

Informe final de la práctica empresarial en Zanna Salud SAS

Karen Viviana Osorio Machado

Trabajo de grado para optar el título de Negocios Internacionales

Director

Henry Giovanni Morán Cuan

Magíster en Dirección logística

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División e Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Negocios Internacionales

2023

Contenido

Introducción	8
1. Contexto de la practica empresarial en Zanna Salud SAS	9
1.1 Justificación.....	9
1.2 Objetivos	10
1.2.1 Objetivo general	10
1.2.2 Objetivos específicos.....	10
2. Perfil de la empresa	11
2.1 Razón social de la empresa	12
2.2 Objeto social de la empresa	12
2.3 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa	12
2.4 Estructura organizacional.....	13
2.4.1 Misión de la empresa	13
2.4.2 Visión de la empresa.....	13
2.4.3 Organigrama de la empresa	14
2.5 Aspectos económicos	14
2.5.1 Entorno Macroeconómico.....	14
2.5.2 Entorno Microeconómico	19
2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa	21
2.7 Aspectos del mercado que atiende la empresa	21
3. Cargo y funciones desempeñadas.....	22
3.1 Cargo desempeñado	22
3.2 Funciones asignadas.....	23

3.3	Procesos, procedimientos y herramientas	24
4.	Marco referencial.....	25
4.1	Marco conceptual	25
4.2	Marco Legal	26
5.	Aportes	27
5.1	Propuesta de valor agregado de la empresa	27
5.1.1	Identificación de la situación problemática	29
5.1.2	Contribución de conocimiento a la empresa.....	31
5.1.3	Impacto desde los resultados y/o logros	35
5.2	Aportes de la empresa al proceso formativo	35
6.	Plan de Mejora.....	36
6.1	Aspectos por mejorar	37
6.2	Metas	38
6.3	Acciones.....	39
6.4	Indicadores	39
6.5	Hacer y Verificar.....	40
6.6	Responsable.....	41
6.7	Recursos	41
6.8	Cronograma.....	41
8.	Conclusiones.....	42
	Referencias.....	43

Lista de tablas

Tabla 1. *Listado de proyectos asignados, actividades y horas trabajadas en cada proyecto 24*

Tabla 2. *Cronograma del plan de trabajo 42*

Lista de figuras

Figura 1. <i>Organigrama Estructural de Zanna Salud S.A.S</i>	14
Figura 2. Base de datos de Zanna International.....	32
Figura 3. Base de datos del producto DigitSole.....	33
Figura 4. Base de datos de cotizaciones de los clientes.....	33
Figura 5. Investigación de las plataformas de <i>Crowdfunding</i>	33
Figura 6. Plan de negocios del programa Ignite	34
Figura 7. Diapositivas del plan de negocios	34

Resumen

Este informe detalla el desempeño laboral durante mis prácticas empresariales en Zanna Salud SAS, donde ocupé el cargo de asistente de expansión. A lo largo del periodo, se llevaron a cabo diferentes proyectos que se describen a continuación: la ejecución de un plan para introducir la marca en el mercado estadounidense, el lanzamiento de un nuevo producto en la Región Andina y una campaña de *Crowdfunding* con fines sociales. Estos proyectos tuvieron como objetivo impulsar el crecimiento económico de la empresa y fortalecer su presencia y reconocimiento a nivel global, brindando tecnología y servicios de salud tanto a nivel nacional como internacional. Durante mis prácticas, desempeñé tareas y responsabilidades relacionadas con mi carrera en negocios internacionales, enfocadas en el área de mercadeo internacional. Todas las actividades planificadas se llevaron a cabo exitosamente, lo que me permitió adquirir conocimientos valiosos y contribuyó al logro de los objetivos establecidos en el programa de formación. Este proceso fue fundamental para mi futuro éxito profesional como negociador internacional.

Palabras clave: mercadeo internacional, prácticas empresariales, *crowdfunding*.

Abstract

This report details the work performance during my internship at Zanna Salud SAS, where I held the position of expansion assistant. Throughout the period, different projects were carried out, which are described below: the execution of a plan to introduce the brand in the US market, the launch of a new product in the Andean Region and a *Crowdfunding* campaign for social purposes. These projects were aimed at boosting the company's economic growth and strengthening its presence and recognition at a global level, providing technology and health services both nationally and internationally.

During my internship, I performed tasks and responsibilities related to my career in international business, focused on the area of international marketing. All planned activities were successfully carried out, which allowed me to acquire valuable knowledge and contributed to the achievement of the objectives established in the training program. This process was fundamental for my future professional success as an international negotiator.

Keywords: International marketing, business practices, *crowdfunding*.

Introducción

El éxito futuro de un profesional en Negocios Internacionales va más allá de adquirir conocimientos durante su periodo académico, ya que también requiere de experiencia práctica. Por tal motivo, las prácticas empresariales brindan la oportunidad de enfrentarse a un contexto laboral, poner a prueba sus conocimientos, capacidades, limitantes, así como enfrentar nuevos escenarios que le permiten un desarrollo competente en el mundo laboral y prepararse para los desafíos del mercado de los negocios con más herramientas.

El presente informe documenta el periodo de prácticas empresariales llevadas a cabo en la empresa Zanna Salud S.A.S, desde el 24 de febrero del 2023 hasta el 24 de mayo del 2023, desempeñando el puesto de Asistente de Expansión. En primer lugar, se proporcionará información protocolaria sobre la empresa para contextualizar su labor, servicios y representación en Bogotá, D.C, la Región Andina y el mercado Latinoamericano. Además, se presentará la propuesta de valor del “*Programa Ignite*”, el cual le permitirá a la empresa cumplir con su objetivo de responsabilidad social y tener un impacto positivo en la salud mental en Colombia.

A lo largo del informe se detallarán las actividades desarrolladas en la empresa, el conocimiento adquirido derivado del proceso de prácticas, las funciones desarrolladas por el practicante y los aportes realizados en base a los conocimientos previos adquiridos en la carrera de negocios internacionales en la Universidad Santo Tomas, sede de Bucaramanga. Finalmente, se presentarán conclusiones y recomendaciones basadas en la experiencia de la práctica empresarial.

1. Contexto de la practica empresarial en Zanna Salud SAS

La empresa Zanna Salud SAS ubicada en la ciudad de Bogotá. DC, con 32 años de experiencia en el mercado colombiano, dedicada a la importación, comercialización, fabricación y distribución de equipos e insumos del sector de la salud en el área de medicina preventiva y de rehabilitación, áreas en las cuales actualmente son reconocidos por ofrecer equipos y productos innovadores de alta y moderna tecnología, de calidad y funcionalidad, con proyección global. Por consiguiente, en este apartado se presenta información general de la empresa (Corp. Info, 2017).

1.1 Justificación

La práctica empresarial desempeña un papel crucial en la transición de los estudiantes al mundo laboral. Este período, permite la aplicación de la teoría y la adquisición de experiencia laboral. Además, la práctica empresarial brinda la oportunidad de trabajar en equipo, adquirir habilidades valiosas y establecer relaciones profesionales significativas.

La Universidad Santo Tomás, Bucaramanga, ofrece a sus estudiantes diversas opciones de grado, incluyendo la práctica empresarial. Esta alternativa permite a los estudiantes validar sus conocimientos en una empresa nacional o internacional, lo que contribuye a su desarrollo en el campo de los negocios internacionales y facilita su inserción laboral como profesionales capacitados.

Zanna S.A.S brinda la oportunidad al estudiante de adquirir un aprendizaje práctico en un entorno laboral, permitiéndole desarrollar habilidades esenciales en los negocios internacionales, con el apoyo de un mentor que le guiará en sus labores a desempeñar. Por otro lado, el estudiante ofrece a la empresa conocimientos académicos actualizados, sobre el mercado y herramientas para los negocios, dando una nueva perspectiva en los proyectos de la empresa. Asimismo, trae energía,

motivación, pensamiento innovador planteando soluciones nuevas y no convencionales, además, cuenta con habilidades tecnológicas en áreas como el análisis de datos, redes sociales, manejo de software, entre otros, lo que aporta gran utilidad en la empresa. Esta colaboración resulta beneficiosa tanto para el estudiante como para la empresa, creando un ambiente de crecimiento y desarrollo conjunto.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Diseñar una propuesta de carácter social, por medio de una campaña de *Crowdfunding* para la puesta en marcha en la empresa de Zanna Salud con el fin de aportar al desarrollo local, regional y nacional.

1.2.2 Objetivos específicos

Identificar las necesidades y falencias de la empresa, a través de un instrumento de medición, con el fin de aportar a su desarrollo y crecimiento local, regional y nacional.

Analizar la información recopilada por medio de un instrumento de medición que permita determinar las diferentes oportunidades de la empresa en el mercado nacional.

Establecer un plan de negocios con el paso a paso del proyecto, con el objetivo de medir la viabilidad y el impacto en la salud mental del país.

2. Perfil de la empresa

En los mercados nacionales e internacionales, se ha observado un crecimiento notable, con empresas y organizaciones compitiendo intensamente por captar la atención y obtener visibilidad. Este fenómeno se debe en gran medida a la globalización y el avance de las tecnologías de la información, que han creado nuevas oportunidades y desafíos para las empresas en su búsqueda por destacar y atraer a los consumidores.

