

INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL - ARUKAY S.A.S



GEISSON STEVEN AGUILAR MORENO



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
VILLAVICENCIO  
2023

INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL - ARUKAY S.A.S

GEISSON STEVEN AGUILAR MORENO

Informe de Prácticas Profesionales Presentado Como Requisito Para Optar al Título de  
Negociador Internacional

Tutor

JAIRO CAMILO ZAMORA ESCOBAR

Magister en Administración de Negocios

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
VILLAVICENCIO

2023

**Autoridades Académicas**

**P. Álvaro José ARANGO RESTREPO, O.P.**

Rector General

**P. Mauricio Antonio CORTÉS GALLEGU, O.P.**

Vicerrector Académico General

**P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P.**

Rector Seccional Villavicencio

**P. Rodrigo GARCÍA JARA, O.P.**

Vicerrector Académico Seccional Villavicencio

**Mg. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN**

Secretaria General Seccional Villavicencio

**Mg. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS**

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

## **Agradecimientos**

Primeramente doy gracias a Dios, ya que gracias a su voluntad he logrado culminar mi carrera universitaria superando cada una de las dificultades encontradas en el camino, gracias a mis padres, puesto que ellos siempre me dieron apoyo incondicional en los momentos en los que más lo necesité, a mis hermanos, porque ellos han sido una motivación personal y un ejemplo a seguir para sacar adelante mis estudios, y a mis compañeros de clase, ya que sin esos momentos de alegría, preocupación y trabajo en equipo no hubiese logrado llegar a la instancia en la que estoy.

Agradezco también a todas esas personas que de manera indirecta hicieron parte de mi proceso universitario y que, gracias a su compañía, sus palabras y buenos deseos hicieron de este proceso uno muy ameno y factible.

Por último, quiero agradecer a la universidad Santo Tomás por haberme aceptado y ser parte de ella, por permitir mi íntegra formación y lograr ser un profesional en el área que más me apasiona; también doy gracias a todos los diferentes docentes que me brindaron sus conocimientos y buenas prácticas a lo largo de estos 5 años para mi vida profesional, ya que sin ellos hubiese sido imposible atravesar este proceso.

## Contenido

|                                                | Pág. |
|------------------------------------------------|------|
| Resumen .....                                  | 7    |
| Abstract .....                                 | 8    |
| Glosario.....                                  | 9    |
| Introducción .....                             | 11   |
| 1. Objetivos .....                             | 12   |
| 1.1. Objetivo General .....                    | 12   |
| 1.2. Objetivos específicos.....                | 12   |
| 2. Justificación .....                         | 13   |
| 3. Reseña de la empresa .....                  | 14   |
| 3.1. Historia .....                            | 14   |
| 3.2. Calidad .....                             | 14   |
| 3.3. Valores .....                             | 15   |
| 3.4. Portafolio de Productos .....             | 15   |
| 4. Plan de trabajo .....                       | 15   |
| 4.1. Cargo .....                               | 16   |
| 4.2. Funciones .....                           | 16   |
| 5. Impactos y Limitaciones .....               | 16   |
| 5.1. Aportes del estudiante a la empresa ..... | 19   |
| 5.2. Aportes de la empresa al estudiante ..... | 20   |
| 5.3. Limitaciones y restricciones .....        | 21   |
| Conclusiones y Recomendaciones .....           | 22   |
| Bibliografía .....                             | 23   |

## **Lista de Figuras**

|                                                                       | <b>Pág.</b> |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------|
| Figura 1 Listado de bases de datos de contactos activos. ....         | 17          |
| Figura 2 Listado de funneles de conversión de Inbound marketing. .... | 18          |

## Resumen

En este informe se presentarán los conocimientos y experiencias adquiridos por el estudiante durante su participación en Arukay S.A.S, una reconocida empresa internacional en el campo de la educación y la tecnología (EdTech). El estudiante eligió realizar sus prácticas profesionales en el área de marketing, donde desempeñó diversas funciones, como el desarrollo de estrategias de email marketing, diseño de estrategias Inbound y Outbound, implementación de estrategias de automatización, entre otras. A través de esta experiencia, pudo poner a prueba todos los conocimientos y habilidades adquiridos durante su formación universitaria.

