

Práctica Empresarial Departamento Marketing digital- ZANNA SALUD S.A.S

Gelen Liseth Pineda Sierra

Trabajo de grado para obtener el título de Profesional en Negocios Internacionales

Director

Margarita Santander Pinto

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales

2021

Agradecimientos

En primer lugar, agradecer a Dios por darme la sabiduría para afrontar los diferentes retos que se presentaron durante mi formación profesional. A mi familia, especialmente a mi mamá, que me proporcionó la mejor educación y me apoyo en cada decisión.

También a los docentes por las enseñanzas y los consejos. A mis futuros colegas, mis compañeros, que algunos de ellos se convirtieron en mis mejores amigos con los que compartí momentos únicos e inolvidables.

Asimismo, a la Dra. Juanita Alexandra Vega representante legal de ZANNA SALUD por creer en mis capacidades quien fue mi jefe inmediato y fue mi guía para fortalecer mis conocimientos. Por último y no menos importante a la Universidad Santo Tomás por brindar una educación de calidad y formar estudiantes comprometidos, responsables e íntegros, con profesores altamente cualificados para cada área.

Contenido

Introducción	10
1. Justificación	11
2. Objetivos de la práctica	12
2.1. Objetivo general	12
2.2. Objetivos específicos	12
3. Perfil de la empresa	13
3.1. ZANNA Salud	13
3.2. Razón social	13
3.3. Misión de ZANNA	13
3.4. Visión de ZANNA	14
3.5 Valores corporativos ZANNA	14
3.6. Responsabilidad social	14
3.7. Testimoniales	15
3.8. Certificaciones	17
3.9. Portafolio de servicios de ZANNA Salud	17
3.10. Portafolio de productos de ZANNA Salud.	18
4. Cargo y funciones	21
4.1. Cargo	21
4.2. Funciones Asignadas	22
5. Descripción de las funciones realizadas y resultados	23

PRÁCTICA EMPRESARIAL ZANNA SALUD	4
5.1. Funciones	23
6. Marco conceptual y normativo utilizado para el desarrollo de las funciones desempeñadas	38
7. Aportes	38
8. Conclusiones	40
Referencias	41

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Certificaciones ZANNA salud.</i>	17
Figura 2. <i>Electro Estimulador</i>	18
Figura 3. <i>Producto ultrasonido</i>	19
Figura 4. <i>Producto rehabilitación de brazo y hombro</i>	19
Figura 5. <i>Virtual Rehabilitación body/hands</i>	20
Figura 6. <i>Ultrasonido portátil.</i>	20
Figura 7. <i>Producto David Delight pro</i>	21
Figura 8. <i>Canal de YouTube.</i>	24
Figura 9. <i>Ventana automática para registro en la página web.</i>	26
Figura 10. <i>Chat automático de página web.</i>	27
Figura 11. <i>Newsletters vista en página web.</i>	27
Figura 12. <i>Newsletters vista desde la página web.</i>	28
Figura 13. <i>Publicidad producto David Light.</i>	29
Figura 14. <i>Promoción realizada en Facebook.</i>	30
Figura 15. <i>Cuenta de Instagram Zanna salud.</i>	31
Figura 16. <i>Gráfica crecimiento Instagram en los últimos seis meses.</i>	32
Figura 17. <i>Cuenta de Facebook Zanna Salud.</i>	33
Figura 18. <i>Gráfica crecimiento Facebook últimos seis meses.</i>	34
Figura 19. <i>Gráfica interacción en redes sociales.</i>	35
Figura 20. <i>Cuenta actualizada de mercado libre.</i>	37

Resumen

Empresa *ZANNA SALUD S.A.S*, tiene una trayectoria de más de 22 años 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, en Fisioterapia, Terapia Ocupacional, Salud Ocupacional, Ortopedia, Medicina Deportiva, Psicología, Ergonomía, Neuro rehabilitación, Fitness; áreas en las cuales actualmente son reconocidos por ofrecer equipos y productos innovadores de alta y moderna tecnología, de calidad y funcionalidad. En el presente informe el cual fue realizado durante la práctica empresarial escogida como modalidad de grado para obtener el título de profesional en Negocios Internacionales en la empresa *ZANNA SALUD* Seccional Bogotá, por un periodo de 6 meses, describe las funciones asignadas como practicante del departamento de marketing y evidencia la ejecución de estas a través de distintas actividades.

Palabras claves: Salud, Importación, Fabricación, Comercialización

Abstract

Company *ZANNA SALUD SAS*, has a history of more than 22 years dedicated to the import, commercialization, manufacture and distribution of equipment and supplies of the health sector in the area of preventive medicine and rehabilitation, in Physiotherapy, Occupational Therapy, Occupational Health , Orthopedics, Sports Medicine, Psychology, Ergonomics, Neurorehabilitation, Fitness; areas in which they are currently recognized for offering innovative equipment and products of high and modern technology, quality and functionality.

In this report carried out during the business practice chosen as a degree modality to obtain the professional title in International Business in the company *ZANNA SALUD*, Bogota Section, for a period of 6 months, it describes the functions assigned as an intern in the marketing department and evidence the execution of the same through different activities.

Keywords: Health, Import, Manufacturing, Marketing

Glosario

Zanna salud: empresa dedicada a la importación, comercialización, fabricación y distribución de equipos e insumos del sector de la salud.

Importación: consiste en el ingreso legal de mercancías proveniente de otro país.

Comercialización: es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución.

Fabricación: Confección o elaboración de un producto a partir de la combinación de sus componentes, especialmente en serie y por medios mecánicos.

Rehabilitación: Conjunto de técnicas y métodos que sirven para recuperar una función o actividad del cuerpo que ha disminuido o se ha perdido a causa de un accidente o de una enfermedad.

Fisioterapia: Método curativo de algunas enfermedades y lesiones físicas que se fundamenta en la aplicación de agentes físicos naturales o artificiales

Terapia Ocupacional: uso terapéutico de las actividades de cuidado, trabajo y juego para incrementar la independencia funcional, aumentar el desarrollo y prevenir la incapacidad

Salud Ocupacional: es una actividad multidisciplinaria dirigida a promover y proteger la salud de los trabajadores mediante la prevención y el control de enfermedades y accidentes y la eliminación de los factores y condiciones que ponen en peligro la salud.

Ortopedia: Tratamiento para prevenir o corregir de forma mecánica o quirúrgica las deformaciones o desviaciones de los huesos y de las articulaciones del cuerpo.

Medicina Deportiva: Es la especialidad médica que estudia los efectos del ejercicio del deporte y, en general, de la actividad física, en el organismo humano, desde el punto de vista de la prevención y tratamiento de las enfermedades y lesiones.