En línea con esto, la empresa ha unido esfuerzos para expandirse y establecer presencia en Estados Unidos, incursionando en un nuevo mercado y contexto empresarial. Zanna ha buscado destacarse entre los grandes competidores mediante la innovación, la experiencia, el conocimiento y la tecnología de nivel mundial, ofreciendo a sus clientes una propuesta diferenciada.

Con el objetivo de fortalecer su visibilidad y competitividad, Zanna está llevando a cabo una estrategia de expansión en el mercado Andino a través de una alianza estratégica con Digitsole, una destacada empresa francesa especializada en el desarrollo e implementación de una plataforma de salud digital. Esta plataforma permite el monitoreo masivo y sin problemas de los parámetros de movilidad y las patologías relacionadas” (Digitsole Pro, 2015).

Además de su incursión en el mercado estadounidense y su expansión en el mercado Andino, Zanna también está dedicando esfuerzos considerables al mercado nacional de Colombia. En este país, se ha observado un aumento en la población que enfrenta desafíos relacionados con discapacidades y trastornos de salud mental, especialmente después de la pandemia de Covid-19, lo cual ha resaltado la falta de herramientas adecuadas para abordar estos problemas.

Consciente de las necesidades de las generaciones actuales, Zanna se ha inspirado en contribuir a la sociedad a través de su proyecto denominado "*Ignite*", el cual se concentra en la implementación de cuartos multisensoriales en los departamentos de Colombia.

2.1 Razón social de la empresa

Zanna S.A.S, es una empresa del sector de la salud en el área de medicina preventiva y de rehabilitación (Zanna Salud, 2017).

2.2 Objeto social de la empresa

“La sociedad de Zanna S.A.S tendrá como objeto social principal: El desarrollo de actividades y servicios relacionados con el sector de la salud, bien como gestora o prestadora directa de estos servicios y actividades” (Zanna Salud, 2022).

Todo lo anterior relacionado con las áreas de la medicina, hospitalización, odontología en general, fisioterapia, terapia ocupacional, ortopedia y todo lo relacionado con la rehabilitación física, deportes y recreación. En desarrollo del objeto social, la sociedad tiene facultades para: 1. Contratar, suministrar y licitar, todos aquellos actos propios del comerciante de acuerdo a las leyes Colombianas; Exportar, importar, diseñar y fabricar, distribuir y comercializar toda clase de bienes muebles, implementos y equipos medicinas e insumos que se encuentren dentro del objeto principal de la sociedad, con sujeción a las normas que regulan la materia y a la ejecución de los demás actos relacionados con el comercio en general (Zanna Salud, 2022).

2.3 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa

La compañía Zanna S.A.S tiene su sede principal ubicada en la Cl. 106 #54 14 en el departamento de Bogotá, D.C. (Zanna Salud, 2017), seguidamente el contacto vía correo electrónico es zannasaludsas@gmail.com. La jefe inmediata encargada de la mentoría de las prácticas es la señora Juanita Alexandra Ivannova Vega Vega, Gerente y Representante Legal de

la empresa, quien tiene su residencia en Estados Unidos en la dirección 7602 Bridge Water Circle, Frisco, Tx 76034, puede contactarla directamente por teléfono llamando al +1 4698195292 desde Estados Unidos o por medio de WhatsApp al número +57 313 4993652 en Colombia, también puede contactarla por correo electrónico a través de info@zannasalud.com (J. Vega, comunicación personal, 29 de mayo de 2023).

2.4 Estructura organizacional

2.4.1 Misión de la empresa

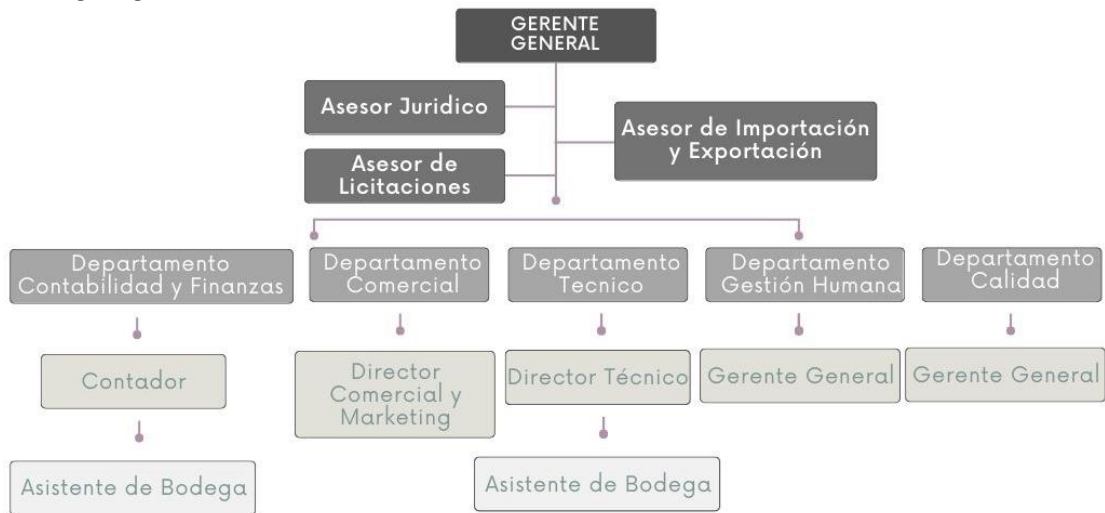
Brindar rehabilitación al cuerpo humano mediante la aplicación de tecnologías de alta innovación y calidad con equipos y productos de reconocimiento mundial, soportadas con profesionales calificados y respaldadas con marcas que nos colocan a la vanguardia en el avance de la ciencia, cumpliendo así, con la satisfacción de los clientes que buscan excelentes beneficios (Zanna Salud, 2017).

2.4.2 Visión de la empresa

“Ser una empresa líder en el mercado latinoamericano, con equipos y productos de alta tecnología mundialmente reconocidos, que impulsa el crecimiento y desarrollo del sector salud, por medio de la permanente innovación tecnológica y su aplicación” (Zanna Salud, 2017).

2.4.3 Organigrama de la empresa

Figura 1. Organigrama Estructural de Zanna Salud S.A.S



Adaptado de los recursos internos de la empresa (Zanna Salud, 2020).

2.5 Aspectos económicos

En los siguientes apartados se presenta un análisis detallado del entorno macro y microeconómico, teniendo en cuenta los factores políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos y legales.

2.5.1 Entorno Macroeconómico

Durante el análisis del entorno macroeconómico, se examinan los diversos factores externos que pueden influir en una empresa, mediante el uso del Análisis PESTEL, el cual implica examinar los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales, estos factores pueden influir en su desempeño y éxito:

Factores políticos:

El Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) abarca los servicios de salud y tiene como objetivo principal promover un comercio de servicios justo y equitativo, asegurando que los servicios de salud se brinden de manera adecuada y segura (Organización Mundial de la Salud Consejo Ejecutivo (OMS), 2005, p. 2).

Los acuerdos sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, sobre Obstáculos Técnicos al Comercio y sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual. Estos acuerdos establecen normas y regulaciones para garantizar la seguridad y calidad de los productos, así como la protección de los derechos de propiedad intelectual (OMS, 2005, p. 2).

Además, la Declaración de Doha relativa al Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio y la salud pública, busca asegurar que el sistema de comercio basado en normas compatible con los intereses de la salud pública (OMS, 2005, p. 2).

Estos acuerdos establecidos por la OMS desempeñan un papel crucial en la normativa del comercio internacional relacionada con la salud pública, ya que permiten garantizar la calidad y seguridad en el servicio; equilibrando los aspectos comerciales con la protección de la salud y el bienestar de la población.

Factores económicos:

La pandemia de COVID-19 ha provocado la peor crisis económica mundial en más de un siglo, aumentando la pobreza en una generación y la economía mundial se ha contraído en un 3%.

Según el Fondo Monetario Internacional (FMI), se estima que la economía global experimentará un crecimiento del 2.7% y la inflación mundial promedio podría situarse entre el 6.6% y el 9.5% en el 2023 (Fernández, 2023, párr. 1).

Además, el conflicto entre Rusia y Ucrania ha afectado al mundo, en términos de aumento de precios en combustibles y materias primas energéticas, encareciendo los productos finales, bienes de primera necesidad, equipos médicos, etc. (Fernández, 2023, párr. 9).

Actualmente podemos observar el impacto de estos factores en la economía generando vulnerabilidades que afectan la estabilidad financiera; provocando un aumento en el endeudamiento de las personas y las empresas, lo que a su vez ha llevado a un alza en las tasas de interés a nivel mundial. Estos cambios pueden generar crisis en los hogares con poca capacidad adquisitiva.

Factores sociales:

Se estima que aproximadamente el 16% de la población mundial vive con alguna forma de discapacidad, y este número está en aumento debido a enfermedades no transmisibles que afectan la calidad y la esperanza de vida de las personas (OMS, 2023, párr. 2).

En la sociedad, existen muchas desigualdades en el ámbito de la salud que generan situaciones injustas para las personas con discapacidad. Estas desigualdades incluyen la estigmatización, la discriminación, la pobreza, la exclusión educativa y laboral, así como las barreras presentes en el sistema de salud. Además, existen otros factores que contribuyen a estas desigualdades en relación con la salud, como factores estructurales, la exclusión social, la falta de actividad física y las barreras en los sistemas de salud (OMS, 2023, párr. 3-6).