Además, se proporcionará información detallada sobre Arukay, incluyendo su visión, misión y las diversas funciones que desempeña en el mercado. También se relatará la experiencia del estudiante trabajando en equipos empresariales y adaptándose a un entorno laboral completamente nuevo para él. Además, se destacarán todas las tareas realizadas durante los 6 meses en los que el estudiante desempeñó el rol de practicante en dicha organización.

***Palabras Clave:*** EdTech, Marketing digital, Marketing automation, Programación, Pensamiento computacional.

### **Abstract**

This report will present the knowledge and experiences acquired by the student during his participation in Arukay S.A.S, a renowned international company in the field of education and technology (EdTech). The student chose to carry out his professional internship in the marketing area, where he performed various functions, such as the development of email marketing strategies, design of Inbound and Outbound strategies, implementation of automation strategies, among others. Through this experience, he was able to test all the knowledge and skills acquired during his university training.

In addition, detailed information about Arukay will be provided, including its vision, mission, and the various roles it plays in the marketplace. The student's experience working in business teams and adapting to a completely new work environment for him will also be reported. In addition, all the tasks carried out during the 6 months in which the student played the role of intern in said organization will be highlighted.

**Key words:** EdTech, Digital marketing, Marketing automation, Marketing automation, Programming, Computational thinking

## Glosario

**ActiveCampaign** es una plataforma de automatización de marketing y gestión de relaciones con clientes (CRM) diseñada para ayudar a las empresas a gestionar y mejorar sus interacciones con los clientes a través de diversos canales de comunicación. Proporciona herramientas para la automatización de correos electrónicos, segmentación de audiencia, seguimiento del comportamiento del usuario y gestión de contactos, entre otras funcionalidades. (ActiveCampaign, 2022)

**CRM:** Un CRM es una herramienta estratégica que permite a una empresa reunir en un mismo lugar todas las comunicaciones, documentación y actividad que tiene con sus usuarios, leads y clientes, ya sean actuales o potenciales. Y consecuentemente, gestionar con facilidad y eficacia las acciones futuras. (García, 2022)

**EdTech:** EdTech es un diminutivo de dos palabras: tecnología educativa. (Delgado, 2019)

**Funnel de conversión:** Conversión funnel es un término de marketing online relacionado directamente con los objetivos que nos planteamos cuando ponemos en marcha una tienda online y, en general, una web o blog, especialmente si sus objetivos son comerciales. (Pallàs, 2023)

**Info session:** Se refiere a una sesión informativa en la cual se brinda información específica sobre un tema, producto, servicio o evento. Estas sesiones suelen ser organizadas por empresas, instituciones educativas u otras organizaciones para compartir detalles relevantes y responder preguntas de los participantes.

**Marketing:** el proceso social y gerencial por el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean mediante la creación e intercambio de productos y valor con otros. (Kotler, 2011, pág. 8)

**Marketing automation:** Esta metodología implica el uso de software para automatizar todos los procesos derivados de una estrategia de marketing digital, como la segmentación, la

generación de workflows, el lead nurturing, la gestión de campañas, entre otros. Su propósito es conducir a los leads durante el ciclo basado en el cliente, hasta lograr convertirlos en voceros y fieles embajadores de tu marca. (HubSpot, 2023)

**Marketing digital:** El marketing digital consiste en realizar acciones de comunicación mediante canales digitales con el objetivo de divulgar y comercializar productos y servicios, generar nuevos clientes y fidelizar a otros, siempre pensando en mejorar y expandir un negocio. (Longbloed, 2020)

**Newsletter:** Una newsletter es una publicación periódica que se envía mediante correo electrónico, y que incluye en su contenido novedades de interés para los suscriptores. (García, 2022)

**Pensamiento computacional:** el proceso de pensamiento envuelto en formular un problema y sus soluciones de manera que las soluciones son representadas de una forma en que pueden ser llevadas a un agente de procesamiento de información.". (Wing, 2006)

## **Introducción**

Con el fin de obtener el título profesional de negocios internacionales, se optó por la opción de grado denominada prácticas empresariales, las cuales fueron realizadas por el estudiante en la empresa Arukay S A S; por lo tanto, el presente trabajo tiene como objetivo mostrar todas las experiencias adquiridas, actividades, procesos, aportes y demás labores realizadas durante el periodo de prácticas profesionales.

Según (Arukay, 2021) son un sistema de aprendizaje curricular para colegios privados en pensamiento computacional y programación de fácil implementación, que brinda contenidos, entrenamientos a profesores y plataforma de e-learning para que los docentes de cada institución puedan enseñarle a niños y jóvenes de grado primero a grado doce, lenguajes de programación a través de retos y proyectos STEAM.