Psicología: Ciencia que estudia los procesos mentales, las sensaciones, las percepciones y el comportamiento del ser humano, en relación con el medio ambiente físico y social que lo rodea.

Ergonomía: Estudio de las condiciones de adaptación de un lugar de trabajo, una máquina, un vehículo, etc., a las características físicas y psicológicas del trabajador o el usuario.

Neuro-rehabilitación: Es una disciplina de reciente aparición en el mundo neurocientífico, la cual busca ayudar a pacientes con lesión neurológica para que puedan recuperar el mejor nivel de sus funciones e independencia, así como a mejorar su calidad de vida física, mental, social

Fitness: Conjunto de ejercicios gimnásticos especialmente indicados para conseguir y mantener un buen estado físico.

Introducción

En el presente informe daré a conocer el trabajo que realice en la empresa ZANNA SALUD S.A.S seccional Bogotá en calidad de practicante en el área marketing digital durante 6 meses. Desarrollando funciones como: Telemercadeo, atención al cliente, control y administración de redes sociales, páginas web y plataformas de comercialización, venta de productos e insumos del área de la salud y otras actividades comerciales asignadas por el jefe de mercadeo.

1. Justificación

Dentro de la carrera de negocios internacionales unas de las opciones de grado es la práctica empresarial lo cual es una opción destacada porque permite aplicar los conocimientos adquiridos y potenciarlos mucho más, es la primera experiencia en el mundo laboral ya que sirve como base para el desarrollo de las capacidades y próximas oportunidades laborales.

Otras de las ventajas que ofrece esta opción de grado es la oportunidad de investigar o escoger dentro de muchas empresas de diferentes sectores e industrias que permite al estudiante interactuar y relacionarse en este medio y poner en práctica las habilidades de demanda los negocios internacionales. Dentro de esa gran variedad de industrias está la del sector salud a la cual pertenece la compañía ZANNA SALUD que ofreció una vacante para community manager junior practicante, en este puesto se realiza funciones como : Administrar y crear contenido para redes sociales, ejecutar estrategias de marketing, realizar actividades relacionadas con marketing digital .

Este tipo de labor brinda la oportunidad para que los practicantes desarrollen sus habilidades de forma creativa, creando planes de marketing, estrategias para diferentes proyectos, estar en contacto con distintas empresas de diferentes sectores.

2. Objetivos de la práctica

2.1. Objetivo general

Aplicar los conocimientos adquiridos de la carrera de negocios internacionales con el fin de completar la formación profesional. Mediante una práctica empresarial cuya duración es de 6 meses, el principal trabajo es el desarrollo y creación de planes estratégicos con el fin de generar un mejor posicionamiento y reconocimiento de la compañía ZANNA SALUD en su respectiva industria, y a su vez contribuir en la atracción de nuevos clientes/ usuarios.

2.2. Objetivos específicos

- Apoyar al departamento de marketing digital en la reactivación de sus diferentes canales de comunicación y/o redes sociales.
- Formular y desarrollar planes de mejoramiento y fortalecimiento empresarial en conjunto con el departamento de mercadeo y otras áreas de la compañía en función de alcanzar las metas establecidas para el año 2021, relacionadas al crecimiento digital de la compañía.
- Ejecución de las actividades propuestas en el plan estratégico del departamento de mercadeo de una manera exitosa.

- Desarrollo del proyecto “expansión zanna digital” a través de acciones específicas del rol community manager junior, gestionando diferentes canales como: página web, mercado libre, Facebook e Instagram, obteniendo resultados satisfactorios para la empresa.

3. Perfil de la empresa

3.1. ZANNA Salud

ZANNA Salud importa, comercializa y distribuye productos e insumos del sector de la salud en el área de medicina preventiva y de rehabilitación en áreas como Fisioterapia, Terapia Ocupacional, Salud Ocupacional, Ortopedia, Medicina Deportiva, Psicología, Ergonomía, Neuro-rehabilitación y Fitness.

3.2. Razón social

ZANNA S.A.S

3.3. Misión de ZANNA

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.

3.4. Visión de ZANNA

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.

3.5 Valores corporativos ZANNA

Liderazgo, reconocimiento, excelencia, innovación, responsabilidad, sensibilidad y pasión.

3.6. Responsabilidad social

Responsabilidad Social Empresarial es el marco de actuación dentro del cual se desarrollan los objetivos estratégicos de *ZANNA S.A.S.*, para contribuir al desarrollo humano sostenible: rehabilitación, inclusión y participación de los individuos en la sociedad. Nuestra actuación empresarial socialmente responsable tiene un fundamento ético, a partir del reconocimiento de los impactos que pueden generar el acceso a las tecnologías en rehabilitación, y se gestiona desde el quehacer diario de la empresa y de las personas que la conforman.

Para ello, *ZANNA S.A.S.*, como aliado estratégico, respalda a la *Fundación Salomón*, una organización sin ánimo de lucro desde la cual se desarrollan estrategias en educación, investigación, desarrollo de productos y generación de espacios tecnológicos, encaminadas a ser punto de partida y apoyo para aquellos individuos pertenecientes a poblaciones en estado de vulnerabilidad con algún tipo de discapacidad (ZANNA Salud, 2021)

3.7. Testimoniales

Durante estos años han llegado a establecer buenas relaciones comerciales con grandes y reconocidas instituciones: Hospitales, Clínicas, Centros de Rehabilitación, Inst. Educativas, Entidades Deportivas del sector público y privado, así como también profesionales independientes de las diferentes áreas en rehabilitación.

Algunos de los principales clientes en Colombia(ZANNA Salud, 2021):

- Institución Nacional Deportiva Coldeportes
- Ministerio Defensa Nacional
- Ejército nacional
- Policía Nacional
- Armada Nacional
- Teletón
- Locatel Colombia
- Kamex International
- Salud Market
- Ligas Mayores
- Oim – Organización Internacional Para Las Migraciones
- Hospital San Vicente De Paul. Antioquia, Universidad De Pamplona
- Hospital San Juan De Rio Negro. Antioquia, Universidad Nacional
- Universidad Manuela Beltrán. Bogotá, Universidad Manuela Beltrán. Bucaramanga

- Hospital Universitario Del Valle, Universidad Del Valle
- Universidad Libre. Barranquilla, Hospital Militar. Bogotá
- IDRD Instituto De Recreación Y Deporte, Pablo Tobón Uribe. Medellín
- Universidad María Cano, Hospital Virrey Solís
- Universidad Iberoamericana, Fundación Santa Fe
- Clínica Cardio infantil, Hospital El Tunal
- Centro De Rehabilitación Integral De Colombia CIREC
- Clínica Universitaria San Juan De Dios Cartagena
- Escuela Colombiana De Rehabilitación
- Fundación Hospital San Carlos
- Universidad De Boyacá
- Hospital Engativá E.S.E
- Hospital Regional De Sogamoso
- Instituto De Rehabilitación Iris
- Universidad Cooperativa De Colombia
- Universidad Mariana
- Cenop
- Colsubsidio

3.8. Certificaciones

ZANNA cuenta con una sistematización de acuerdo con Normas ISO y con certificaciones nacionales e internacionales de Calidad, que brindan confiabilidad y respaldo en todos los procesos, asegurando la tranquilidad de los usuarios.