La discapacidad es una parte inherente de la condición humana, por lo cual es necesario eliminar las barreras y desigualdades existentes en la sociedad que dificultan la plena participación de las personas con discapacidad e impulsar la innovación para superar barreras y mejorar la calidad de vida de todas las personas.

Factores tecnológicos:

Las tecnologías y técnicas en equipos médicos o de rehabilitación siguen mejorando algunas, son:

- Robótica: Robots especializados en ayudar a las personas con dificultades de movilidad.
- Realidad virtual: Prepara al paciente para moverse en un entorno virtual
- Modelos y simulaciones musculoesqueléticos: Simulaciones informáticas en el cuerpo humano para identificar los problemas mecánicos subyacentes de movilidad.
- Estimulación magnética transcraneal (TMS): Envía impulsos magnéticos para estimular el cerebro, ayuda a recuperar el movimiento y la función cerebral.
- Estimulación transcraneal de corriente directa (TDCS): Corriente eléctrica que estimula el cerebro, para recuperar el movimiento.
- Análisis de movimiento: Captura videos del movimiento humano con un software informático especializado que analiza el movimiento en detalle.

(¿Cuáles son algunos de los tipos de tecnologías de rehabilitación? 2019)

También es relevante mencionar el Crowdfunding como una innovadora herramienta tecnológica que posibilita la recaudación de fondos en línea de manera colectiva para startup o proyectos sociales. Una de sus principales ventajas es la capacidad de crear un prototipo del proyecto sin asumir riesgos económicos, ya que muchas personas pueden contribuir con su apoyo, además no requiere ninguna inversión inicial o costo adicional.

Factores ecológicos:

“El Consejo de reciclaje de plásticos para el cuidado de la salud (HPRC) (2022), el cual regula las industrias de fabricación, atención médica y reciclabilidad de productos y envases de plástico dentro de la atención médica” (párr. 2). Así también *Plastic Recyclers Europe* ofrece

herramientas de evaluación, pautas y un certificado opcional para el reciclaje de plásticos derivados del uso de equipos médicos.

El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) exige para la producción, importación, exportación, procesamiento, envase, empaque, almacenamiento, expendio y comercialización de dispositivos médicos y equipos biomédicos un registro sanitario, por medio del cual, se garantiza que la introducción de los dispositivos médicos y equipos biomédicos, cumplan con los estándares de seguridad, eficacia, desempeño y salubridad para ser comercializados y usados en Colombia (INVIMA, 2023, párr. 2).

Factores legales:

El ministerio de la Protección Social por medio del Decreto N°3636 de 2005 reglamenta la fabricación, comercialización, envase, rotulado o etiquetado, régimen de registro sanitario, de control de calidad, de vigilancia y control sanitarios de los productos de uso específico, entre otras disposiciones (Decreto N°3636, 2005).

La Organización Mundial de la Salud (2021) mediante la reunión 150.^a el consejo ejecutivo estableció la clasificación codificación y nomenclatura internacionales de los dispositivos y equipos médicos para garantizar la seguridad del paciente, además de acceso a los dispositivos médicos en aras de la cobertura sanitaria universal, a la preparación y respuesta frente a emergencias (Pp. 1-2).

“A si también la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) establece en la ley del Servicio de Salud Pública, la cual exige la certificación establecida de laboratorios y la supervisión ampliada de productos biológicos” (FDA, 2021, párr. 2).

Según el informe de Bancolombia, el crowdfunding en Colombia experimentó un crecimiento en el 2017. Debido a este aumento, a partir del año 2018 se implementaron normas

regulatorias por parte del Ministerio de Hacienda y Crédito Público, las cuales se encuentran establecidas en el decreto 1357. Estas regulaciones tienen como objetivo supervisar y regular la actividad de financiación colaborativa en el país (Así opera el Crowdfunding en Colombia, 2018).

2.5.2 Entorno Microeconómico

Para tener un conocimiento exhaustivo de los aspectos económicos que influyen en la empresa se planteará en minucia el entorno microeconómico.

Teniendo en cuenta que el objeto social de Zanna Salud es el desarrollo de actividades y servicios en el área de la rehabilitación, se puede afirmar que la empresa se dirige a personas que experimentan alguna forma de discapacidad en su movilidad, ya sea parcial o total. Según el informe del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en 2020, en Colombia hay 3.134.037 personas que enfrentan dificultades para llevar a cabo actividades básicas diarias, lo cual representa el 7.1% de la población del país. De este grupo, 1.784.372 personas (4.07% de la población del país) informaron tener dificultades en un nivel más severo (Panorama general de la discapacidad en Colombia, 2020, P. 3).

En Colombia se promulgan leyes que amparan a las personas con discapacidad, con el objetivo de asegurar condiciones de igualdad para las personas en situación de discapacidad. Asimismo, “La Ley 1618 de 2013, busca garantizar el pleno ejercicio de sus derechos y su inclusión en todos los límites de la sociedad” (Ley 1618, 2013).

Detrás de la revisión al alza de la economía colombiana se debe a varios factores que incluyen como, el impacto de la Reforma Tributaria en los precios de los alimentos, los costos del petróleo y el combustible, un aumento en la inflación, el incremento del salario mínimo y las presiones adicionales derivadas de la depreciación del peso desde finales de octubre de 2022. Ante

este panorama es necesario revisar que políticas y medidas está tomando el Gobierno de Gustavo Petro para hacerle frente a esta coyuntura y amortiguar las presiones de la inflación en las finanzas de los colombianos. Algunas de estas medidas son: Implementación de medidas sectoriales para controlar los precios de los alimentos, incrementos graduales en el precio del combustible para equilibrarlo, evitando aumentos bruscos que puedan impactar negativamente la inflación y la entrega de un subsidio mensual de 500.000 pesos a madres cabeza de familia (Semana, 2022, párr. 6-13).

Por otro lado, es importante tener en cuenta que el crowdfunding es un concepto relativamente nuevo en Colombia, lo que limita la cantidad de empresas o ideas de negocios que utilizan esta forma de financiamiento. No obstante, se ha observado un crecimiento significativo del 61% en el último año, a pesar de este avance, la cantidad de proyectos financiados en el país sigue siendo comparativamente baja en relación con otras economías. Esto se debe a diversos factores, como la falta de conocimiento sobre esta herramienta en los mercados locales y la inseguridad en el manejo de transacciones en línea, influida por las costumbres y las creencias arraigadas en la sociedad (Bernal y Ontiveros, 2018, p. 39).

Tomando en consideración lo mencionado anteriormente, podemos destacar algunas oportunidades para la empresa. Una de ellas es el notable crecimiento del *Crowdfunding*, lo cual brinda la posibilidad de conocer las estrategias más efectivas a implementar en este modelo de financiamiento, así como acceder a una amplia base de inversores tanto a nivel nacional como global. Sin embargo, también se presentan desafíos, como la barrera en la adopción del *Crowdfunding*, lo que limita el conocimiento y los casos de éxito que se pueden seguir.

2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa

Zanna Salud maneja un portafolio enfocado en productos y servicios en la áreas de la salud especialmente el área de rehabilitación, la cual presenta las siguiente ramas: terapia ocupacional, ortopedia, ergonomía, salud, medicina deportiva, fisioterapia psicología, urología, fonoaudiología, spa, fitness, cardiología, reumatología, ergonomía y salud ocupacional, sus productos se enfocan también en las áreas de evaluación, obtención de datos, terapia de miembro superior, ferulaje, modalidades, salud ocupacional, ejercitación, pilates, yoga, spa, ortopedia y ayudas funcionales (Zanna Salud, 2022).

Las actividades económicas de la empresa, establecidas en la Cámara de Comercio son las siguientes:

- Actividad Principal: 4659 (Comercio al por mayor de otros tipos de maquinaria y equipo N.C.P)
- Actividad Secundaria: 3313 (Mantenimiento y reparación especializado de equipo electrónico y óptico)
- Otras Actividades: 8560 (Actividades de apoyo a la educación); 3250 (Fabricación de instrumentos, aparatos y materiales médicos y odontológicos (incluido mobiliario)) (Zanna Salud, 2022).

2.7 Aspectos del mercado que atiende la empresa

Zanna Salud S.A.S es una empresa especializada en la comercialización y distribución de productos y servicios relacionados con el campo de la salud, con un enfoque particular en el área de rehabilitación y sus diversas ramas. Además de su actividad principal, la empresa también

brinda servicios de consultoría, asesoramiento y educación para garantizar el adecuado manejo, implementación y uso de los productos y equipos de rehabilitación (Zanna SAS, 2022).

Zanna Salud ha establecido alianzas estratégicas sólidas y diversas, tanto con entidades públicas como privadas, con el objetivo de buscar colaboradores internacionales que en conjunto puedan beneficiar la salud de sus clientes. Estas alianzas estratégicas incluyen empresas como Technomex (EUR), Runner Fitnes (Italia), Experia (Gran Bretaña), SIMI (Alemania), Orfit (Bélgica), Orliman (España) y Thumper (Canadá). En total, se han conformado 30 alianzas estratégicas a nivel internacional, lo que ha permitido diversificar el catálogo de productos, ofrecer las mejores opciones a los clientes y aumentar la visibilidad de la empresa en el mercado (Zanna Salud, 2017).