Desde hace varios años, y con la aparición de la pandemia, las practicas digitales han venido tomando un papel importante para todos los procesos de entidades tanto públicas como privadas lo cual genera una alta demanda por parte del mercado digital, de tal forma que solo deja ver la falta de talento digital existente en el mercado actual, problemática la cual la empresa Arukay quiere solucionar.

Por tal motivo es importante preparar a las nuevas generaciones con habilidades fundamentales para que estos puedan ser relevantes en el mercado laboral del futuro y así puedan desempeñar un papel más activo en la transformación digital por la cual estamos atravesando.

Es por esto que desde el área de trabajo de marketing se enfocaron todos los esfuerzos en incentivar la implementación del sistema curricular, promover la marca, concientizar sobre la problemática existente, captar nuevos leads y fidelizar a los que ya cuentan con los beneficios que ofrece la empresa; adicionalmente se realizaron campañas y eventos de marketing en diferentes países a nivel latinoamericano como lo son México, Ecuador, Brasil entre otros, todo lo anterior con el fin de cumplir el propósito de la empresa el cual es acabar con la falta de talento digital.

## **1. Objetivos**

### **1.1 Objetivo General**

Ejecutar y analizar en su totalidad todas las estrategias de marketing y eventos Inbound realizados por Arukay con el fin de mantener el aumento de ventas y contribuir a la captación y fidelización de leads para la empresa durante el periodo 2022.

### **1.2. Objetivos específicos**

- Aplicar los conocimientos adquiridos en la universidad al desarrollo y mejora de los procesos de marketing implementados por Arukay.
- Liderar grupos de trabajo dentro del área de marketing con el objetivo de realizar estudios de mercado y análisis de competencia.
- Gestionar las campañas publicitarias de Arukay que permitan el posicionamiento y reconocimiento de la empresa.
- Realizar la búsqueda de clientes prospectos a nivel nacional e internacional con el fin de los procesos comerciales.
- Establecer relaciones de trabajo efectivas con las diferentes áreas de la empresa que permitan la unificación de procesos y la consecución de objetivos.

## **2. Justificación**

En el presente trabajo se expondrá la experiencia del estudiante al realizar prácticas profesionales como parte de su opción de grado, de acuerdo con las normativas de la Universidad Santo Tomás. Estas prácticas complementan los conocimientos adquiridos en las clases magistrales y actividades del plan de estudios de la carrera de negocios internacionales. El estudiante decidió realizar sus prácticas en la empresa Arukay S.A.S., con el objetivo de aplicar y reforzar sus conocimientos universitarios, centrándose en áreas como el marketing y la administración.

En la actualidad, los procesos digitales han adquirido una importancia fundamental para las empresas en el mercado. El marketing digital, en particular, permite el posicionamiento, reconocimiento y desarrollo ágil de actividades comerciales, brindando una mayor eficacia a las organizaciones. Arukay, al ser una empresa totalmente digital, proporcionó el escenario más adecuado y acorde a los intereses del estudiante, permitiéndole desenvolverse en un entorno laboral donde pudo realizar diversas tareas en el área de marketing y coordinar proyectos para apoyar a otras áreas de la compañía.

Como parte de su compromiso con los objetivos de la empresa, el estudiante participó activamente en la implementación y ejecución de estrategias de marketing. Su labor contribuyó positivamente a indicadores clave como el volumen de ventas y el número de clientes activos de la compañía. Utilizando diversas plataformas digitales y herramientas de CRM, logró completar su periodo de prácticas en Arukay, enriqueciendo tanto sus habilidades profesionales como personales. Durante este periodo, pudo desarrollar su integridad y valores aplicados en el trabajo en equipo.

