Instagram Campaña Influencers | 21 |

### Lista de tablas

|                    |    |
|--------------------|----|
| Tabla 1 Cronograma | 23 |
|--------------------|----|

### Resumen

En el transcurso de las prácticas profesionales en Elanco Colombia S.A.S, se exploró la gran oportunidad de participar en el área de Marketing en Ganadería. Se desempeñaron diferentes actividades fundamentales para el área, como actualizar hojas de cálculo con información de los Challenge que se organizaban para impulsar las ventas y así mismo, preparar y presentar los resultados del mismo. Igualmente apoyar en la organización y ejecución de Eventos para lanzamientos de nuevos productos. También se presentó la oportunidad de asistir en Medellín al lanzamiento de Ganaseg, un producto que se reintegró nuevamente al mercado con una mejor fórmula. Además, también realizar un diagnóstico de las redes sociales de Elanco Rumiantes, donde se destacaron fortalezas, áreas de mejora y se implementaron recomendaciones a tener en cuenta para que la cuenta tenga mayor alcance, engagement y seguidores, para así darse más a conocer en Colombia y aumentar su nivel de ventas. Esta experiencia no solo fortaleció habilidades en marketing y la parte administrativa, sino que también aportó una visión más clara del funcionamiento de una Multinacional, los animales e identificar áreas de mejora en el proceso de aprendizaje para profundizar más en próximas experiencias.

Además, se desarrolló un Plan de Mejora centrado en crear una guía que ayude a que la cuenta de Instagram tenga mayor número de seguidores, engagement y alcance. Se realizó el contrato con una agencia para ejecutar este plan, pero el proceso de contratación fue demorado así que por esa razón se creó una guía que queda para el desarrollo de la agencia y el manejo del área de Marketing Ganadería en el proceso de evolución de Redes Sociales. La elaboración del plan incluyó una investigación en la parte de Marketing digital actualizando en tendencias,

estrategias de posicionamiento, creación de videos o reels llamativos para atraer mayor audiencia (Incluyendo guiones y grabación), pautas publicitarias con Influencers Colombianos y de la Región y estadísticas sobre preferencias de los consumidores enfocados al nicho de la compañía, los cuales son fundamentales para tener en cuenta al momento de pensar una estrategia para la red social. En conjunto, esta guía no solo mejorara la presencia de Elanco Ganadería en redes, sino que al aumentar su visibilidad, alcance e interacción llevara a tener un mayor flujo de ventas.

### **Agradecimientos**

Me gustaría expresar mi más profundo y sincero agradecimiento a mi hermana Nelly, Manel que es un gran amigo, pero un miembro más de la familia importante para mí y a mi Papá, quienes han sido fundamentales en mi desarrollo, apoyo económico e impulso para salir adelante en busca de seguir mis sueños y desempeñarme como toda una profesional.

Además, quiero agradecer a mis Profesores, quienes siempre estuvieron dispuestos a enseñarme, escucharme y orientarme con la mejor actitud, pero especialmente a Ernesto Arguello, Dayana Benavides, Brayan Franco y Yesid Ochoa, quienes siempre me guiaron con sus consejos no solo en la parte académica sino también en mi parte personal, fueron guía esencial en cada uno de los retos que se me presentaban, los proyectos que he realizado y siempre estuvieron pendientes y atentos no solo a nivel estudiantil sino también en mi parte personal y mi desarrollo. Sus consejos fueron guía esencial para culminar exitosamente mi proceso académico. Finalmente, agradezco a Elanco Colombia S.A.S por la oportunidad de desarrollar mi práctica profesional en un entorno tan agradable laboralmente y de donde me llevo muchos aprendizajes en todos los aspectos de mi vida.

### **1.1. Introducción**

El presente informe tiene como objetivo informar y describir las experiencias y aprendizajes adquiridos durante la práctica profesional en Elanco Colombia SAS. Durante este periodo de formación se aplicaron conocimientos experimentados durante la carrera como profesional en negocios internacionales bajo la modalidad de prácticas profesionales en la empresa Elanco Colombia SAS, mayormente en Marketing al enfrentarse a un ambiente laboral real. Se realizó por medio de diferentes actividades como gestión de órdenes de compra, ingreso de información financiera y no financiera de acuerdo con los Challenge y litros vendidos por cada comercial con base a la estrategia de Marketing que se realizó para redimir los premios correspondientes. Además, se realizó apoyo en la organización y ejecución de eventos para el lanzamiento de nuevos productos en Colombia y Costa Rica. También se propuso realizar un diagnóstico de las redes del área de Ganadería de la compañía para realizar un plan de mejora y de acuerdo con esto manejar el proyecto de comenzar a pautar con Influencers en Colombia y Costa Rica, con el fin de dar a conocer más la compañía y sus productos. Cada una de estas actividades contribuyó a cumplir satisfactoriamente todas las labores asignadas de la compañía para su mejor ejecutamiento posible.

En el mundo de los Negocios Internacionales, el Marketing Digital es un elemento estratégico y fundamental para expandir el mercado a nivel global y enfrentar la competitividad que crece cada día más en un mundo globalizado. Según Porter (1986), la ventaja competitiva depende en gran porcentaje de la visibilidad y reputación que una empresa logre proyectar. De acuerdo a lo anteriormente mencionado, las redes sociales y plataformas digitales son un canal clave para generar confianza y credibilidad en los clientes actuales y potenciales.