3. Cargo y funciones desempeñadas

3.1 Cargo desempeñado

El cargo que desempeñé en la empresa fue el de Asistente de Expansión, bajo la mentoría de Juanita Vega, Gerente de la empresa. La función principal desempeñada se basó en aplicar los conocimientos adquiridos durante mi carrera de Negocios Internacionales, con énfasis en mercadeo internacional, para llevar a cabo proyectos de internacionalización de la empresa, expandir la marca en la región andina y desarrollar un proyecto social en el mercado nacional colombiano. Trabajé en estrecha colaboración con Juanita Vega (Gerente General) y otros miembros del equipo para lograr los objetivos establecidos en cada proyecto.

3.2 Funciones asignadas

Como Asistente de Expansión las funciones están enfocadas en investigación de mercados, clientes, datos etc., evaluación de ideas, planeación de los proyectos a ejecutar, creación de contenido y documentos, comunicación con los clientes y proveedores, entre otras funciones; en la siguiente tabla se especifican las funciones a detalle de los proyectos a desarrollar durante el tiempo de trabajo en la empresa.

- Representar a la organización como Asistente de expansión efectuando comunicación con los clientes, para ofrecer un producto, establecer una alianza, enviar documentos o información importante, agendar reuniones y concretar negociaciones o contratos, la región andina, el mercado estadounidense y colombiano.
- Crear bases de datos con clientes antiguos, actuales y prospectos, para cada proyecto de la empresa.
- Establecer un cronograma de las actividades para llevar el control del cumplimiento de las metas y objetivos establecidos para cada proyecto.
- Llevar un reporte de las cotizaciones realizadas, con los datos de los clientes.
- Realizar una investigación de mercado sobre un nuevo proyecto “*Ignite*”, para encontrar el nicho y las oportunidades en el mercado.
- Desarrollar una campaña de *crowdfunding*, landing page, cartas de comunicaciones, contenido audiovisual para poder ejecutar con éxito el proyecto *Ignite*.
- Diseñar el plan de negocios del programa *Ignite*, estableciendo la misión, visión, objetivos, meta, necesidad de los clientes, la propuesta de valor, desarrollo del programa, plan de gestión y operaciones, plan de marketing y plan financiero.

- Asistir a las reuniones con clientes prospectos, para conocer sus inquietudes, dudas y así poder mejorar la atención en el servicio al cliente.

Tabla 1. *Listado de proyectos asignados, actividades y horas trabajadas en cada proyecto*

Proyectos asignados	Actividades	Horas
Campaña de Crowdfunding – Programa Ignite	1. Diseñar 3 ideas viables para crear e implementar mediante una campaña de <i>Crowdfunding</i> .	360
	2. Investigar las plataformas de <i>crowdfunding</i> y estudiar cual es la más viable para el proyecto.	
	3. Desarrollar el <i>Canvas</i> de Negocio para direccionar el proyecto.	
	4. Estructurar cartas informativas para divulgación y promoción del programa.	
	5. Crear un boceto de Landing Page de la campaña.	
	6. Estructurar el guion de video para el lanzamiento del proyecto.	
	7. Desarrollo del plan de negocio, con las estrategias de marketing, gestión de operaciones y plan financiero	
	8. Realización de Diapositivas para la presentación del Programa <i>Ignite</i> .	
Inserción al mercado en Estados Unidos – Zanna International	1. Producir una Base de datos con clientes potenciales en Dallas, Texas para promocionar la marca en la región.	100
	2. Llevar a cabo el establecimiento del Plan de negocio.	
Expansión en Mercado Latinoamericano – Producto Digitsole Pro	1. Alimentar la Base de datos con clientes potenciales de la región Andina, para la promoción del producto DigitSole.	180
	2. Estructurar cartas informativas para promoción vía correo electrónico.	
	3. Establecer estrategias de posicionamiento de marca.	

3.3 Procesos, procedimientos y herramientas

En esta sección, es relevante destacar que la empresa tiene una política de confidencialidad y no autoriza la divulgación pública de la información proporcionada internamente. Por lo tanto, los procesos y procedimientos específicos son confidenciales y no es posible detallarlos en este apartado. No obstante, durante mi tiempo en la empresa, recibí una capacitación especializada en dichos protocolos de trabajo, lo cual me permitió desempeñar eficientemente mis funciones en el ámbito de los negocios internacionales y contribuir al logro de los objetivos establecidos.

En cuanto a las herramientas utilizadas, el uso de un ordenador con acceso a internet, software como Microsoft Office y aplicaciones de Google fueron indispensable. Además, empleamos otras herramientas tecnológicas específicas de la compañía. Estas herramientas desempeñaron un papel fundamental en la ejecución y seguimiento de las tareas y actividades requeridas.

4. Marco referencial

4.1 Marco conceptual

Los negocios internacionales son una disciplina dentro de las ciencias económicas que abarca todas las actividades comerciales, tanto públicas como privadas, que involucran transacciones comerciales, inversiones y transporte entre dos o más países (Negocios internacionales. Qué son, cómo se realizan, componentes, 2013, párr. 1).

“El mercadeo, por otro lado, se refiere a la estrategia mediante la cual una empresa identifica y comprende las necesidades y desafíos de un público específico, con el objetivo de ofrecerles soluciones a través de productos o servicios” (Alvarado, 2022, párr. 5).

En cuanto al *crowdfunding*, es un término en inglés que se refiere a una forma de financiamiento colectivo o micro financiamiento realizado a través de plataformas en línea. En este proceso, las personas brindan apoyo económico a un proyecto, servicio o causa social (Acibeiro, 2021, párr. 4).

4.2 Marco Legal

En esta sección se describirán las reglas y regulaciones que rigen la participación del estudiante durante su período de prácticas, así como las leyes y decretos que guían la misión de la empresa.

El código de ética profesional para negociadores internacionales se encuentra establecido en el Acuerdo 001 del año 2006. Este acuerdo detalla las responsabilidades del negociador internacional, los procedimientos a seguir y las posibles sanciones. Las disposiciones específicas se encuentran en el Título 1, junto con sus respectivas descripciones (Acuerdo 001, 2006).

El Decreto 4725 de 2002 establece las normas y regulaciones que rigen el régimen de registros sanitarios, permisos de comercialización y vigilancia sanitaria de los dispositivos médicos destinados al uso humano. Esta legislación tiene como objetivo garantizar la seguridad, calidad y eficacia de estos dispositivos, así como proteger la salud de los usuarios (Decreto 4725, 2002).

La Ley 2685 de 1999, junto con la Resolución Reglamentaria 4240 de 2000, constituye la principal normativa que regula las importaciones en Colombia. Estas disposiciones legales establecen las reglas, procedimientos y requisitos que deben seguirse para llevar a cabo importaciones de bienes y mercancías en el país. Ambas normativas tienen como objetivo principal garantizar el cumplimiento de las disposiciones legales, proteger la economía nacional, salvar la salud pública, preservar el medio ambiente y prevenir la entrada de mercancías ilícitas o peligrosas al territorio colombiano (Ley 2685, 1999).

El artículo 58 de la Ley 1480 de 2011, conocido como el Estatuto del Consumidor, establece disposiciones fundamentales para la protección de los derechos de los consumidores en Colombia. Este artículo es de suma importancia, ya que establece los principios y garantías que

deben regir las relaciones entre los consumidores y los proveedores de bienes y servicios (Ley 1480, 2011).

5. Aportes

A continuación, se presentan los resultados de una propuesta de valor que busca la implementación de una campaña de *crowdfunding* en Colombia para la empresa Zanna Salud SAS en la ciudad de Bogotá con el fin de recolectar fondos y llevar un a cabo un proyecto con responsabilidad social, el cual desarrollará diversas fases y estrategias para lograr un impacto positivo en la salud mental de la joven generación de colombianos, dejando una huella duradera en la sociedad.

5.1 Propuesta de valor agregado de la empresa

Zanna Salud SAS es una empresa dedicada a la comercialización de equipos e insumos de medicina Preventiva y Rehabilitación, con responsabilidad social empresarial para contribuir al desarrollo humano sostenible: rehabilitación, inclusión y participación de los individuos en la sociedad (Zanna Salud, 2017).

La empresa identificó deficiencias en el sistema de la salud mental y notó la falta de recursos disponibles para los colombianos en términos de prevención y cuidado de su bienestar mental; por ello decidió responder a la presente necesidad mediante la creación y puesta en marcha del Proyecto *Ignite*, la cual recaudará fondos por medio de una campaña de *crowdfunding*, para construir Cuartos multisensoriales interactivos, en los departamentos con mayor necesidad en temas de salud mental, instalando un cuarto en cada capital, con el objetivo de proteger la salud mental de niños y jóvenes.

Estos espacios terapéuticos son especialmente diseñados para estimular los sentidos a través de elementos como luces, sonidos, texturas y aromas, entre otros, ofreciendo una experiencia relajante y terapéutica (Montagud, 2021, párr. 9).

A través de Organizaciones, Entidades, Fundaciones, Casas Hogares, Bibliotecas a nivel local o nacional, se llegará a poblaciones vulnerables, beneficiando a niños y jóvenes entre 7-16 años, que no presenten y que presenten todo tipo de discapacidad visible e invisible, ayudando a personas con enfermedades como: El trastorno de estrés postraumático (TEPT), Autismo, Síndrome de Down, Síndrome de Aspergers, Parálisis Cerebral, Lesiones cerebrales, Discapacidad Múltiple Profunda, Discapacidades del desarrollo, Síndrome Dolor Crónico, Alteraciones Auditivas, Déficit de Atención, Dislexia, Dispraxia, Desordenes de Comportamiento y Emocionales, Disfunción Mental, Lesión traumática Cerebral, Stroke, Coma, Alzheimer, Demencia, Dificultad Moderada de Aprendizaje Dificultades Físicas, Dificultades Profundas y Múltiples de Aprendizaje, Desórdenes Sicológicos, Auto laceración, Desórdenes Sensoriales, Dificultades Severas de Aprendizaje y Alteraciones Visuales (Zanna Salud, 2020).