### **3. Reseña de la empresa**

#### **3.1. Historia**

Arukay es una compañía de tecnología educativa la cual fue fundada en el laboratorio de innovación de la Universidad de Harvard por quienes conforman la actual mesa de socios de la empresa, Ana Victoria Ricaurte (CEO) y Marcelo Burbano (CFO). Esta fue fundada con el fin de democratizar la educación del pensamiento computacional y coding en Latinoamérica ofreciendo currículos para mejorar la propuesta educativa de las instituciones educativas, material didáctico y plataforma de gestión; todo esto con el propósito de que las nuevas generaciones tengan las habilidades necesarias para desempeñar roles importantes en el mercado laboral futuro y así disminuir la falta de talento digital. (Arukay, 2021)

#### **3.2. Calidad**

En la actualidad, es fundamental que las empresas destaquen y se diferencien de su competencia mediante la obtención de un sello de calidad. Este enfoque les permite captar y fidelizar clientes, así como alcanzar sus objetivos económicos. En el caso de Arukay, una empresa de educación tecnológica que proporciona sistemas de aprendizaje curricular para instituciones educativas, la calidad juega un papel crucial. Es imprescindible que sus currículos y materiales educativos estén alineados con los estándares educativos del país o región donde Arukay ofrece sus servicios.

Por esta razón, Arukay se asegura de que todos sus currículos cumplan con estándares internacionales reconocidos, como ISTE y CSTA. Estos estándares garantizan que los estudiantes estén preparados para los exámenes de ICT Starters e IGCSE de Cambridge, específicamente en los módulos 4282, 4293 y AO2 de resolución de problemas y programación.

#### **Acreditaciones internacionales:**

- International Baccalaureate
- Cognia

- ISTE
- CSTA
- Holon IQ

### 3.3. Valores

Los valores de Arukay son un pilar importante, ya que estos son los que guían las acciones de los trabajadores cada día, es por esto por lo que los 4 valores fundamentales de Arukay son:

- **“Smart:** Capacidad de entender el mundo y enfilar sus esfuerzos para moverse a su ritmo”
- **“Nice:** Capacidad de colocarse en el lugar de los demás y establecer empatía”
- **“Driven:** Capacidad de auto gestionarse y llevar las riendas”
- **“Creative –** Capacidad de pensar “out of the box” y generar nuevas ideas”

### 3.4. Portafolio de Productos

- Sistema de aprendizaje curricular.
- Contenidos y Guías académicas
- Plataforma de gestión académica.

## 4. Plan de trabajo

### 4.1. Cargo

Practicante área de marketing.

### 4.2. Funciones

Arukay es una compañía de tecnología educativa totalmente digital denominada EdTech, en donde su objetivo es crear futuros trabajadores digitales, pero para esto se necesita todo un proceso de concientización y reconocimiento de marca, es por esto por lo que el área de marketing es tan importante en Arukay debido a que es a través del marketing digital que la empresa se da a conocer.

Allí el practicante del área debía realizar funciones tales como:

*Construcción de bases de datos:* Construir diferentes bases de datos para el área de marketing en donde se registraba la información más relevante de los leads que en este caso en particular eran colegios del sector privado, estas bases eran segmentadas por países con el fin de aplicar las campañas de marketing distintivas que se lanzaban en las horas de mayor impacto.

*Diseñar estrategias de Inbound marketing:* diseñar flujos de conversión con la finalidad de concientizar, atraer y convertir en ventas un gran porcentaje de los contactos registrados en las bases de datos que se construían para el área de marketing, esta estrategia se realizaba bajo el proceso del marketing automation, proceso el cual fue ejecutado primeramente en la plataforma de marketing ActiveCampaign y posteriormente en ICOMM.

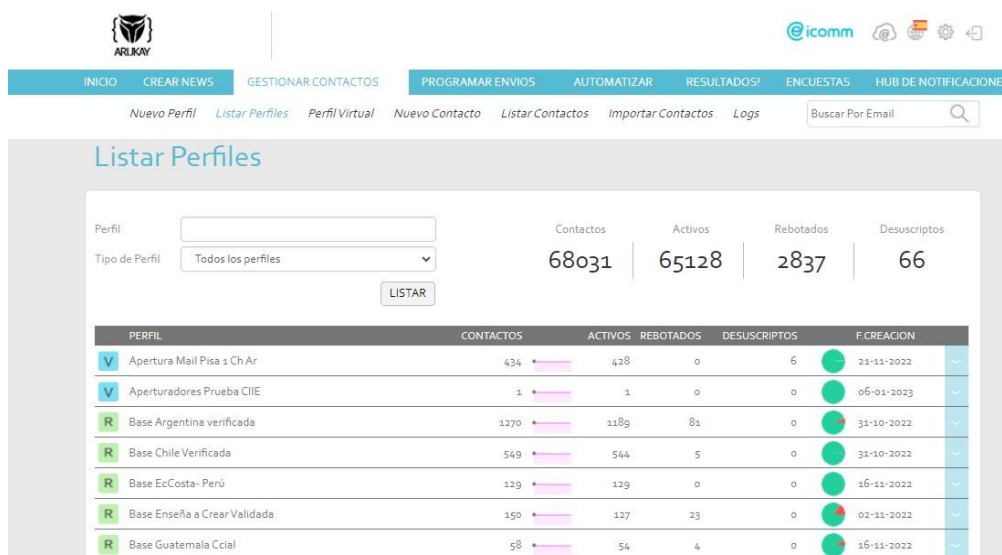
*Planificar y diseñar campañas de email marketing:* realizar los calendarios y maquetar las piezas correspondientes a las campañas de email marketing que se efectuaban para la empresa, estas campañas se basaban en eventos comerciales presenciales y webinars virtuales que se realizaban en distintas ciudades capitales de Latinoamérica, además de las campañas realizadas