Además, según Micaela Sabja (2025) en su artículo “Marketing y negocios internacionales en la era digital: Retos y Oportunidades” afirma que el Marketing y Negocios Internacionales “no son solo una opción, son una necesidad” para cualquier empresa o marca que busque trascender fronteras. Por medio de la globalización tenemos grandes oportunidades para permear otros mercados que antes parecían inalcanzables y el Marketing digital se posiciona como el medio para cruzarlas.

Así mismo, según el libro Principles of Marketing en su 19 edición de 2023, Kotler y Armstrong afirman que en un entorno que cada día se vuelve mucho más digital y social, es de vital importancia crear comunidades que interactúen y se fidelicen con las marcas por medio de su contenido, para que de esta manera formen parte de sus vidas y rutinas. Por medio de esta perspectiva se tiene que claro que es imprescindible contar con estrategias de mercadeo, ya que la creación de valor en la marca se logra al conectar con la audiencia por medio de la experiencia digital que se brinda, captando la atención, invitando a interactuar a los clientes actuales y los potenciales. De igual manera, por medio de administración y procesos se refuerza la importancia de incorporar enfoques digitales en la parte organizacional para fomentar el nivel de interacción, conexión y retroalimentación de manera constante. Por otro lado, acá también se señala la importancia del Marketing Digital para facilitar comunidades digitales a nivel global, posicionar la marca en nuevos mercados, de manera alineada, coherente y activa en cada mercado.

## **2. La Empresa**

### **2.1. Misión:**

La misión de Elanco es enriquecer la vida de los animales ofreciendo soluciones innovadoras para su salud y bienestar. Esto se traduce en un enfoque en el desarrollo y la distribución de medicamentos, vacunas y otros productos de alta calidad para prevenir y tratar enfermedades en animales de compañía y ganado. En definitiva, al mejorar la salud animal, Elanco busca impactar positivamente la vida de quienes los cuidan y contribuir a un mundo más saludable y sostenible.

### **2.2. Visión:**

Alimentos y compañía que enriquecen la vida. Estas cinco palabras nos guían hacia un propósito mayor.

Innovaremos rigurosamente para beneficiar a nuestros clientes y mejorar la salud animal.

#### **Para nuestros Clientes**

Seremos sus defensores y nos ganaremos continuamente su confianza, mejorando la salud animal y creando valor a través de productos, experiencia y servicio innovadores.

#### **Para nuestros Empleados**

Juntos, fomentaremos una cultura inclusiva donde usted pueda marcar la diferencia, fomentando la propiedad, el crecimiento y el bienestar, mientras nos centramos en los clientes y los animales a su cuidado.

### **2.3. Ubicación Geográfica**



### 3. Estructura Organizativa

**Figura 2**

*Organigrama*



*Nota:* Elaboración Propia, (Rodriguez,2025)

Los Departamentos de Elanco S.A.S colaboran entre sí para el cumplimiento eficiente y efectivo de todas las operaciones que se realicen.

El área de Marketing en Ganadería, liderada por Nathalia Gallo, se encarga de la gestión de varias responsabilidades clave, centrándose en la promoción y venta de productos o servicios de salud animal a ganaderos, veterinarios y otras partes interesadas. Algunas áreas clave en la que se centra son:

**Comprensión del mercado:** Implica una investigación exhaustiva para identificar las necesidades específicas de los ganaderos, las tendencias actuales del mercado y el panorama competitivo de los productos de salud animal. Analizan datos sobre la demografía animal, la

prevalencia de enfermedades y las preferencias de los ganaderos para adaptar eficazmente sus estrategias de marketing.

**Posicionamiento y comunicación del producto:** El marketing define cómo se presenta un producto al público objetivo. Esto incluye la elaboración de mensajes clave que destaquen los beneficios y la propuesta de valor del producto, abordando las preocupaciones y prioridades específicas de los ganaderos.

**Desarrollo de campañas de marketing:** Planifican y ejecutan campañas de marketing en diversos canales. Estos canales pueden incluir publicidad (impresa, digital o audiovisual), relaciones públicas, eventos educativos (como seminarios o talleres) y la interacción directa con los ganaderos a través de representantes de ventas o plataformas en línea.

**Creación y distribución de contenido:** La creación de contenido educativo y atractivo es crucial. Esto podría incluir publicaciones de blog, artículos, videos, folletos o infografías que ofrezcan información valiosa sobre la salud animal, las mejores prácticas y el uso de productos específicos.

**Apoyo a las ventas:** Se suele colaborar estrechamente con los equipos de ventas para dotarlos de las herramientas y los recursos necesarios para vender productos eficazmente. Esto puede implicar el desarrollo de materiales de venta, programas de capacitación y la provisión de información de mercado para respaldar las iniciativas de ventas.

**Marketing digital:** Dada la creciente adopción de tecnología en la agricultura, el marketing digital desempeña un papel vital. Esto incluye la gestión de la presencia en redes sociales, la optimización en motores de búsqueda (SEO), el email marketing y la publicidad online para llegar eficazmente al público objetivo.

**Seguimiento y evaluación:** Medir el éxito de las campañas de marketing es esencial. Se realiza un seguimiento de métricas clave como el conocimiento de marca, la generación de leads, las tasas de conversión de ventas y el retorno de la inversión (ROI) para perfeccionar las estrategias y optimizar la asignación de recursos.