El proyecto constará de tres fases:

Fase 1: Identificar las necesidades y falencias en materia de salud mental en los 32 departamentos de Colombia, seleccionar los departamentos con mayor necesidad, con el fin de aportar las herramientas para la salud mental. Se instalará un cuarto multisensorial en cada una de estas ciudades: Santa Marta, Barranquilla, Montería, Medellín, Cartagena, Bucaramanga, Cúcuta.

Fase 2: Analizar la información recopilada por medio de un instrumento de medición que permita determinar las diferentes oportunidades de la empresa en el apoyo, mejora y desarrollo de la salud mental en Colombia. Adicionalmente instalar dos unidades móviles adaptadas como cuartos multisensoriales, equipadas con los materiales más beneficiosos, las cuales se desplazarán

por todo el país para brindar atención en salud mental a pacientes con necesidades específicas, difícil acceso y poblaciones más vulnerables, con el objetivo de que puedan aprovechar los beneficios del proyecto.

Fase 3: Cumplir con el plan de negocios siguiendo el paso a paso del proyecto, para lograr los objetivos y obtener impacto deseado en la salud mental del país. Finalmente instalar cuartos multisensoriales debidamente capacitados para atender pacientes en otros siete departamentos, que también presentan estadísticas elevadas de casos de salud mental, en las siguientes ciudades: Tunja, Bogotá, Armenia, Manizales, Cali, Popayán y Pasto.

La meta para el año 2025 es instalar un total de 32 cuartos multisensoriales, uno en cada ciudad capital de los 32 departamentos de Colombia. Adicionalmente, se mantendrán los dos cuartos móviles para complementar la atención a pacientes y extender el alcance del proyecto en todo el país. De esta manera, se espera brindar acceso a la atención en salud mental a una mayor cantidad de personas en Colombia y continuar contribuyendo al bienestar de la población.

5.1.1 Identificación de la situación problemática

Actualmente, se presenta un incremento en la población definida como discapacitada y/o con algún desorden o condición de salud mental en desventaja, especialmente en tiempos de Covid-19, lo cual aumentó un 25% los problemas de salud mental en Colombia, lo que ha dejado a muchas personas sin las herramientas necesarias para abordar estos problemas (OMS, 2022, párr. 1).

Durante el 2020 se observó un aumento en la demanda de atención médica en centros médicos de personas con discapacidad o problemas de salud mental, así como trastornos mentales y de comportamiento. Entre los diagnósticos más comunes en aquellos que presentan problemas

de salud mental, se destacan los trastornos del estado de ánimo, la esquizofrenia y los trastornos neuróticos. Los departamentos que registraron las tasas más altas de prevalencia son Atlántico (14%), Valle del Cauca (12%), Antioquia, Caldas y Cundinamarca (14%) (Ministerio de Salud y Protección Social, 2022, p. 12).

Además, el Sistema Nacional de Vigilancia en Salud Pública (SIVIGILA) informó que en 2021 se reportaron 29.792 casos de intentos de suicidio, lo que representan una tasa de incidencia de 58.4 por cada 100.000 habitantes (MinSalud, 2022, párr. 5). En Colombia, la depresión ocupa el segundo lugar de carga de enfermedad mental. El 44,7 % de los niños muestran signos de algún problema mental y el 2,3 % padecen déficit de atención e hiperactividad. Durante la adolescencia, los trastornos más frecuentes son la ansiedad, la fobia social y la depresión; la ideación suicida se presenta en el 6,6 % de esta población, mientras que en la adultez el 6,7 % ha experimentado trastornos afectivos (MinSalud, 2022, párr. 7).

Ante esta situación y entendiendo las necesidades de las actuales generaciones, la empresa decidió aportar un grano de arena en la sociedad dirigiendo el proyecto *Ignite* el cual, busca contribuir a la inclusión social y mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad y/o en desventaja, así como de aquellas que enfrentan problemas de salud mental, para llevar a las comunidades vulnerables acceso a la salud mental. Además, puede ser utilizados por personas sin discapacidad, para fomentar la interacción entre diferentes grupos de personas y se promueve la inclusión social en la sociedad colombiana. En definitiva, la implementación de los Cuartos multisensoriales puede ser una herramienta muy valiosa para mejorar la salud mental y el bienestar emocional de la población en Colombia.

5.1.2 *Contribución de conocimiento a la empresa*

En la práctica empresarial, se lograron completar eficientemente todas las tareas y objetivos asignados. El estudiante universitario aplicó los conocimientos sobre el mercado y el marketing, adquiridos durante su carrera universitaria, compartiendo valiosos aportes con la compañía lo que beneficio cada uno de los proyectos a su cargo.

El estudiante apoyó en el servicio de atención al cliente, desempeñando tareas relacionadas con la gestión de envíos de comunicados de promoción de productos, cotizaciones, agendar reuniones y remitir documentos relevantes. Su contribución en esta área fue fundamental para mantener una comunicación efectiva con los clientes, agilizar los procesos comerciales y garantizar una atención de calidad en todos los aspectos del servicio al cliente.

El aporte más destacado del estudiante en la empresa consistió en la introducción y aplicación del *crowdfunding*, una herramienta desconocida hasta entonces dentro de la organización. Gracias a esta iniciativa, fue posible reactivar un proyecto importante que se había quedado estancado debido a la falta de recursos necesarios para ponerlo en marcha. Este proyecto en cuestión es el programa *Ignite*, mencionado anteriormente.

Complementario a la campaña de *crowdfunding*, el estudiante desarrolló un plan de negocios detallado para el programa *Ignite*. Este plan abarca diversos aspectos, como la comprensión de las necesidades del mercado, la propuesta de valor del proyecto y la definición de objetivos, metas, fases, beneficios, componentes y características. También se plantea un *canvas* de negocio, el cual comprende los socios, actividades y recursos clave, se establecen estrategias de difusión y promoción que detallan las acciones de marketing para dar a conocer el programa a los clientes, se identifican los canales de comunicación y se define el nicho de mercado. Además, se proponen programas de fidelización, se consideran las plataformas tecnológicas necesarias y se

concreta el plan de operaciones y gestión, incluyendo un organigrama con las funciones del personal, el canal de distribución y los requisitos y acuerdos relacionados con el proyecto. Finalmente, se diseña un plan financiero que establece las fuentes de ingresos, la inversión inicial y los costos fijos y variables. Este completo plan de negocios proporcionará a la empresa una guía clara y estructurada para el desarrollo y éxito del programa *Ignite*.

A continuación, se muestran las figuras donde se evidencian las principales actividades realizadas en la empresa durante el proceso de grado:

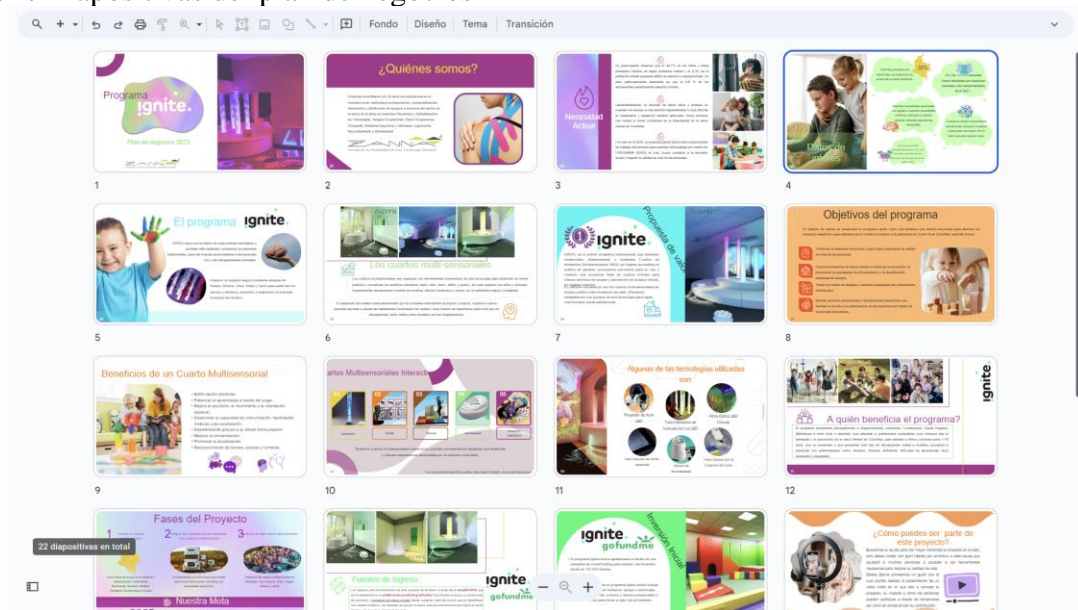
Figura 2. Base de datos de Zanna International