Figura 1. *Certificaciones ZANNA salud.*



Fuente: adaptado de (ZANNA Salud, 2021)

3.9. Portafolio de servicios de ZANNA Salud

- Rehabilitación Física
- Terapia Ocupacional
- Rehabilitación de Mano
- Neuro-rehabilitación
- Medicina Deportiva
- Ortopedia
- Fitness
- Ergonomía
- Psicología / Fonoaudiología

3.10. Portafolio de productos de ZANNA Salud.

Zanna salud maneja varias modalidades y más de 200 productos.

Modalidades:

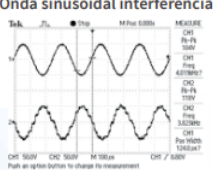
- Electroterapia
- Ultrasonido
- Laser
- Diatermia
- Microondas onda corta
- Estimulación magnética

Algunos productos:

Figura 2. *Electro Estimulador*



Onda sinusoidal interferencial



SYS STIM 240
ELECTROESTIMULADOR

Ofrecer las 9 Ondas de estimulación esenciales y completas para cualquier tipo de tratamiento. Tecnología de pantalla Touch para facilitar gran versatilidad al servicio. Las formas de onda pueden ser combinadas con programas on /off para reeducación muscular, frecuencia y programas de modulación de amplitud para óptima gestión del dolor. Esta nueva tecnología TACTIL, brinda tratamientos de fácil manejo. El color en su pantalla de alta resolución contiene textos y gráficos nítidos, lo que permite controlar todos los tratamientos de forma continua. El patentado M-Wheel™ proporciona una fácil navegación a través de todos los menús. Protocolos diseñados para mostrar parámetros de tratamiento, ajuste de instrucciones y ubicación de electrodos TODO EN UNA SOLA PANTALLA.

ZAME240



Tomado de (ZANNA Salud, 2021)

Figura 3. Producto ultrasonido

MODALIDADES / Electroestimulación

ZANNA

**ULTRASONIDO US PRO 2000**

Ultrasonido de Frecuencia de 1 MHz con 3 Niveles de Intensidad Y 3 Modos de temporizador. **ZADU2035**

**ULTRASONIDO US 1000 3RD**

Ultrasonido de Frecuencia de 1 MHz con 3 Niveles de Intensidad. **ZADU1025**

**EMS MINI STIM.**

Mini Wireless TENS/EMS unit **ZADM1000**

Tomado de (ZANNA Salud, 2021)

Figura 4. Producto rehabilitación de brazo y hombro**REHABILITACIÓN DE BRAZO Y HOMBRO**

Diego® ayuda a los pacientes y terapeutas con el entrenamiento a menudo difícil para recuperar la función perdida del brazo en el campo neurológico y ortopédico.

Diego® permite a los pacientes recuperar los movimientos naturales habituales mediante terapias pasivas y activas. Las correas de brazo sirven para fijar el paciente al dispositivo con facilidad, de forma unilateral o bilateral. Como resultado, los movimientos pueden realizarse en un alcance de movimiento tridimensional.

La terapia con Diego® garantiza un proceso de rehabilitación variado, motivante y orientado a objetivos.

PONIENDO LOS BRAZOS EN MOVIMIENTO

La descarga de peso activa hace esto posible aun para pacientes en un estado de rehabilitación temprano y permite que las secuencias de movimiento sean tan naturales como sea posible aun con pacientes con un movimiento del brazo muy reducido.

Además, Diego® califica con su función bimanual la cual permite a los pacientes usar ambos brazos, mientras que la mayoría de los equipos de hoy en día sólo hacen posible el uso de un brazo a la vez. Esto se acerca mucho a los movimientos diarios realizados por una persona.

**5 VENTAJAS A LA VISTA**

1. Opciones de terapia activa, asistencial y pasiva en todas las fases de rehabilitación.
2. Versátil gracias al montaje en pared o a su estructura móvil.
3. Entrenamiento dirigido de los brazos individuales por medio de entrenamiento unimanual y bimanual.
4. Un dispositivo terapéutico para todas las fases de rehabilitación - gracias a una descarga de peso activa.
5. La libre amplitud de movimiento en 3D ayuda al paciente a recuperar rápido los movimientos naturales.



Tomado de (ZANNA Salud, 2021)

Figura 5. *Virtual Rehabilitación body/hands*


Electroestimulación \ MODALIDADES

MODULOS

VirtualRehab BODY



- Utiliza el sensor Microsoft Kinect Xbox One
- Incluye ejercicios de extremidades superiores e inferiores.

VirtualRehab HANDS



- Utiliza el sensor Leap Motion
- Incluye ejercicios de mano y muñeca

OnPremises

VirtualRehab BODY

- Licencia perpetua mediante un pago único por cada estación de juego.
- Las aplicaciones de los juegos están instaladas en el Rehab Station (PC) dentro de la clínica.
- Pacientes ilimitados por cada estación de juego.
- No requiere conexión a Internet.
- No permite Telerehabilitación.

VirtualRehab HANDS

- Licencia perpetua mediante pago único por cada estación de juego
- Las aplicaciones de los juegos están instaladas en el Rehab Station (PC) dentro de la clínica. No requiere conexión a internet.
- No permite telerehabilitación. El Program Manager puede instalarse en PCs adicionales siempre y cuando estén conectados a la misma LAN.

Tomado de (ZANNA Salud, 2021)

Figura 6. *Ultrasonido portátil.*



Tomado de: (ZANNA Salud, 2021)

Figura 7. *Producto David Delight pro*



Delight Pro



EQUIPO ESTIMAUDIOVISUAL DAVID DELIGHT PRO

Precios especiales para profesionales de la salud. **Regístrese**

 Producto por orden especial, entrega en 10 hábiles aprox.

DAVID DELIGHT Pro. Estimulación Cráneo Encefálica (CES) DAVID DELIGHT PRO es el equipo mas avanzado de esta gama DE ESTIMULACION AUDIOVISUAL Y CRANEOELECTRICA DE ALTA CALIDAD.