#### **4. Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica:**

En Elanco Colombia S.A.S, el rol que se desempeñó como practicante de Negocios Internacionales en el área de Marketing en Ganadería es fundamental para asegurar la correcta visibilidad de las marcas, y así mismo va muy de la mano con las ventas que se ejecuten. Las funciones que se realizaron fue buscar y mandar elaborar material promocional para promover cada marca, planear y darle seguimiento a los retos que se hacen en cada trimestre para impulsar una marca en especial, buscar estrategias de visibilidad en redes sociales, ya que no es un fuerte de la compañía y por eso actualmente se realizó una gran búsqueda y ejecución de pautas con Influencers del nicho. Adicionalmente, se planifican y ejecutan eventos de lanzamiento para nuevas marcas que se añaden al portafolio. Precisamente, hubo la gran oportunidad de asistir a uno de estos en Medellín. Igualmente, también se realiza gestión y seguimiento de órdenes de compra según los diferentes planes de Marketing que se tienen en cuenta y asistir a jefes directos en sus labores diarias. En definitiva, la contribución como practicante es clave para el buen desempeño del área en la empresa, con el fin del cumplimiento eficiente y eficaz de las labores y planes que se tienen asignados.

**Figura 3***Análisis DOFA*

*Nota:* Elaboración Propia, (Rodriguez,2025)

### **Fortalezas**

En Elanco Colombia S.A.S las fortalezas que se pudieron identificar son el gran portafolio de productos con el que cuenta, gracias a su calidad y trayectoria en el mercado aunque no tienen tanta presencia en redes sociales, sus productos son sumamente reconocidos por sus grandes formulas y eficacia, lo cual permite que el producto sea confiable a los consumidores actuales y a los posibles futuros. Además, Elanco es un gran referente en el sector ganadero, especialmente con su producto estrella en Colombia “Belamyl”, un multivitamínico para los animales que gracias a su gran fórmula ha sido demasiado reconocido.

### **Debilidades**

Las debilidades identificadas, como la poca actividad en redes sociales ya que las publicaciones son ocasionales, no hay una frecuencia óptima lo que hace que las personas se olviden de la compañía. Además, acá en Colombia Elanco no es una compañía muy reconocida en las personas para lo grande que es y el gran portafolio que tiene de productos con muy buenas fórmulas para todo tipo de animales. Igualmente, en la actualidad la mayoría de los ganaderos ya son personas adultas que quien dar paso a su siguiente generación para hacer frente al negocio que dejan como legado y como bien se sabe el medio de información que más busca la juventud son las redes sociales.

Por lo anterior es necesario crear una buena estrategia de Marketing Digital con personas capacitadas para así crear contenido profesional, pero a la vez orgánico que genere interacción, generando mayor engagement y alcance.

### **Oportunidades**

Las oportunidades identificadas actualmente es el crecimiento que a diario tienen las redes sociales para descubrir y promover marcas como en este caso sería Elanco. De esta manera, se puede atraer nuevos potenciales clientes que comiencen a conocer los productos por medio de formatos cortos, breves e innovadores como son los videos que según como estén elaborados pueden generar mayor interacción y conocimiento de una manera rápido y mayormente perdurable en la memoria. Además, en la actualidad pautar con influencers del nicho de ganadería es una gran estrategia de Marketing Digital para con su audiencia ya establecida demostrar la eficiencia del producto y promocionarlo de una manera orgánica.

### **Amenazas**

Las amenazas que se pueden identificar son que los clientes actuales y los potenciales en el futuro pueden migrar a productos de la competencia que si tengan buena visibilidad y una adecuada estrategia de Marketing Digital. Igualmente, el algoritmo está en constante cambio

impulsando las marcas presentes en redes sociales, lo cual es una ventaja que se está desperdiciando.

Este Análisis FODA demuestra las fortalezas internas que tiene Elanco Colombia S.A.S, para que de esta manera las pueda aprovechar, así como oportunidades en el mercado en el que se encuentra que son una gran ventaja para explotar. Igualmente, también se identifican debilidades que se deben tener en cuenta y amenazas externas que requieren tener una vigilancia continua. Según lo anterior, Elanco Colombia S.A.S puede desarrollar estrategias efectivas para mejorar su posición competitiva en el mercado, para así tener mayor visibilidad y crecimiento como marca.

### **5. Planteamiento Central del Informe de Prácticas Profesionales**

Durante la práctica profesional en Elanco Colombia S.A.S, se identificaron debilidades y amenazas que tienen un impacto negativo en el buen funcionamiento del área de Marketing y de esta manera va ligado a la parte comercial y de ventas. Entre las debilidades la más importante es la falta de presencia constante en redes sociales que da menor visibilidad de la marca y de esta manera no se pueden captar nuevos potenciales clientes para aumentar ventas. Para esto se creará una Guía de Marketing descrita posteriormente. Por otro lado, las amenazas incluyen otras marcas en las que competidores están ocupando esa visibilidad y pueden captar la atención de clientes actuales y potenciales

### **6. Importancia, limitaciones y Alcances del Trabajo de Prácticas Profesionales**

Durante la práctica en el área de Marketing en Elanco, se comprendió la importancia de planificar estratégicamente las campañas a realizar para posicionar los productos del portafolio, analizar el consumidor y la comunicación efectiva para posicionar productos en el mercado de la

ganadería. Adicionalmente, esta experiencia permitió aplicar conocimientos teóricos aprendidos en la universidad en un entorno real e identificar también áreas de mejora como el manejo de Excel, que fue algo que aunque se aprendió mucho, hay que seguir mejorando para el desempeño profesional. Además, se identificaron ciertas limitaciones como la toma de decisiones estratégicas en proyectos digitales pero que en su mayoría se lograron aprobar como el inicio del proyecto de Influencers para pauta digital. Igualmente, también otras no se logró tener gran participación, ya que, algunas personas del Equipo no son tan flexibles al cambio pero es algo que se puede mejorar.