Base de datos Zanna Salud - ZANNA INTERNATIONAL 2023									
N°	NOMBRE	TIPO DE NEGOCIO	E-MAIL	CIUDAD	DIRECCIÓN	TELEFONO	SITIO WEB	RR.SS	
1	Arlington medical supply	Tienda de insumos médicos	support@mxp4u.com	Arlington	3330 Matlock Rd #110, Arlington, TX	---	https://mxp4u.com/	---	
2	A to Z Medical Equipment & Supplies LLC	Tiendas Ortopedicas	---	Addison	15060 E Beltwood Pkwy suite b, Addison	(214) 349-2869	https://atozwheelchairs.com/	---	
3	North Tex MedCare Clinic & Urgent Care	Centro médico	---	Addison	5057 Keller primavera Rd. Ste 300, Addison	(469) 4893611	https://www.nhmedicare.com/	https://www.facebook.com/wp-content/uploads/2021/11/facebook-ok.jpg	
4	Addison Internal Medicine	Centro médico	---	Addison	17051 Dallas Pkwy., #150, Addison	(972) 733-3090	https://addisoninternalmedicine.com/	https://www.facebook.com/AddisonInternalMedicine/	
5	Parkhill Imaging Addison	Centro médico	addison@parkhill.salud	Addison	17051 Dallas Parkway Suite 200, Addison	972-338-9762	https://parkhill.health/imaging/	---	
6	Neighborhood Medical Center	Centro médico	info@nmcDallas.com	Addison	5917 Belt Line Road, Addison	972-275-6910	https://www.neighborhoodmedicalcenter.com/	---	
7	Texas Health Breeze Urgent Care	Centro médico	---	Addison	4135 Belt Line Rd. Suite 124, Addison	https://breezeurgentcare.texashealth.org/contact-us	https://breezeurgentcare.texashealth.org/	https://www.facebook.com/BreezeUrgentCare	
8	Total Men's Primary Care	Centro médico	Info@TotalMens.com	Addison	15212 Montfort Dr Suite 309, Addison	(972) 637-8663	https://totalmens.com/	https://totalmens.com/wp-content/uploads/2020/12/instagram.png	
9	Methodist Hospital For Surgery	Hospital	comentarios@methodistsurg.com	Addison	17101 Dallas Parkway, Addison	469-248-3900	https://methodisthospitalforsurgery.com/	https://www.facebook.com/MethodistHospitalforSurgery/	
10	Bravo Physio & Wellness PLLC	Centro de medicina deportiva	julia@bravofisio.com	Addison	4901 Keller Springs Rd #108, Addison	214-937-0305	https://bravophysio.com/	https://www.facebook.com/bravophysiodfx	
11	Baylor Scott & White Outpatient Rehabilitation - Addison	Physical Therapy	---	Addison	4135 BELTLINE ROAD SUITE 122 ADDISON, TX 75001-5849	(972) 789-9527	https://www.baylorhab.com/locations/outpatient/addison/	---	
12	Life Care	Hospital	---	Addison, Plano, Dallas	15305 Dallas Parkway Tower III, Suite 1000, Addison	214-640-9600	https://www.lifecare-health.com/	https://www.facebook.com/LifeCare-Health-113597646950092/	
13	M3 PHYSICAL THERAPY	Physical Therapy	lovejoy@m3therapy.com	Addison	Garland Location 3930 Naaman School	469-244-0130	https://www.m3therapy.com/	https://www.facebook.com/M3PT	

Figura 6. Plan de negocios del programa Ignite

<p>PROGRAMA IGNITE PLAN DE NEGOCIOS</p> <p>ZANNA SALUD</p>	<p>Contenido</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. ¿Quiénes somos? 4 2. Necesidad Actual 5 3. Propuesta de Valor 6 4. Descripción del PROGRAMA IGNITE 7 4.1. Objetivos 7 4.1.1. Objetivos operacionales 7 4.2. Características del Programa 7 4.3. Componentes del Programa 8 4.4. Beneficios de un Cuarto Multisensorial 8 5. Estrategias para los Negocios que sirven a los PROGRAMAS IGNITE 10 6. Misa 11 7. Fase del Proyecto 11 7.1. Fase 1 11 7.2. Fase 2 11 7.3. Fase 3 11 8. Sectores Clave 12 8.1. Proveedores 12 8.2. Canales de Distribución 12 8.3. Estructuras de Costos 12 9. Actividades Clave 18 9.1. Recursos Clave 18 10. Estrategias de Altiada y Promoción 19 	<ul style="list-style-type: none"> 10.1. Representación de Clientes 19 10.2. Relaciones con los Clientes 20 10.3. Canal de Comunicación 20 10.4. Programa de Fidelización 21 10.5. Planificación Financiera 21 10.6. Planificación Operativa 24 10.7. Estrategias y equipos necesarios 24 10.8. Organización 24 10.9. Recursos 24 10.10. Modelo de Negocio 24 10.11. Descripción del programa Ignite 25 10.12. Subservicio Básico 26 10.13. Subservicio Intermedio 27 10.14. Subservicio Avanzado 28 10.15. Descripción de Ingresos 29 10.16. Descripción Operacional 30 10.17. Coordinación de Marketing Digital 31 10.18. Canal de Distribución 32 10.19. Regulatorio y control de calidad y cumplimiento de normas 32 10.20. Ejemplos de Actividades de los Clientes 33 10.21. Canales de Auditoría 34 10.22. Plan Financiero 34 10.23. Estrategia de Ignite 34 10.24. Modelo de Negocio 34 10.25. Modelo de Negocio 34 	<p>10.23. Cómo Ejecutar y Gestionar Variables 35</p> <p>10.24. Otros 36</p>
<p>1. ¿Quiénes somos?</p> <p>ZANNA INTERNACIONAL VENDEDOR LLC y ZANNA SALUD SAS se han unido en una colaboración estratégica con el fin de abordar los desafíos de salud mental en Colombia, respaldados en el consenso por Google ZANNA INTERNACIONAL VENDEDOR LLC una empresa con sede en Estados Unidos, la cual ha estado colaborando con ZANNA SALUD SAS una empresa colombiana en 12 años de experiencia en el desarrollo, diseño de la experiencia, implementación, optimización y distribución de equipos y servicios de salud en el área de medicina Preventiva y Rehabilitación, en Farmacología, Terapia Ocupacional, Salud Espiritual, Hospital, Medicina Hospitalaria y Atención, Espiritismo, Spirituality y Holisticidad, entre otros, en colaboración con un equipo de profesionales y personal administrativo de alta y medio nivel, de calidad, proactividad y disponibilidad de que podemos asegurar que estamos a la vanguardia en el mercado nacional, e internacional en proyectos en la Región Andina, con alta calidad y reconocimiento a nivel mundial de los mejores especialistas.</p> <p>Nuestro propósito de liderazgo e innovación es proporcionar servicios de salud integral.</p> <p>Este documento tiene como objetivo describir el PROGRAMA IGNITE, una iniciativa innovadora destinada a prevenir y tratar los problemas de salud mental en Colombia.</p>	<p>comunicación de los negocios que pueden generar el acceso a los servicios de rehabilitación y se gestionan desde el gobierno dentro de la empresa y de los permisos que lo constituyen.</p> <p>Para ello, ZANNA S.A.S. como aliados estratégicos, respalda a la FUNDACION ISALOMON, una organización sin ánimo de lucro desde la cual se desarrollan estrategias en educación, investigación, desarrollo de productos y generación de ingresos, tecnologías, innovación en un grupo de ciudades, proyectos que ayudan a mejorar la calidad de vida de las personas y el bienestar de la comunidad.</p> <p>2. Necesidad Actual</p> <p>Actualmente, se presenta un crecimiento en la prevalencia de la enfermedad de salud mental en Colombia, especialmente en mujeres de Ciudad de Bogotá, lo cual representa un 20% los problemas de salud mental en Colombia, lo que ha llevado a muchos problemas en las instituciones sanitarias para abordar estos problemas.</p>	<p>ZANNA, considerando las necesidades de los usuarios generados, en los hospitales se ofrece un grupo de servicios de salud mental del programa Ignite el cual, busca contribuir en la calidad de vida y mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad (y/o en desarrollo), así como de aquellos que enfrentan problemas de salud mental, para brindar a los usuarios un servicio de salud mental. Además, para ser un servicio de salud mental, se requiere de un equipo de profesionales y personal administrativo de alta y medio nivel, de calidad, proactividad y disponibilidad de que podemos asegurar que estamos a la vanguardia en el mercado nacional, e internacional en proyectos en la Región Andina, con alta calidad y reconocimiento a nivel mundial de los mejores especialistas.</p> <p>3. Programa de Valor</p> <p>ZANNA SALUD es una empresa que se dedica a brindar soluciones innovadoras y tecnológicas desde el campo de la salud mental, en el ámbito de la salud, se busca responder, satisfacer el nivel de atención de los usuarios, mantener la calidad y el bienestar de los usuarios, con un equipo de profesionales y personal administrativo de alta y medio nivel, de calidad, proactividad y disponibilidad de que podemos asegurar que estamos a la vanguardia en el mercado nacional, e internacional en proyectos en la Región Andina, con alta calidad y reconocimiento a nivel mundial de los mejores especialistas.</p>	<p>4. Descripción del PROGRAMA IGNITE</p> <p>4.1. Objetivos</p> <p>4.1.1. Objetivo general</p> <p>El programa Ignite es una iniciativa desarrollada con el objetivo de prevenir y tratar los problemas de salud mental en Colombia, respaldados en el consenso por Google ZANNA INTERNACIONAL VENDEDOR LLC una empresa con sede en Estados Unidos, la cual ha estado colaborando con ZANNA SALUD SAS una empresa colombiana en 12 años de experiencia en el desarrollo, diseño de la experiencia, implementación, optimización y distribución de equipos y servicios de salud en el área de medicina Preventiva y Rehabilitación, en Farmacología, Terapia Ocupacional, Salud Espiritual, Hospital, Medicina Hospitalaria y Atención, Espiritismo, Spirituality y Holisticidad, entre otros, en colaboración con un equipo de profesionales y personal administrativo de alta y medio nivel, de calidad, proactividad y disponibilidad de que podemos asegurar que estamos a la vanguardia en el mercado nacional, e internacional en proyectos en la Región Andina, con alta calidad y reconocimiento a nivel mundial de los mejores especialistas.</p> <p>4.1.2. Objetivos específicos</p> <p>El programa Ignite se dedica a abordar los desafíos operacionales y logísticos de cada región los siguientes objetivos específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo del negocio nacional y promulgación de cada región los siguientes objetivos específicos: 2. Prevenir problemas de salud mental y tratar de la rehabilitación, la prevención de estrategias de atención sanitaria viable y la identificación temprana de factores de