para las diferentes temporadas escolares del año; el email marketing correspondía a enviar información relevante sobre nuestro producto/servicio, invitaciones, recordatorios y paquetes de prueba para incentivar a los contactos a que asistieran a los diferentes eventos.

*Diseñar piezas publicitarias:* diseñar el calendario de publicaciones en redes sociales denominado “always on” así como también las distintas piezas que se publicaban periódicamente en redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, con el fin de generar fidelización y recordación de marca en el mercado.

*Realizar la transmisión en tiempo real de eventos virtuales:* para la realización de estos eventos denominados webinars e infosesiones, se hacía una planificación previa en donde se aplicaba el email marketing a las diferentes bases de datos existentes, y en conjunto con el área comercial se realizaban las charlas informativas con el fin de generar ventas; estos eventos se realizaban a través del programa de transmisión OBS y se emitía por la plataforma de YouTube.

Figura 1 Listado de bases de datos de contactos activos.



| PERFIL                         | CONTACTOS | ACTIVOS | REBOTADOS | DESUSCRIPTOS | F.CREACION |
|--------------------------------|-----------|---------|-----------|--------------|------------|
| V Apertura Mail Pisa a Ch Ar   | 434       | 428     | 0         | 6            | 21-11-2022 |
| V Aperturadores Prueba CIE     | 1         | 1       | 0         | 0            | 06-01-2023 |
| R Base Argentina verificada    | 1270      | 1189    | 81        | 0            | 31-10-2022 |
| R Base Chile Verificada        | 549       | 544     | 5         | 0            | 31-10-2022 |
| R Base EcCosta- Perú           | 129       | 129     | 0         | 0            | 16-11-2022 |
| R Base Enseña a Crear Validada | 150       | 127     | 23        | 0            | 02-11-2022 |
| R Base Guatemala Ccial         | 58        | 54      | 4         | 0            | 16-11-2022 |

Nota: Screenshot tomado de la plataforma ICOMM utilizada para el email marketing masivo.

Figura 2 Listado de funneles de conversión de Inbound marketing.

**Automatizar Campaña**

**FLUJO**  
Definiendo Flujo

| FLUJO                          | 106D                                   | 166D                       | 167D                            | 231D       |
|--------------------------------|----------------------------------------|----------------------------|---------------------------------|------------|
| ► Desayuno CDMX<br>14 AWS      | ► CIIE Cualificados<br>fuera de México | ► CIIE Cualificados<br>MEX | ► Capacitacion de<br>automation |            |
| 0 Activo                       | 0 En Pausa                             | 0 Activo                   | 0 Activo                        | 0 Activo   |
| 0% Apertura                    | 1 En Pausa                             | 5 En Pausa                 | 4 En Pausa                      | 4 En Pausa |
| 0%                             | 9%                                     | 23%                        | 0%                              | 0%         |
| II                             | II                                     | II                         | II                              | II         |
| 233D                           | 233D                                   |                            |                                 |            |
| ► Funnel CHAR no<br>apertura 1 | ► Funnel AR CH<br>Apertura 1           |                            |                                 |            |

Nota: Screenshot tomado al apartado de automatizaciones de la plataforma ICOMM utilizado para las campañas de email marketing.

## **5. Impactos y Limitaciones**

### **5.1. Aportes del estudiante a la empresa**

Durante mi período como practicante en el área de marketing, realicé diversas contribuciones que resultaron fundamentales para alcanzar los objetivos de la empresa. Hasta el día de hoy, algunos de los productos desarrollados durante mi tiempo en la empresa continúan en funcionamiento.