No invasivo. Unidad segura y efectiva para lograr estados de conciencia y de alto funcionamiento cerebral. El PRO un equipo combinado que ofrece en un solo aparato las funciones de sincronización del David Delight Plus y un equipo de Cráneo Estimulación (CES) mediante microcorrientes eléctricas. Este equipo es muy sofisticado pero muy fácil de usar. Este equipo además permite mediante un software (ver pantalla a la derecha) que se vende aparte programar el equipo y realizar sus propias sesiones combinando los presets y modificando los tonos, permite inclusive borrar todos los programas y dejar solo uno de forma que el equipo pueda ser usado por personas enfermas o ancianos. La función CES incluye la frecuencia de 100 Hz que se ha mostrado muy efectiva en la mejora de los síntomas de diversas dolencias. Esta frecuencia CES esta reconocida incluso por el FDA (Food and Drug Administration) americano para usos terapéuticos. Las investigaciones y estudios llevadas a cabo en los pasados treinta años han demostrado que la Cráneo Estimulación (CES) reduce la ansiedad y mejora los procesos mentales especialmente recuperando pacientes con adicción a las drogas y al alcohol. Lea mas sobre las aplicaciones de Cráneo Estimulación (CES) haciendo click aquí. En definitiva este equipo por su

Tomado de: (ZANNA Salud, 2021)

4. Cargo y funciones

4.1. Cargo

Practicante del departamento de marketing digital.

Jefe directo: Juanita Alexandra vega

Lugar: Cl 106 # 54-16 oficina 706 Bogotá D.C

Horario: lunes a viernes de 8:00 am a 12:00 pm y de 2:00 pm a 6:00 pm.

Correo: info@zannasalud.com

Tiempo: Desde el 4 de abril del 2021 hasta el 4 de septiembre del 2021.

4.2. Funciones Asignadas

- Asistencia y liderazgo en estrategias de Marketing Digital y Campañas de Email Marketing.

- Apoyo en el análisis de los diferentes canales digitales de la compañía.
- Gestión operativa de las redes sociales.
- Valoración de las estrategias a desarrollar en los diferentes proyectos.
- Monitoreo y control de los diferentes gestores de redes sociales.
- Realización y gestión de los informes y campañas de social media.
- Apoyo en la comercialización y venta de los productos y servicios de Zanna Salud mediante acciones de marketing digital.

- Creación de estrategias para campañas publicitarias.
- Publicación de productos, servicios y características en los catálogos de las diferentes redes sociales.

- Creación de estrategias para obtención de nuevos clientes por medio de e-commerce.

- Trabajo en equipo con las demás áreas.
- Representar a la empresa Zanna Salud en medios y canales online como redes sociales, foros de opinión, grupos de redes sociales, etc.

- Supervisar y monitorear conversaciones online en la página web de la empresa y participar activamente de estas.

- Elaboración de reportes y aporte de recomendaciones para mejorar los procesos y presencia en medios digitales.

5. Descripción de las funciones realizadas y resultados

5.1. Funciones

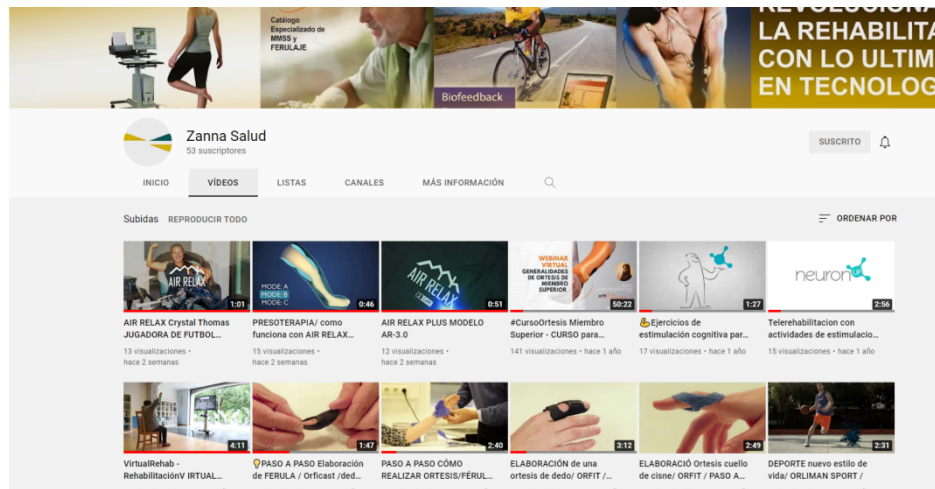
- *Gestión operativa de las redes sociales:* atender y resolver dudas e inquietudes de los usuarios y clientes de redes sociales y la página web sobre los productos o servicios prestados por Zanna Salud. Mediante el canal de YouTube se realizaron acciones para invitar e incentivar a los clientes a participar en consultas con especialistas para que conozcan la excelente atención y servicio de la compañía mediante citas previas. De esta manera se quiso ampliar la base de datos de los clientes y tener un aumento en posibles ventas.
- *Diseño de estrategias para publicidad:* inicialmente se creó una estrategia para una campaña de publicidad de YouTube por medio de Google ads: la campaña se realizó con una estrategia Comercial a través del Marketing Digital llamada “*proyecto expansión zanna digital*”

Fecha Inicio: 9 de abril 2021

Fecha Estima Final: 9 de septiembre 2021

Objetivo: *Incrementar las ventas de los siguientes productos*

Tele rehabilitación Evolved / Virtual Rehab David De light Pro-Ultrasonido 1000 us, 2000 us, twin, stim III Orfit por medio de los canales de YouTube, Google ads.

Figura 8. *Canal de YouTube.*

Tomado de (Youtube, 2021)

En la imagen anterior se puede reflejar como se ve actualmente el canal de YouTube ZANNA SALUD con los videos que solicitaron para la respectiva estrategia de publicidad e incremento de suscriptores.

- *Canal de YouTube: (Objetivo Convencimiento)*

Reconocimiento e interacción de página web, incremento de seguidores, suscriptores en YouTube.

Por medio de videos de diferentes temas como:

- *Noticias/ educativo:*

Avances (En base a la tecnología, lo estadístico).

- *Características de productos:*

Beneficios (Ventajas/Formas de uso).

- *Casos: Usuarios (Reales-Testimonios)*

Nombre de la campaña: estrategia publicidad Google Ads /YouTube.

Se lanza campaña de anuncios en YouTube a través de Google Ads consiguiendo visualizaciones en el anuncio, clics y conversiones en ventas en la página web.