Figura 7. Diapositivas del plan de negocios



5.1.3 Impacto desde los resultados y/o logros

Para el año 2025, la meta con el proyecto *Ignite* es establecer un total de 32 cuartos multisensoriales, uno en cada ciudad capital de los 32 departamentos de Colombia. Además, se conservarán los cuartos móviles para complementar la atención a los pacientes y ampliar el alcance del proyecto a nivel nacional. De esta manera, proporcionar un mayor acceso a la atención de salud mental a un mayor número de personas en Colombia.

Asimismo, se tiene como objetivo alcanzar el 80% del monto objetivo de la campaña de *crowdfunding*, que asciende a 100.000 dólares. Este capital será destinado para la importación de la tecnología y los materiales necesarios desde el proveedor ubicado en el Reino Unido. Además, se destinará a cubrir los costos asociados a la construcción de los cuartos multisensoriales, la contratación de personal especializado y otros gastos relacionados. El logro de esta meta financiera será fundamental para asegurar la implementación del proyecto *Ignite* y garantizar que se cuente con los recursos necesarios para brindar una atención de calidad en salud mental a aquellos que lo necesitan.

5.2 Aportes de la empresa al proceso formativo

Durante la práctica profesional, la empresa Zanna Salud brindó al estudiante una valiosa formación en el área de ventas, otorgándole un amplio conocimiento sobre las estrategias y técnicas de venta. Esta experiencia laboral también le permitió adquirir habilidades en el trato directo con los clientes, desarrollando una comunicación efectiva y la capacidad de comprender y satisfacer sus necesidades.

La participación en este entorno empresarial le brindó al estudiante una experiencia enriquecedora y práctica que complementó su formación académica, permitiéndole adquirir

conocimientos valiosos y desarrollar habilidades relevantes para su futuro profesional en el campo de las ventas y la gestión del cliente.

Las prácticas en Zanna Salud no solo enriquecieron los conocimientos del estudiante como profesional de negocios internacionales, sino que también contribuyeron a su crecimiento personal. Durante esta experiencia, el estudiante tuvo la oportunidad de contar con un jefe dedicado que se tomó el tiempo para brindarle enseñanzas valiosas en la gestión del tiempo, evitar la procrastinación y lograr los objetivos anuales. Además, se le instruyó en la importancia de llevar una agenda diaria, practicar la meditación y la reflexión, entre otras enseñanzas que serán de gran utilidad en su vida cotidiana. Estas lecciones no solo impactaron en su desarrollo profesional, sino que también le brindaron herramientas y habilidades para su bienestar personal y crecimiento continuo.

6. Plan de Mejora

A continuación, se presentan los resultados de la práctica empresarial concluida desde una perspectiva analítica, donde se detallan el papel y las funciones desempeñadas en el área de Expansión del Mercado. Durante esta experiencia, el estudiante realizó diversas tareas y contribuciones a la empresa, pero la más destacada fue su liderazgo en el proyecto denominado "*Ignite*". Este proyecto consistió en un estudio del mercado posterior a la pandemia, el cual reveló una necesidad en el ámbito de la salud mental. En respuesta a ello, se desarrolló un plan estratégico para abordar este problema, brindando herramientas a los colombianos para enfrentar situaciones difíciles y fortalecer sus mentes.

El objetivo es que el proyecto se lleve a cabo este año, y se espera que tenga la capacidad de atender a todos, especialmente a las poblaciones vulnerables, que son las más afectadas y tienen dificultades para acceder a una buena salud mental.

Después de realizar un análisis exhaustivo de la situación actual de la empresa, identificando sus necesidades y explorando diversas herramientas digitales, se llegó a la conclusión de que era necesario aprovechar recursos financieros adicionales, como el crowdfunding, para impulsar el crecimiento de la organización. Esta decisión se basa en la idea de utilizar campañas sociales que contribuyan al mejoramiento y desarrollo de la empresa, brindando oportunidades adicionales para su expansión y éxito en el mercado.

6.1 Aspectos por mejorar

Durante su puesto en la empresa, el estudiante se encargó de varios proyectos que se centraban en la promoción y divulgación de los productos, tarea la cual se basaba en establecer contacto con los clientes utilizando una base de datos existente de la empresa, a través de correos electrónicos y mensajes de WhatsApp; pero muchos de los correos no obtuvieron respuesta o fueron rechazados.

Por otro lado, la empresa tenía la iniciativa de llevar a cabo un proyecto social, pero no contaba con los recursos económicos necesarios para su desarrollo e implementación. Fue en este contexto que el estudiante planteó la idea del *Crowdfunding*, una herramienta que permitiría obtener el respaldo financiero tan necesario para el proyecto a través de inversores voluntarios de cualquier parte del mundo. Esta propuesta abría la posibilidad de obtener el apoyo y los recursos financieros requeridos para hacer realidad el proyecto social.

De acuerdo con lo anterior, se describen los siguientes aspectos por mejorar:

- Mantener un seguimiento constante de las bases de datos de clientes y asegurarse de mantener actualizada la información de contacto. Esto garantizará una comunicación eficiente entre la empresa y los clientes.
- Estar a la vanguardia sobre las nuevas herramientas que se usan en el mercado para poder eliminar obstáculos y lograr los objetivos propuestos.
- Revisar los resultados obtenidos, analizando los logros alcanzados y las oportunidades de mejora.

6.2 Metas

Con el fin de establecer unos objetivos y estrategias a los aspectos de mejora, se plantea lo siguiente:

- Alimentar y actualizar trimestralmente, las bases de datos de los clientes, con el fin de lograr una comunicación precisa, estos seguimientos periódicos permitirán verificar la vigencia de los datos y obtener un mayor número de ventas.
- Analizar los proyectos y metas de la empresa y estudiar las herramientas disponibles en el mercado que puedan contribuir a su cumplimiento. El objetivo es identificar aquellas herramientas que impulsen el crecimiento de la empresa y permitan alcanzar los objetivos propuestos.
- Realizar una planeación anual con base en los resultados obtenidos en la campaña de *Crowdfunding* como una estrategia continua que permita a la empresa obtener recursos y optimizarlos.

6.3 Acciones

Para el cumplimiento de las metas propuestas es necesario plantear las siguientes acciones:

- Mediante las diversas herramientas tecnológicas, como *Structure Query Language* (SQL), es posible mejorar significativamente el proceso de promoción de productos. El SQL es una herramienta de gestión de bases de datos que realiza operaciones como eliminar, actualizar filas de datos, administrar detalles, recobrar subconjuntos de datos, analizar y procesar transacciones; esto haría más eficaz el proceso de promoción de productos ya que evitaría enviar información a correos incorrectos o desactualizados, asegurando que llegue a la audiencia adecuada.
- Hacer parte de capacitaciones sobre las nuevas herramientas en el mercado y gestión de proyectos y hacer partícipes a los practicantes universitarios para usar su perspectiva y creatividad fresca; enriqueciendo el entorno empresarial y fomentando la innovación en la organización. Esto ayudara a dar continuo avance y crecimiento al proyecto *Ignite* y liderar otros proyectos que promuevan a una mejora continua en la empresa.

6.4 Indicadores

Mediante los siguientes indicadores se podrán medir los resultados esperados de las acciones aplicadas a los aspectos por mejorar:

Para evaluar y conocer los resultados de mejora en la aplicación de las herramientas tecnológicas en la empresa, se medirá basado en el aumento en el número de correos respondidos y ventas gestionadas por este medio: N° correos respondidos + ventas realizadas vía correo / N° de correos enviados.

En cuanto al proyecto de *crowdfunding* "Ignite", se medirá el éxito en el número de inversores que apoyen el programa o alcanzar entre el 75% y el 85% del monto objetivo que permitirá el desarrollo del proyecto: Valor objetivo del proyecto / Valor captado.

Asimismo, se tomará en consideración la cantidad de personas que aprenderán a usar estas herramientas y adquirirán conocimientos en la gestión de proyectos a lo largo de su proceso de prácticas.