### **7. Objetivo General:**

Proponer una guía de Marketing Digital enfocada al crecimiento de redes sociales de Ganadería, con el fin de mejorar su visibilidad en el medio, fortalecer su posicionamiento y brindar apoyo para culminar los objetivos comerciales de Elanco Colombia S.A.S.

### **Objetivos Específicos:**

Identificar fortalezas, áreas de mejora y recomendaciones especiales para conocer el estado de actual de las Redes Sociales y así identificar el mejor plan a ejecutar.

Definir lineamientos de comunicación, frecuencia de publicación, estructuración de videos por medio de estrategias de marketing para generar engagement y formatos de contenido.

Implementar una guía de marketing para evaluar el impacto en el crecimiento y posicionamiento de las redes sociales de la compañía.

### **8. Planteamiento del Plan de Mejora**

Hoy en día las Redes Sociales son indispensables en una compañía para conectar con audiencias, promocionar productos y generar posicionamiento, siempre y cuando exista una

presencia activa, coherente y estratégica. Para esto, la implementación de este plan es ideal para mejorar el alcance y visibilidad de redes sociales en el nicho de Ganadería, brindando una guía y soluciones para la creación de contenido orgánico, pero a la vez profesional dirigido a Ganaderos y Médicos Veterinarios.

Por lo anterior, se implementó un diagnóstico sobre el estado actual de las redes sociales de Elanco, evidenciando que no hay una frecuencia de publicación constante y además su última publicación fue hace varios meses y desde ahí no ha vuelto a existir una buena presencia a nivel digital. De la misma manera, aunque su contenido se ve profesional no genera ningún tipo de interacción entre los usuarios que ya son seguidores y los que podrían llegar a interesarse en conocer la marca, tienen un bajo engagement en comparación al tamaño de la marca. Además, el contenido se ve con poco nivel de humanización, ya que no hay casi aparición de personas como Médicos Veterinarios, ganaderos o historias reales lo que genera una pérdida de conexión con la audiencia, provocando que no interese ingresar al perfil de la marca a conocer su portafolio de productos.

Al implementar esta estrategia de marketing digital enfocada 100% en Ganadería de Elanco Colombia S.A.S podremos aumentar entre un 20 a 40% las ventas ya que según (Stack Influence, 2025) se ha demostrado que las empresas que por medio de redes sociales conectan con su audiencia pueden aumentar en sus ventas y por ende mejoraría la eficiencia operativa y rentabilidad por digitalización. Algo que podría mejorar en el alcance de Elanco, recordación de marca, productividad interna y resultados financieros

Lo anterior se sustenta en que según estadísticas emitidas por (WordStream, 2025) se evidencia que el 63% de las empresas a nivel global ha aumentado su presupuesto de marketing digital, así como el 94% de empresas pequeñas también lo ha hecho. Lo anterior refleja como es

de suma importancia en la actualidad para cualquier empresa que quiera mejorar su visibilidad, ventas y reconocimiento de marca. Además, más del 20% de las empresas afirman que sus clientes potenciales provienen del éxito de sus campañas de marketing en medios digitales, lo cual nos demuestra la importancia de tener una marca fuerte y solida en redes sociales para el buen funcionamiento de la compañía y que cada vez obtenga mejores resultados.

Adicionalmente, al trabajar la guía de Marketing que se propone como plan de mejora se establecieron algunos KPI que se complementan entre sí para verificar el rendimiento de la guía que se implementará y de esta manera facilitar la toma de decisiones frente a las estrategias de Marketing digital que se implementaran. Los indicadores de desempeño a trabajar son los siguientes:

**Frecuencia de Publicación:** Con el fin de medir el número de publicaciones realizadas al mes, para así saber si alcanza la meta.

**Alcance:** Con el fin de medir el número de personas que han visto la publicación.

**Tasa de Interacción:** Con el fin de medir número de me gusta, comentarios, guardados y compartidos. Para de esta manera identificar si se logra la meta y las estadísticas que esta teniendo cada contenido. De esta manera, se puede identificar que funciona y que no en la audiencia.

**Número de Seguidores:** Mide el incremento mensual de seguidores en cada Red Social, para evaluar según la meta propuesta.

**Número de Clics en Enlaces o Botones:** Podemos identificar cuantas personas hacen clic en los enlaces del perfil, sitio web, WhatsApp etc.

**Publicaciones con Mayor Rendimiento:** Mide que contenidos generan más interacciones, alcance o guardados. Así, podemos identificar que contenido funciona más para poder replicarlo en nuevos formatos.

**Tasa de Respuesta a mensajes o comentarios:** Mide el tiempo promedio de respuesta y nivel de atención al cliente por redes.