Tipo de estrategia Google ads: campañas de display, el objetivo es captar la atención con imágenes y banners por medio de los anuncios que se va promocionar de los productos, mientras las personas navegan en línea, miran videos en YouTube, consultan su cuenta de Gmail o utilizan dispositivos móviles y aplicaciones. La Red de Display de Google llega al 90% de los usuarios de Internet del mundo a través de millones de sitios web, páginas de noticias, blogs y sitios de Google, como YouTube y Gmail.

Información tomada:

<https://support.google.com/google-ads/answer/117120?hl=es-419>

Objetivo por productos:

- *Ultrasonido terapéutico us1000:* publicidad dirigida a profesionales Fisioterapeutas independientes y clínicas especializadas
- *El Ultrasonido portátil US PRO-2000 2nd Edición:* publicidad dirigida a profesionales Fisioterapeutas independientes y clínicas especializadas
- *EvolvRehab BODY + HANDS Paquetes de Tele rehabilitación 3 Meses x usuario 190* aumentar el número de comprar de paquetes de Tele rehabilitación
- *David de light Pro El PRO:* aumentar las ventas y crear un reconocimiento y posicionamiento del producto dirigida a usuarios o clientes independientes.
- *Automatizar respuestas en redes como:* WhatsApp, Messenger, mensajes Instagram, chat web, buscando una plataforma accesible que permita esta actividad en tiempo real, de

esta manera se presta una atención personalizada y directa con el cliente, creando una compra exitosa y un futuro cliente.

Adicional se creó un servicio exclusivo para las personas que se registren en la página web donde se manejan descuentos o promociones de productos.

Figura 9. *Ventana automática para registro en la página web.*

+57 1 611 0828 / +57 1 703 6638 Peso Colombiano

Login o Registrarse

General **Distribuidor** Profesional

PARA PRECIO ESPECIAL

Regístrate

General

Distribuidor Profesional

O Inicia sesión

Nombre de usuario o correo electrónico *

Contraseña *

Hola, Estoy aquí para resolver tus dudas. Te puedo ayudar en algo ?

Sistema para terapia de realidad virtual y robótica

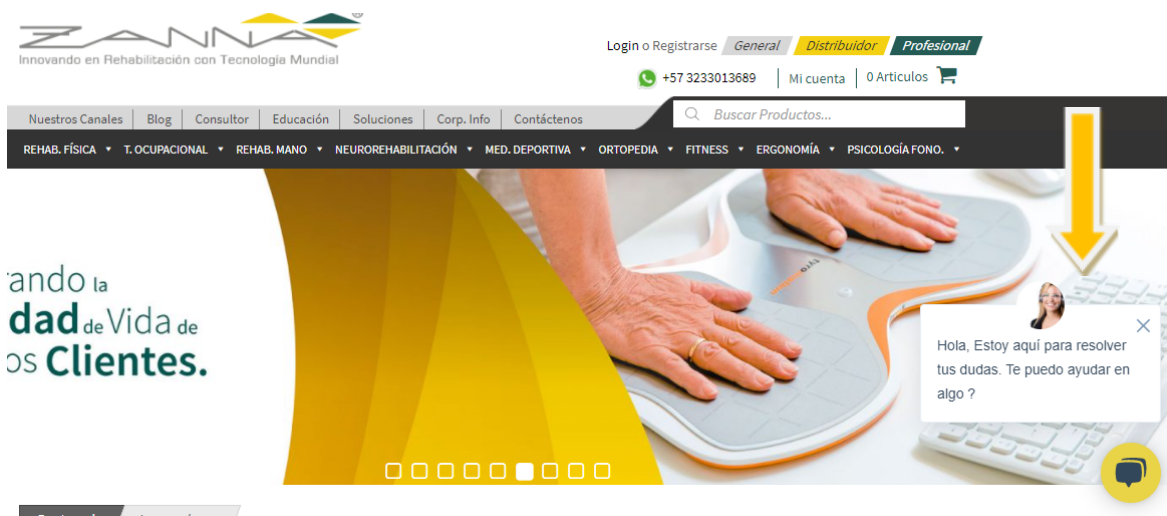
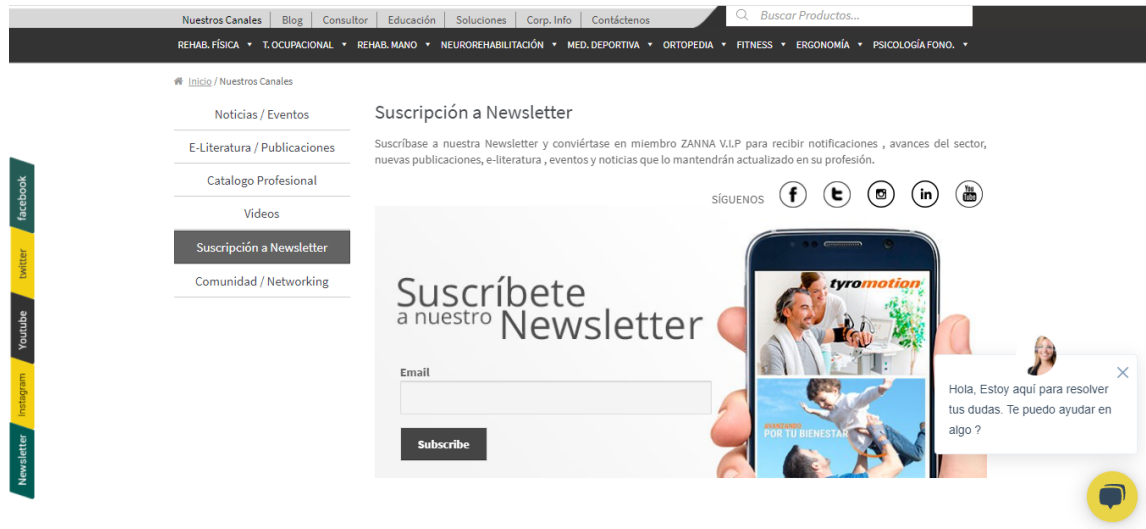
Figura 10. Chat automático de página web.**Figura 11.** Newsletters vista en página web.

Figura 12. Newsletters vista desde la página web.

Newsletters: Es una herramienta que se implementó en la página web como estrategia comercial para crear fidelidad. Las personas que se suscriban pueden obtener ofertas, descuentos o CTA hacia un contenido Premium o un producto / servicio acompañados de diferentes artículos de interés para los suscriptores sobre la marca o el sector en el que se mueven.

- *Realizar informes de forma periódica y gestionar las campañas de social media.*

Reportar al SMM y al director de marketing, hacer las respectivas correcciones luego poner en acción la campaña y hacer seguimiento de la evolución de cada campaña. De esta manera se realizaba un estudio y análisis en conjunto con el personal encargado de la creación de contenido como fotos, videos de publicidad y demás.