6.5 Hacer y Verificar

Al identificar aquellos aspectos por mejorar, se buscaron soluciones rápidas y efectivas en colaboración con la directora de Marketing para llevar a cabo las labores de la manera óptima, usando las herramientas necesarias para agilizar los procesos de comunicación, promoción y ventas de los productos y servicios de la empresa, para esto se sugiere lo siguiente:

- El departamento de marketing deberá generar un informe detallado sobre los correos electrónicos rechazados o que no recibieron respuesta alguna, así podrán actualizar o eliminar los contactos pertinentes. Esta gestión permitirá una mejor administración del tiempo y los recursos involucrados.
- Realizar una capacitación para ampliar los conocimientos sobre el *Crowdfunding*, estudiando estrategias para atraer donantes, expandir el proyecto y alcanzar el monto objetivo, permitiendo llevar la campaña de *Crowdfunding* del proyecto Ignite con éxito.
- Es importante brindar una capacitación completa al próximo practicante universitario, abordando el funcionamiento de las herramientas, bases de datos y proyectos relevantes. De esta manera, se asegurará un seguimiento adecuado y la continuidad del plan de mejora.

6.6 Responsable

El estudiante universitario asumió la responsabilidad de liderar la implementación de estas herramientas y mejoras en los procesos y proyectos de la empresa, lo que le otorga un papel fundamental en el avance y el impacto en el área de Marketing.

6.7 Recursos

Los recursos tecnológicos fueron indispensables; entre ellos se incluyen herramientas como el correo electrónico de Yahoo, Google Docs, WhatsApp, Microsoft Excel y Drive. Estas aplicaciones posibilitan una gestión más eficiente y efectiva de las actividades de promoción, ofrecen soluciones prácticas y facilitan la comunicación y colaboración entre los equipos de trabajo.

En relación con los recursos necesarios para el programa *Ignite*, fue contar con diversos elementos tecnológicos. Se agregó la creación de una cuenta de correo electrónico, la utilización de documentos en Word para elaborar el plan de negocios, la plataforma Mailchimp para diseñar la página de aterrizaje (*landing page*), Power Point para llevar a cabo la presentación del proyecto y *Canva* para la creación de un video promocional. En resumen, la implementación de estos recursos tecnológicos ha sido esencial para llevar a cabo las tareas y proyectos de la empresa.

6.8 Cronograma

En la siguiente tabla, se especifican gráficamente el tiempo en el que se llevaron a cabo las actividades del plan de trabajo:

Tabla 2. Cronograma del plan de trabajo

Actividades	Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Campaña de <i>crowdfunding</i> del proyecto <i>Ignite</i>					X	X	X	X					X	X	X	X
Promoción y divulgación para el producto DigitSole, en la Región Andina			X	X						X	X					
Inserción de la marca Zanna Salud al mercado estadounidense	X	X							X							

Nota: El cronograma contiene las actividades sobre las cuales se desarrolló el plan de mejora

8. Conclusiones

En conclusión, las prácticas empresariales son una experiencia esencial para los estudiantes de negocios internacionales, ya que les permite enfrentarse a nuevos desafíos y escenarios, desarrollando habilidades y competencias clave para el mundo empresarial globalizado. Además, al exponerse a diferentes perspectivas y enfoques de negocio, amplían su horizonte y cultivan un pensamiento crítico y creativo.

Durante mi período de prácticas empresariales en Zanna Salud S.A.S, logré alcanzar los objetivos establecidos de consolidar, aplicar y ampliar los conocimientos y herramientas adquiridos durante mi carrera universitaria. Además, estas prácticas también propiciaron mi desarrollo personal, ya que adquirí habilidades en la gestión del tiempo, manejo de agenda y evitación de la procrastinación.

En resumen, mis prácticas empresariales fueron una experiencia holística que fomentó tanto mi desarrollo profesional como personal. Me permitieron obtener una visión más amplia y completa de la realidad laboral en el ámbito de los negocios internacionales.

Referencias

- Acibeiro, M (2021) ¿qué es el crowdfunding y cómo funciona? Godaddy.
<https://es.godaddy.com/blog/crowdfunding-que-es-y-como-funciona/>
- Alvarado, L. (2022). *Mercadeo y publicidad* Poliverso blog.
<https://www.poli.edu.co/blog/poliverso/mercadeo-y-publicidad-que-es#:~:text=Mercadeo%20hace%20referencia%20al%20enfoque,de%20un%20producto%20o%20servicio.>
- Banco Mundial. (2022). *Informe sobre el desarrollo mundial 2022*. Banco Mundial.
<https://www.bancomundial.org/es/publication/wdr2022>
- Bancolombia. (2018, 08 de noviembre). *Así opera el Crowdfunding en Colombia*. Bancolombia.
<https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/legal-y-tributario/asi-opera-crowdfunding-en-colombia>
- Bernal, G., Ontiveros, S. M. (2018). *Estado actual del crowdfunding en Colombia*. RepositoryUnad.
<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/18916/79403381.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Congreso de la República de Colombia. (1999, 30 de diciembre). Ley 2685 de 1999. *Estatuto Aduanero*. Banco de la República. <https://www.banrep.gov.co/es/jornadas-capacitacion-dcin-2015-1#:~:text=En%20materia%20aduanera%2C%20Colombia%20se,con%20sus%20modificaciones%20y%20adiciones.>
- Congreso de la República de Colombia. (2002, 31 de julio). Ley 762 de 2002. *Ley para la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra las Personas con Discapacidad*.

Ayudahumanitaria. <https://ayudahumanitaria.com.co/discapacidad/leyes-discapacidad-colombia/>

Congreso de la República de Colombia. (2006, 06 de abril) Ley 556 de 2006. *Código de ética profesional del negociador internacional*.
<https://www.studocu.com/co/document/universidad-manuela-beltran/derecho-constitucional/arc-2700-ninguna/29982522>

Congreso de la República de Colombia. (2011, 12 de octubre). Ley 1480 de 2011. *Estatuto del consumidor*. Funcionpublica.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>

Congreso de la República de Colombia. (2013, 27 de febrero). Ley 1618 de 2013. *Disposiciones para las personas con discapacidad*. Funcionpublica.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=52081>

Digitsole Pro. (2015) *Historia de la compañía*. <https://www.digitsole.com/history-of-the-company>

ExpertoGestioPolis.com. (2021, 15 de marzo) *Negocios internacionales. Qué son, cómo se realizan, componentes*. ExpertoGestioPolis.com. <https://www.gestiopolis.com/que-son-negocios-internacionales/>

Fernández, R. (2023, 19 de junio). *Inflación e índices de precios mundial datos estadísticos*. Statista.
<https://es.statista.com/temas/9028/inflacion-e-indices-de-precios-en-el-mundo/#topicOverview>

Instituto Nacional de Salud Infantil y Desarrollo Humano Eunice Kennedy Shriver. (2019, 7 de agosto). *¿Cuáles son algunos de los tipos de tecnologías de rehabilitación?* NICHD.
<https://espanol.nichd.nih.gov/salud/temas/rehabtech/informacion/tipos-rehab>

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos. (2023) *Regulación para dispositivos médicos y equipos biomédicos.* GOV.CO

<https://www.invima.gov.co/dispositivos-medicos-y-equipos-biomedicos>

Ministerio de Salud y Protección Social. (2022, 10 de octubre). *Salud mental: asunto de todos.*

[Comunicado de prensa]. <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Salud-mental-asunto-de-todos.aspx#:~:text=En%20Colombia%2C%20la%20depresi%C3%B3n%20es,d%C3%A9ficit%20de%20atenci%C3%B3n%20e%20hiperactividad>

Ministerio de Salud. (2020). *Boletines Poblacionales: Personas con Discapacidad.* Ministerio de Salud.

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/boletines-poblacionales-personas-discapacidadI-2020.pdf>

Montagud, M. (2021, 29 de septiembre) *Salas de estimulación multisensorial Snoezelen: qué son y para qué sirven.* Psicología y mente. <https://psicologiaymente.com/clinica/salas-estimulacion-multisensorial-snoezelen>

Organización Mundial de la Salud Consejo Ejecutivo. (2005). *Comercio internacional y salud.* OMS. https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/22363/B116_4-sp.pdf?sequence=1

Organización Mundial de la Salud (2021, 8 de diciembre) *Normalización de la nomenclatura de los dispositivos médicos.* OMS. https://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/EB150/B150_14-sp.pdf

Organización Mundial de la Salud (2022, 2 de marzo) *La pandemia de COVID-19 desencadena un aumento del 25 % en la prevalencia de la ansiedad y la depresión en todo el mundo* [Comunicado de prensa]. <https://www.who.int/news/item/02-03-2022-covid-19-pandemic-triggers-25-increase-in-prevalence-of-anxiety-and-depression-worldwide>

Organización Mundial de la Salud. (2023, 7 de marzo) *Discapacidad*. [Comunicado de prensa].

<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2020, 30 de noviembre). *Panorama general*

de la discapacidad en Colombia. DANE.

<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/discapacidad/Panorama-general-de-la-discapacidad-en-Colombia.pdf>

Semana. (2022, 21 de noviembre) *Conozca las medidas que viene adoptando el Gobierno Petro*

para enfrentar la inflación. [Comunicado de prensa].

<https://www.semana.com/economia/macroeconomia/articulo/conozca-las-medidas-que-viene-adoptando-el-gobierno-petro-para-enfrentar-la-inflacion/202240/>

Zanna Salud. (2017, 14 de febrero). *Responsabilidad social*. Zannasalud.

<https://zannasalud.com/corp-info/?active=3>