## 9. Contenido Plan de Mejora

Se realizará una guía de Marketing especializada 100% en ganadería y en la empresa Elanco Colombia S.A.S, como una herramienta estratégica para la estructuración y optimización al momento de crear contenido y que este sea de manera orgánica y enfocado en el nicho de ganadería, logrando conectar con la audiencia por medio de publicaciones que interactúen de una mejor manera con la audiencia, generen engagement, autenticidad y demuestren de una manera real la eficiencia y eficacia del portafolio de productos de Elanco. Esta guía establecerá lineamientos claros para la generación de contenido, incluyendo pautas para la producción de videos exitosos, desde la definición de estructuras narrativas efectivas, guiones adaptados al lenguaje del ganadero colombiano, organización de planos, hasta hooks ideales para mantener el interés del espectador, adaptados a resaltar el beneficio de los productos en contextos reales del campo. El objetivo principal será crear una comunicación digital que no solo sea de carácter profesional e informativo, sino también genere una conexión real y cercana, auténtica y capaz de aumentar la visibilidad en redes sociales, posicionando la marca como líder innovador en el sector de salud animal y haciendo frente a competidores que ya están conquistando el medio digital.

Adicionalmente, esta guía incluirá lineamientos específicos sobre la colaboración pagada o pauta con influencers del nicho ganadero, quienes jugarán un rol de suma importancia en la expansión de la presencia digital de la compañía, aportando credibilidad y cercanía con el público objetivo. Inicialmente, esta estrategia en Colombia se enfocará en promocionar uno de los productos estrella en el país, Belamyl, un multivitamínico para ganado bovino, reconocido en el mercado por su aporte al bienestar y rendimiento del ganado. Para ello, se brindarán lineamientos de trabajo especiales al momento de seleccionar los influencers, de comunicación ideal en la creación del video promocional, tomas adecuadas de animales y productos, estrategias para mantener la atención del espectador y lineamientos de políticas especiales de la compañía que les gustaría se vieran siempre reflejadas en los videos promocionales de productos para el ganado, manteniendo los valores y principios de la compañía como líderes en salud innovadora para el bienestar animal y que además refuercen el alcance de Elanco. Además, también por el momento esta estrategia de pauta de influencers se realizará en uno de los países de los que se tiene presencia en el Caribe, el cual es Costa Rica pero con la diferencia de que se manejará el producto Pecutrin en el lanzamiento de su nueva presentación, pero igualmente con los mismos lineamientos anteriormente descritos para Colombia. En conjunto, esta guía permitirá que la compañía cuente con un marco integral que regule la comunicación y el marketing digital, fomente la innovación al momento de crear contenido y potencie el posicionamiento y recordación de marca, así como el cumplimiento de sus objetivos a nivel comercial.

Actualmente, al mes de Junio de 2025 ya se implementó la primera campaña con influencers en el nicho de ganadería para la promoción del producto Belamyl, descrito anteriormente. Se trabajó en conjunto con la agencia de Influencers FLUVIP, que es líder en creadores de contenido en América. Se realizaron varias reuniones con el equipo para escoger los

creadores óptimos de acuerdo con su alcance, número de seguidores, tipo de contenido y en conclusión teniendo en cuenta los KPI establecidos anteriormente. Posteriormente se realizó una sesión de kick off con los talentos con el fin de darles la bienvenida, que conocieran un poco más de la compañía, el portafolio de productos y como resultado se vio mucho interés de su parte, ya tenían conocimiento del producto y lo efectivo que era en el ganado, pero no sabían que era de la marca Elanco, donde se refleja la falta de reconocimiento de marca que hay para una compañía tan grande como la que es. Igualmente, a cada Influencer se le envió la cantidad del producto que solicitaron para la prueba y grabación de contenido. Así mismo se realizó la revisión de guiones, formatos, tomas de animales y el producto, donde también se evidenció la necesidad de tener lineamientos específicos para así optimizar mejor el tiempo en la creación de contenido y de aquí parte la necesidad de implementar esta guía de marketing mencionada anteriormente.

Finalmente, se realizó la campaña de influencers proyectando que cada uno realizará un reel y dos historias. Este proyecto permitió dar a conocer más la compañía Elanco, los beneficios de los productos, el rendimiento que tienen y como un ganadero lo usa de manera real en el ganado bovino. Se proyectó un buen progreso en las vistas, alcance, engagement e impacto como se muestra a continuación en la siguiente imagen en la red social Instagram.

**Figura 4**

*Estadísticas Instagram Campaña Influencers*



*Nota:* Tomado de Fluvip SA, (2025)

La guía podrá ser visualizada en la parte final, en los anexos del plan de mejora.

## **10. Conclusiones**

Para concluir, se entiende la importancia de implementar una estrategia de marketing digital efectiva y por ende se realiza el prototipo de la Guía de Marketing especializada 100% para Ganadería en Elanco Colombia. Además, con el proyecto realizado de Pauta con Influencers del nicho de Ganadería y gracias a los KPI establecidos se evidenció un buen aumento para comenzar en el alcance, interacción y recordación de marca en nuevos usuarios, así como también el aumento de aproximadamente un 20% más en seguidores nuevos en la red social de Instagram en solo un mes, lo que los vincula como parte de la audiencia pendiente a nuevos lanzamientos, actualizaciones de productos y conocimiento del amplio portafolio de productos y indica como con mayor constancia y dedicación los resultados pueden ser mejor.