- *Estrategias de mercadeo “vende la experiencia”,* Generar contenido de interés para los usuarios teniendo en cuenta las nuevas tendencias y nichos de mercado. Consiguiendo transmitir un interés hacia el cliente no solo vendiendo el producto sino la experiencia, los beneficios y una asesoría profesional.

Figura 13. *Publicidad producto David Light.*

Como se puede ver en la imagen anterior no solo se quiere dar a conocer el producto sino reflejar lo cómodo y placentero que puede llegar hacer su uso. Generando una vinculación con nuestros clientes, que interactúen con el contenido que se genera, logrando que se involucren y aporten valor.

- *Administrar y mantener la imagen e identidad de la empresa por medio de una atención eficaz, clara y de seguimiento con los clientes. Cada 15 días se desarrolla un*

comunicado vía telefónica o WhatsApp con cada uno de los clientes, de esta manera se percata de despejar las dudas, del uso, características o posibles reclamaciones de los productos.

- *Crear ideas de sorteos, concursos* enviarlas al respectivo jefe de esta manera en conjunto con ella y el grupo de trabajo de otras áreas se acordaba la publicación que se debía realizar. El principal fin de los concursos además de ser una fuente de captación de datos de nuevos usuarios, también permiten obtener opiniones de los clientes para la toma de decisiones de la empresa.

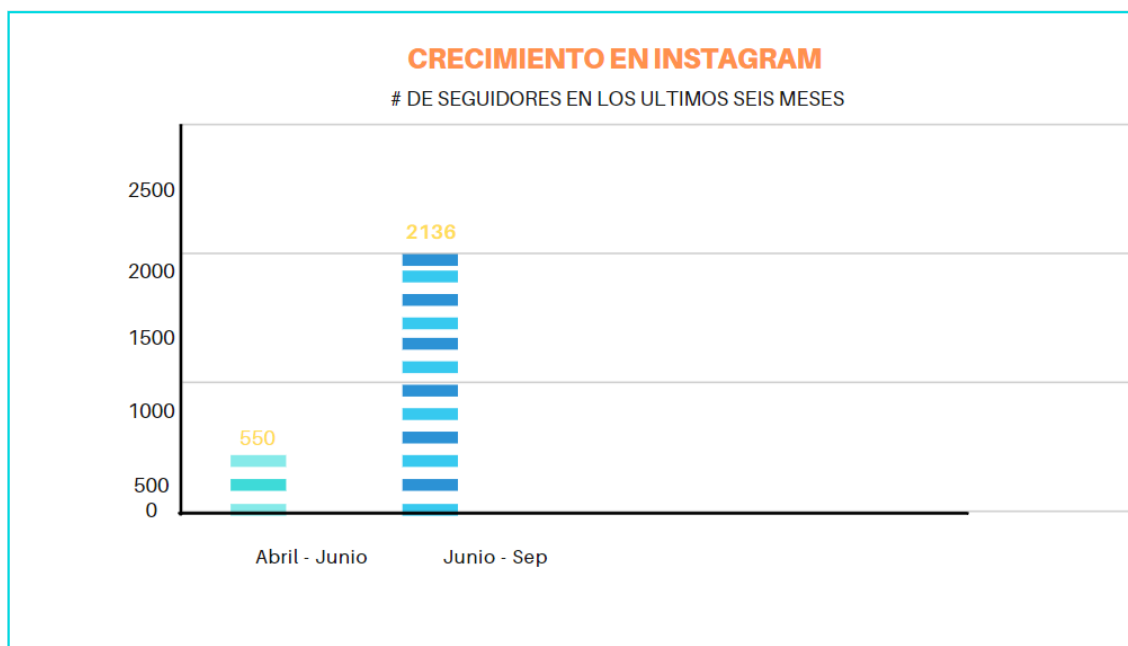
Figura 14. *Promoción realizada en Facebook.*



- **Redes sociales:** Asignación del manejo, administración e interacción de Facebook e Instagram, unos de los principales canales de venta de la empresa. Este proceso consiste en posteo de historias diarias con material enviado del área de diseño audiovisual, responder comentarios o mensajes de los clientes y estar al tanto de actualizaciones o nuevas tendencias en redes sociales y el área de la salud.

Figura 15. Cuenta de Instagram Zanna salud.

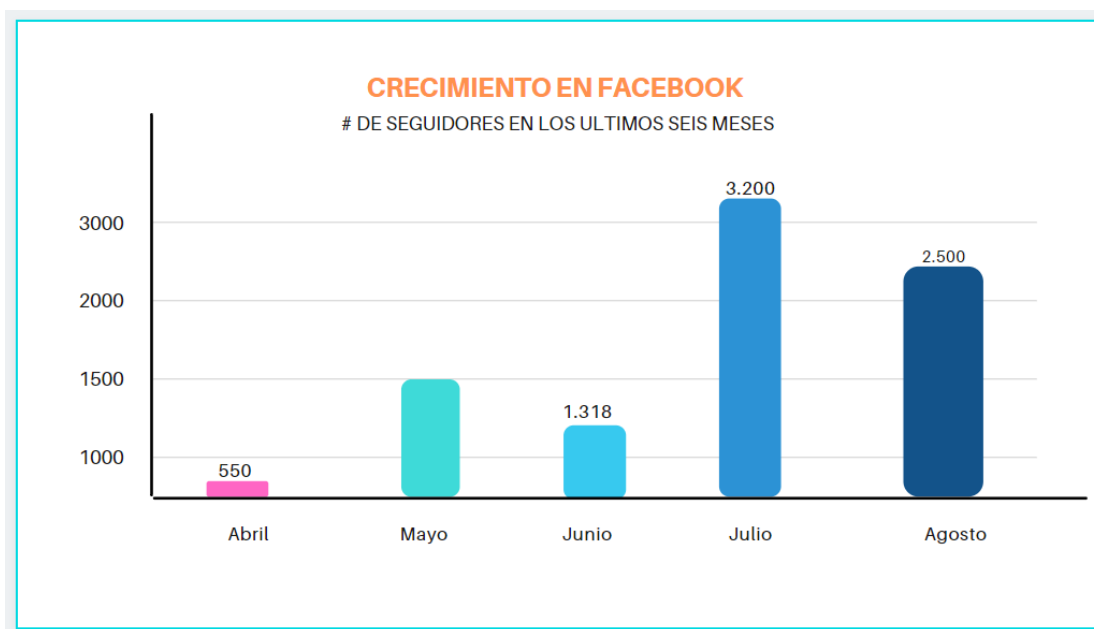


Figura 16. *Gráfica crecimiento Instagram en los últimos seis meses.*

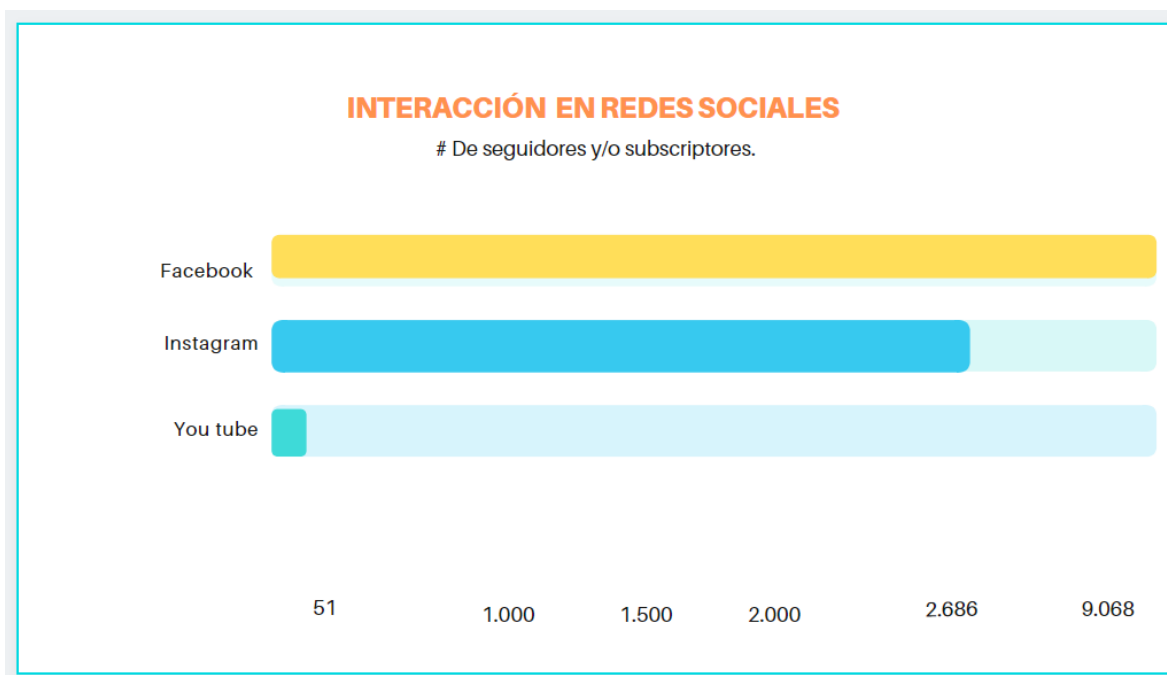
En la gráfica anterior se puede concluir que en *Instagram* se alcanzó en el mes de abril al mes de junio del año 2021 un total de 550 seguidores y en el mes de junio al mes de septiembre del año 2021 se alcanzó 2.136 seguidores, es decir, que en los últimos tres meses se alcanzó mayor cantidad de seguidores debido que hubo mayor interacción con los seguidores por medio de historias, publicaciones y se implementaron estrategias de activación de cuenta como pago de publicidad, lanzamientos de campañas y Contribuir con ideas para la creación de contenido gráfico o audiovisual para mantener activa la presencia de la empresa.

Figura 17. Cuenta de Facebook Zanna Salud.

Figura 18. *Gráfica crecimiento Facebook últimos seis meses.*



En la gráfica anterior se puede concluir que el crecimiento de seguidores en la página de *Facebook* en el mes de abril a junio del año 2021 que fue la apertura de la cuenta se alcanzó un total de 3.368 seguidores a asimilación de julio y agosto de 2021 se alcanzó un total de 5.700 seguidores, es decir, que en los dos últimos meses se incrementó el número de seguidores debido los lanzamientos de campaña, publicidad pagada y estar al tanto de las tendencias y herramientas del momento para aplicarlas en las campañas de la empresa en la respectiva cuenta.

Figura 19. *Gráfica interacción en redes sociales.*

Anteriormente se evidencia el número de seguidores de Facebook, Instagram y YouTube: en el cual se pretende hacer un paralelo donde Facebook alcanzó un total de 9.068 seguidores, Instagram 2.686 seguidores y en YouTube 51 suscriptores, en el trayecto del mes de abril al mes de septiembre del año 2021. Por último, es importante resaltar que Facebook es la red social potencial y con mayor interacción en la compañía Zanna salud ya que reflejó mayor interacción con los seguidores, ventas, base de datos y participación de la compañía /usuarios.

Mercado libre: como explica Javier Goldemberg, CEO y cofundador de Real Trends. Los principales beneficios de vender en Mercado Libre, de acuerdo con Goldemberg, son:

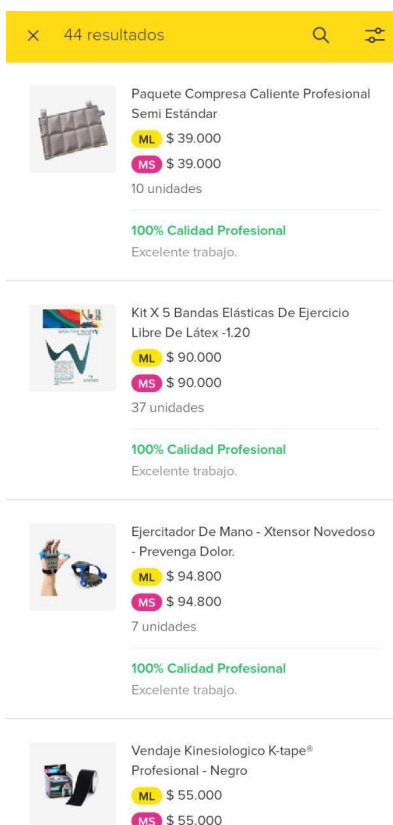
1. *Programa de Protección al Vendedor:* Es una herramienta que busca brindar seguridad a los vendedores, pues ellos envían su producto hasta que el pago es acreditado.
2. *Fichas técnicas:* Debido a que los artículos con más información son los más elegidos, los vendedores obtienen una guía para llenar las fichas técnicas de sus productos.
3. *Devoluciones:* Si un comprador quiere realizar una devolución, el vendedor solo debe hacerse cargo del envío cuando el producto no se encuentre en perfecto estado o sea diferente de lo que el usuario pidió.
4. *Catalogo:* Esta funcionalidad permite a los vendedores de un mismo producto competir en un solo lugar. Participar es gratis.
5. *Vender en línea:* Las cifras hablan. Uno de cada 3 usuarios de internet visita Mercado Libre, y de las 6 mil búsquedas por segundo en la plataforma, 11 se convierten en ventas.