En ese sentido, la Guía de Marketing Digital no solo se establece como un manual operativo, sino como una herramienta esencial para la innovación en los procesos de comunicación, creación de contenido y mercadeo bajo el mismo objetivo de potenciar el impacto de Elanco como marca líder en salud y bienestar animal por medio del uso estratégico de las redes sociales como Instagram. Su implementación permitirá optimizar tiempo, recursos, estandarizar procesos y garantizar que las acciones digitales y valores de la compañía estén reflejados en cada pieza digital. De esta manera el plan de mejora se consolida como una propuesta de manera integral que responde a los retos actuales de la digitalización en los Negocios Internacionales y proyecta la compañía como una multinacional preparada ante las exigencias del mercado global en un mundo cada vez más competitivo. Para finalizar esta guía será implementada en Septiembre de 2025 por la empresa para quien será fundamental en este paso a la era digital en la que estamos inmersos.

### 11. Seguimiento Practica Profesional

Se va a establecer un cronograma de manera detallada, indicando el momento en el que se llevará a cabo las diferentes actividades que se van a realizar:

**Tabla 1**

*Cronograma*

| ACTIVIDAD                                                                      | FECHA DE INICIO | FECHA DE FINALIZACIÓN |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------|
| Establecer KPI's                                                               | 1 mes           | 2 mes                 |
| Implementar proyecto de Pautas con Influencers                                 | 2 mes           | 5 mes                 |
| Implementar guía para crecimiento en redes sociales especializada en Ganadería | 4 mes           | 6 mes                 |
| Reuniones Mensuales                                                            | Cada mes        | continuo              |
| Seguimiento mensual de KPI's                                                   | Cada mes        | continuo              |

*Nota:* Elaboración Propia, (Rodriguez,2025)

### Referencias

Marino, S. (2025, 19 de mayo). 180 + *Strategy – changing digital marketing stadistics for 2025*.

(Stack Influence, julio 2025). *Top 10 benefits of social media marketing for e-commerce brands*.

Sabja, M. (2025, 27 de febrero). *Marketing y negocios internacionales en la era digital: Retos y oportunidades*

**Anexo:****Guía Marketing Digital y Creación de Contenido Elanco Ganadería****Introducción**

Actualmente estamos inmersos en un mundo cada vez más tecnológico, por lo cual el sector ganadero no puede quedarse atrás y más que las generaciones de ganaderos mayores están comenzando a pasar a manos de sus hijos o familiares más jóvenes quienes usan como medio informativo y de entretenimiento redes sociales en un 90%.

Instagram se ha convertido en una plataforma poderosa como herramienta educativa, de visibilización y conexión con nuevos públicos que existen detrás del campo colombiano. Por lo anterior, esta guía de creación de contenido está pensada para ayudar a profesionales del sector veterinario, marcas y creadores de contenido del mismo nicho a comunicar de forma orgánica, estratégica y efectiva sus formatos promocionando o brindando información sobre el portafolio de productos de Elanco Colombia S.A.S

Por medio de lineamientos claros, estructuras y ejemplos ideales, esta guía busca estandarizar el tono, formatos y pilares de contenido para que las publicaciones no solo informen, sino que también generen conocimiento y crecimiento en la comunidad digital. Desde formatos, estructuras ideales, consejos técnicos, hasta buenas prácticas con animales y el uso

responsable de productos, aquí encontraras todo lo necesario para posicionar a la marca en redes con contenido de valor, atractivo y alineado con los objetivos del sector

### **Misión del Perfil**

#### **Tono de Comunicación:**

**Tono de Voz:** Usar un tono cercano, comprensible para cualquier persona así no sea ganadero, profesional y confiable

**Estilo de Comunicación:** Educativo, inspirador y humano. Teniendo en cuenta incluir tips para la salud animal, mostrando la efectividad de los productos, casos de éxito y la relación del ganadero con sus animales en medio del campo

**Palabras Recomendadas:** Productividad, confianza, innovación, futuro de ganadería, salud animal, calidad, recuperación rápida

**Palabras a evitar:** Lenguaje demasiado técnico y difícil de comprender, expresiones negativas, hablar de otros productos, promesas irreales, malas palabras (groserías)

### **Lineamientos de Imagen y Grabación:**

Usar tomas de animales sanos y cuidados, naturales, en campo con luz natural.

Proyectar tomas orgánicas del producto y del ganadero en acción (usando el producto, cuidando sus animales, alimentándolos, revisándolos etc).

Evitar imágenes oscuras, con muchos distractores, sucias o que muestren maltrato animal.

Mantener el feed de Instagram con una armonía cromática, guiada por los principales colores de la marca para dar una imagen mucho más corporativa, combinar reels, fotos, carruseles, videos, siempre manteniendo la estética visual.

### **Estructura para Videos Orgánicos y Exitosos**

Cada vez la atención de los usuarios en línea es mucho más corta. Por esto es demasiado importante tener una estructura en los videos que permita enganchar a la persona a ver el contenido y no realizar el famoso “escroleo” en la audiencia. La estructura propuesta identificada de videos exitosos y estudiada por varios cursos que se han tomado es la siguiente:

**Hook:** Es el enganche a las personas, puede ser hablado, visual o de sonido y son los primeros dos o tres segundos, donde se debe iniciar con algo que llame la atención. De igual manera este debe estar implícito en el video y debe tener varios enfoques como el dolor que se está tocando, el beneficio, y por último algo que genere autoridad a la marca. (Al final de la guía podrás encontrar un listado de hooks que te ayudaran a llamar la atención en tus videos)