La empresa ya contaba con una cuenta de esta plataforma así que inicialmente se realizó un estudio y análisis para determinar que estrategias se pueden implementar, analizar posibles campañas, análisis de competencia, inclusión de nuevos productos. De esa manera se obtuvo una estadística y se evidencio que tipo de movimiento tiene la cuenta. Se publicaron una serie de productos ya que el algoritmo de esta plataforma es totalmente diferente a Instagram, página web y Facebook. En el transcurso de 8 días se pudo concluir que la cuenta estaba totalmente inactiva, no tenía movimiento, totalmente caída porque no se presentó interés por los usuarios. Debido al tiempo que llevaba sin movimiento, publicaciones otro factor que se presentó es que la cuenta no era empresarial lo cual la probabilidad de llegar al sector objetivo era baja. Con autorización se solicitó cambio de

titularidad a cuenta empresarial ya que haciendo el respectivo cambio se cuenta con unos beneficios para la venta y reconocimiento de la empresa una de estas es Marketplace/online donde maneja una estrategia Multicanal lo cual funciona como un centro comercial, pero en el mundo virtual y esto trae más tráfico de usuarios, alta tasa de conversión, infraestructura tecnológica necesaria para vender.

Después del cambio se publicaron 44 productos, características, precios en el catálogo de mercado libre, teniendo en cuenta las reglas de esta plataforma para lograr 100% en cuanto a calidad general en cada publicación de producto con el objetivo de subir de nivel en la cuenta ya que contando con ese porcentaje las vistas que se generan son más altas.

Figura 20. Cuenta actualizada de mercado libre.



Se concluye que de las 44 publicaciones hasta el momento el promedio es de 50 a 100 visitas diarias, se ha incrementado las ventas, reconocimiento de la empresa ya que se alcanzó el nivel seis, sumando 4.000 puntos. Esto quiere decir que se obtuvo resultados positivos con beneficios tanto para los clientes como para la empresa. Algunos beneficios son: 45% en los envíos, envíos gratis de productos desde \$70.000 y beneficios a ofertas exclusivas.

6. Marco conceptual y normativo utilizado para el desarrollo de las funciones desempeñadas

- Reglamento de práctica empresarial de la Universidad Santo Tomás
- Reglamento interno de Zanna salud.
- Estatutos Zanna salud.

7. Aportes

7.1. Aportes de la entidad al estudiante

Esta práctica permitió al estudiante interactuar con grandes empresarios, practicantes de otras universidades de la carrera de Negocios Internacionales que aportaron significativamente al desarrollo de la práctica empresarial.

Fue una experiencia enriquecedora y satisfactoria para culminar la formación profesional teniendo en cuenta que es una empresa con una trayectoria bastante larga, es

una entidad importante en el área de la salud, destacada y de gran impacto para los pacientes, clínicas, fundaciones y demás a nivel nacional e internacional.

Además, las labores asignadas relacionadas con el área comercial brindaron conocimientos nuevos como realizar atención al cliente con el fin de persuadirlo y cerrar ventas.

Entre las labores también estaba publicar productos a diferentes canales, redes sociales y página web lo cual permitió expandir un conocimiento de la manera cómo funcionan las diferentes páginas, identificar la manera en la cual se atraen nuevos clientes por medio del e-commerce.

No solo se obtuvo un crecimiento intelectual sino también personal ya que fortaleció las capacidades, la importancia del trabajo en equipo, que no solo lo conforman tres o cuatro personas de la empresa sino todas las personas que trabajan para la entidad, generando una pasión mayor por la carrera y por el área comercial.

7.2. Aportes del estudiante a la entidad

En primera instancia se brindó un total compromiso, dedicación, puntualidad y responsabilidad para cada una de las funciones, tareas o actividades programadas por el jefe directo y el grupo de trabajo.

De igual manera una disposición y entrega para con la compañía y las diferentes áreas fomentando un ambiente laboral adecuado con compañeros y supervisores.

Aportando conocimientos adquiridos en la carrera de negocios internacionales en neuromarketing el cual se aplicó en algunas áreas tales como: inteligencia de mercados,

comunicaciones, posicionamiento de marca (branding), Canales y ventas. Los cuales sirvieron para llevar a cabo proyectos como “Expansión Zanna Digital” que le sirvieron a la compañía para fidelizar clientes, crecer las audiencias de las diferentes redes sociales y canales digitales.

8. Conclusiones

Zanna salud ha sido reconocida por ofrecer equipos y productos innovadores de alta y moderna tecnología, de calidad y funcionalidad tal, que se puede asegurar que están a la vanguardia en el mercado nacional, e internacional *con proyección en la Región Andina, y que la alta calidad de las marcas que representan*, todas de alto reconocimiento a nivel mundial, se asegura la mayor garantía de fábrica y el mejor soporte educacional y técnico post-venta. Con los productos y servicios, se ha logrado mejorar la calidad de vida de los clientes. Acompañan procesos sociales en *Prevención y Rehabilitación*, proveyendo los más altos estándares de calidad mediante un programa de servicio diseñado para mantener y garantizar, la alta calidad de todos los productos, compitiendo con los mejores precios del mercado y ofreciendo una adecuada y oportuna capacitación al usuario rehabilitador, pacientes o aquellas personas que buscan y entienden la importancia del auto cuidado.

Referencias

Adame, A. (2019). *Estrategias de marketing en las redes sociales: 8 tácticas imprescindibles*.

<https://blog.hootsuite.com/es/estrategias-de-marketing-en-redes-sociales/>

Espinoza Rivadeneira, K. L., &Díaz Álvarez, J. A. (2019). *Neuromarketing como técnica publicitaria para generar contenido*. Revista Observatorio de La Economía Latinoamericana.

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/11/neuromarketing-tecnica-publicitaria.html>

Pineda Montaña, A. B. (2018). *Importancia del neuromarketing en la publicidad para redes Sociales*.

Saavedra, F. U., Rialp Criado, J.&Llonch Andreu, J. (2013). El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial. *Cuadernos de Administración*, 26(47), 205–231.

Talwaker. *Guía de Estrategia de Marketing Digital*.

YouTube. (2021). Zanna Salud. Obtenido de

<https://www.youtube.com/channel/UCXqVI9tW5JhDz-IUO8fyIw>
[https://www.exper
 topyme.com/como-vendo-en-mercado-libre/](https://www.expertopyme.com/como-vendo-en-mercado-libre/)

ZANNA Salud. (07 de 2021). Obtenido de <https://zannasalud.com>