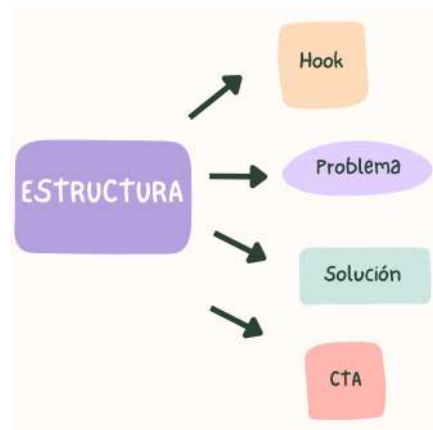
**Problema o Necesidad:** Siempre se debe realizar una investigación de posibles dolores, problemas o incluso objeciones de la audiencia. Estos los encontramos en reseñas, comentarios en página web o en las publicaciones de redes sociales y lo que nos permite esto es incrementar la confianza de las personas con nosotros

**Solución del Problema:** Tener un pitch creativo, nombras los beneficios, como se llegó a ese producto. (Ej: me lo regalo una amiga, me llamo la atención en un anuncio). Es importante mostrar testimonios, ¿cómo te fue a ti o más personas usándolo?, ¿cuál es tu reseña final?

**Call to Action:** Generar interacción. Hablar claramente en el video para que las personas lo hagan. Por ejemplo algunos CTA serían:

- ¿Y tú? ¿Te animas a probarlo? Cuéntame como te va en los comentarios
- Si este producto te gusto dale like y déjame saber que te pareció en los comentarios
- Quieres saber más? Toca el enlace para saber más detalles
- ¿Qué piensas? Comenta abajo y comparte tu opinión con nosotros

Es importante preguntar a la marca a dónde va el tráfico, venta o Interacción

*Estructura para la Creación de un Video*

*Nota:* Elaboración Propia, (Rodriguez,2025)

**Scripts para un Video Orgánico**

Es muy importante realizar siempre un guión antes de grabar un video. Para esto es ideal que puedas tener una plantilla de Excel con los siguientes ítems:

**Estrategia:** Definir la estrategia que se usará para grabar el video y establecer el guión. Algunos ejemplos pueden ser: comparación (antes y después), o tercera persona (Mi mamá me preguntó ...)

**Marca:** Nombre de la marca con la que se va a trabajar

**Hooks:** Gancho o ganchos visuales, auditivos, hablados que se van a usar

**Problema:** Necesidad o problema que se esta tratando

**Solución:** Qué beneficio o qué respuesta se le da a esa necesidad o problema que se mencionó anteriormente

**Call to Action:** Llamar a generar interacción

### **Frecuencia de Publicación**

Es ideal ser constantes en plataformas como Instagram para así tener reconocimiento por parte del algoritmo y recordación de marca por parte de la audiencia. Es de suma importancia poder crear comunidad que conecte con la compañía y su portafolio de productos para que a su vez se desarrolle mayor interés en sus productos y así mayores ventas.

En la red social de Instagram lo ideal sería publicar entre 3 a 5 veces por semana. Acá se puede incluir reels, carruseles o fotos. Además, es muy importante también por lo menos cada día publicar una historia que mantenga esa presencia digital constante

### **Recomendaciones para la creación de contenido**

**Reels:** Ideal grabarlos con muy buena iluminación, mayormente luz natural, grabar en diferentes ángulos y que no sea una sola toma estática para desarrollar tus ideas, añadir subtítulos

siempre que puedas, ya que, según estudios de Meta, 2025 las personas suelen ver en su mayoría los videos sin audio, hablar de manera fluida y natural manteniendo la idea y estructura de tu guión planteado anteriormente. Además, también es importante mantener una duración de mínimo 15 a máximo 45 segundos.

**Grabación de Videos:** Es importante saber configurar de buena manera la cámara de tu celular. Lo ideal es ir a ajustes y mantenerla a 4k con 60 cuadros por segundo, activar la cuadrícula para siempre saber situarte en la mitad de la pantalla, activar la mejora de estabilización y limpiar siempre los lentes de la cámara antes de grabar.

**Carruseles:** Mantener una estructura similar a la de los reels. La primera imagen puede ser una pregunta o afirmación llamativa que invite a las personas a deslizar, continuar con fotos relacionadas a la primera y que centren atención y terminar con un llamado a la acción y mensaje clave.

**Hashtags:** Ha sido siempre usual colocar hashtags en los videos, pero últimamente le está dando mayor fuerza usar sonidos en tendencia, colocar una descripción con palabras clave y claramente tener un buen contenido que enganche.

**Estrategias de Interacción:** Según la última actualización de Instagram responder comentarios en menos de 24 horas posiciona mejor tu contenido, interactuar con cuentas similares, usar encuestas o dinámicas de preguntas en historias, compartir videos de experiencias reales en el mundo ganadero llamando a la acción siempre o crear conferencias o lives virtuales de temas de interés ganadero que ayudan a generar una buena comunidad fiel a la compañía y a su portafolio de marcas.

**Horarios para Publicar:** Identificar en el perfil de Instagram los horarios de conexión con la plataforma de su audiencia para así guiarse en que hora poder publicar contenido y que no se pierda y sea en verdad relevante. En su mayoría funciona en el horario de 6 a 9 pm ya que normalmente a esta hora las personas vuelven de sus trabajos, llegan a casa y quieren desconectarse un poco de lo que han vivido en el día

**Mantener el Diferencial de los Creadores de Contenido:** En el caso de Pautas con Creadores de Contenido es ideal siempre mantener la esencia que los caracteriza con su público. Esta guía es solo una ayuda para mejorar sus videos, pero es importante no perder su esencia que los hace diferentes a los demás

**Feed Organizado y Estético:** Mantener una coherencia visual en las publicaciones, usando la misma gama de colores en las portadas de publicación y historias destacadas, con el fin de darle un mejor toque de profesionalismo a la cuenta

### **Métricas para Monitoreo de Rendimiento del Contenido**

Actualmente Instagram tiene muchas herramientas que permiten visualizar y tener un estudio más detallado del rendimiento de tus publicaciones. Para esto es muy importante que tu perfil este catálogo como un creador de contenido ya que de esta manera podrás visualizar el panel para profesionales donde veras un porcentaje aproximado de tus visualizaciones, interacciones, nuevos seguidores, resúmenes semanales y mensuales de lo que has logrado, publicaciones con mayor rendimiento, inspiración de acuerdo con tu nicho y lo que es popular entre tus seguidores, prácticas que la plataforma te recomienda según tu objetivo y tendencias de

audio. Todo lo anteriormente descrito es fundamental para evaluar que es lo que mejor funciona en tu contenido, que publicaciones son más populares, tienen mayor rendimiento, para así tener una adecuada toma de decisiones en pro de seguir haciendo crecer la audiencia de la compañía y de esta manera el reconocimiento de marca y ventas a nivel comercial

### **Ideas contenido con gran alcance en Ganadería**

Tener fatiga creativa o episodios de bloqueo es muy normal al momento de crear contenido. Algunas veces se necesita hacer una pausa de las redes sociales para de esta manera descansar y volver a tener nuevas ideas para la creación de contenido. Igualmente, en esta guía te ofrecemos algunas ideas que si las ejecutas de una buena manera pueden ser grandes videos que generen buen alcance e interacción

- 3 Errores comunes en el cuidado de tu ganado que afectan tu producción
- Antes y después de usar ... (producto de Elanco)
- Calendario del ganadero productivo (Mostrar fechas clave de vacunación, desparasitación con productos del portafolio Elanco)
- Un día siendo Ganadero (Mostrar la rutina diaria, productos de Elanco que se usan, cuidados etc)

- Tips para el cuidado de tu ganado (Ej: ¿Como identificar a tiempo problemas de fertilidad en bovinos”)
- Mitos y realidades de la Ganadería (Ideal para generar interacción y comentarios)
- Responder preguntas frecuentes entre ganaderos (Ej: ¿Cuál es la mejor hora para vacunar ganado?)
- Historias inspiradoras de Ganaderos Jóvenes (Mostrar la nueva generación de ganaderos que aplican innovación y sostenibilidad con apoyo de Elanco)
- Videos educativos con Storytelling (Ej: Ganado saludable gracias al cuidado responsable)
- Check list que debes tener antes de soltar el ganado al potrero
- Comparación de dos bovinos (uno con vacunación y sano, otro sin prevenciones y un poco más descuidado, mostrar productos usados)
- Ganadería sostenible en tres pasos (mostrar prácticas simples como manejo de agua, bienestar animal etc)
- Serie de Datos del campo con Elanco (Las series son un buen enganche en la audiencia y se puede hacer un video semanal de esta como por ejemplo, ¿Sabías que una vaca puede beber hasta 100 litros de agua al día?)
- Del campo a la mesa: (Storytelling mostrando el proceso del ganado, su cuidado, productos que se usan, producción y proceso de la carne o leche, podría ser una buena práctica para el producto CAD)

Para complementar mejor esta guía a continuación encontraras 30 ideas de hooks ideales para enganchar en los primeros segundos a la audiencia con tus videos

### **Hooks Ideales para Crear un Buen Video**

1. Si no has probado (x) ... ¡Mira esto!
2. Mi rutina diaria de (x) se siente diferente con ...
3. ¡No compres eso, compra esto en su lugar!
4. Probe todos los (x) que hay y aquí están sus resultados
5. ¿Quieres (x)? entonces no deslices
6. ¿Quieres (x)? entonces mira esto
7. Si eres como yo y haces (x) entonces esto es para ti
8. Compre esto para (x) para (nombrar ocasión) y esto paso
9. ¡Un producto que uso todos los días sin falta es (x)!
10. 5 razones por las que uso (x)
11. 5 tips para deshacerte de (x)
12. No deslices esta historia si tu ganado sufre de (x)
13. Como logre (x), con (x) presupuesto
14. Elimina (problema x) con (solución/producto x)

15. Lo que necesitas saber sobre (problema/producto/solución x)
16. La forma más fácil de obtener (x)
17. Este es el secreto para obtener (resultado o beneficio x)
18. Lo que la industria ganadera no quiere que sepas sobre (x)
19. Así es como hago (x)
20. Formas poco conocidas de (obtener resultado/resolver problema x)
21. Este es el error más grande que comenten las personas cuando (solución x al problema)
22. Si no estás haciendo (x), te estas perdiendo algo
23. ¿Por qué nadie habla de este (producto)?
24. (Razón x) por la que deberías estar usando este (producto)
25. Les comparto mi secreto sobre como utilizo este (producto)
26. Esto es por lo que tu (solución x) no funciona
27. Atención a todos los (público objetivo) que están cansados de (problema x)
28. Como obtener rápidamente (solución x)
29. La forma más rápida de resolver (problema x)
30. ¡Ojalá hubiera conocido esta marca antes!