Entre los aportes que realicé, destaca la creación de bases de datos segmentadas por países, abarcando Colombia, Ecuador, Costa Rica, Chile, Argentina, México, Panamá y Perú. Estas bases de datos fueron sometidas a un proceso exhaustivo de verificación, lo cual permitió implementar estrategias de automatización de marketing y, de esta manera, calificar los contactos que posteriormente serían gestionados por el equipo comercial.

Otra contribución importante fue el diseño de calendarios de publicaciones para las redes sociales, conocidos como "plan de 90 días". Estos calendarios recopilaban las piezas publicitarias, los textos de entrada y salida, y la frecuencia de publicación para las distintas plataformas de la empresa.

Por último, pero no menos relevante, realicé aportes significativos al marketing Automation y al email marketing de la compañía. Desarrollé y ejecuté varias campañas, especialmente durante los períodos escolares más relevantes en Latinoamérica, como el fin de clases, las vacaciones y el regreso a clases. Estas campañas se enfocaban en la captación de nuevos leads, la conversión de leads en leads altamente calificados y la fidelización de los mismos.

Además de las campañas diseñadas para los momentos clave del calendario escolar, también implementé flujos de conversión con automatizaciones más completas. Estos flujos se utilizaron para generar asistencia a eventos comerciales y calentar las bases de datos. Consistían

en el envío de correos electrónicos cada 8 días, cuyo contenido se adaptaba al perfil de cada contacto y a su interacción con los correos previamente enviados.

## **5.2. Aportes de la empresa al estudiante**

Realizar prácticas profesionales en una empresa de EdTech como Arukay brinda una valiosa oportunidad al estudiante para explorar perspectivas favorables en el ámbito laboral del futuro, que incluso hoy en día adquieren una gran importancia a nivel global. Un ejemplo de esto es el crecimiento de las empresas "Tech" completamente digitales y la constante demanda de programadores y profesionales con habilidades digitales.

Como practicante en el área de marketing de la empresa, el estudiante adquiere fortalezas significativas para su carrera profesional. Fue la primera vez que se enfrentó a un entorno laboral en el que el trabajo en equipo y la comunicación desempeñaron un papel crucial en el logro de los objetivos del área. Además, tuvo la oportunidad de aprender diversas capacidades técnicas y adquirir conocimientos en email marketing y marketing automation.

Por otro lado, el estudiante también se familiarizó con el uso de diferentes programas utilizados en el ámbito del marketing digital, como ActiveCampaign e ICOMM, reconocidas plataformas internacionales de marketing automation con una amplia cartera de clientes, incluyendo a Arukay. Estas herramientas permitieron desarrollar diversas estrategias de marketing durante el período de prácticas. Además, se utilizó el uso de CRM como HubSpot y Salesforce, que son herramientas clave para la gestión adecuada de los contactos.

La capacitación del estudiante en diversas plataformas, su responsabilidad como líder de grupos de trabajo y sus valiosos aportes durante el período de prácticas en la empresa, brindaron una experiencia profesional enriquecedora que complementó de manera sólida lo aprendido en el ámbito académico de su carrera. Estas experiencias sentaron las bases para el perfil profesional del estudiante en el futuro.

### **5.3. Limitaciones y restricciones**

Es imposible tener control absoluto en todo momento, y siempre habrá ciertas limitaciones que impiden llevar a cabo ciertas acciones para alcanzar los objetivos deseados. En el caso de trabajar en una empresa 100% digital con un enfoque remoto, la conexión a internet y la inestabilidad del suministro eléctrico en la zona pueden convertirse en obstáculos en más de una ocasión. Sin embargo, a pesar de que estos inconvenientes imprevistos surgieron, se lograron minimizar al máximo a través de la cooperación y el trabajo en equipo, evitando que se convirtieran en problemas significativos.

Además de lo mencionado anteriormente, durante mi período de prácticas en Arukay, pude aplicar la mayoría de los conocimientos adquiridos durante los ocho semestres de mi carrera. Sin embargo, nunca es suficiente cuando se trata de aprendizaje. Es por eso por lo que considero pertinente realizar un posgrado en marketing digital y complementarlo con otras habilidades, como el mercadeo y la gestión de recursos humanos, para poder desempeñarme de manera más efectiva en el puesto de director de marketing.

## **Conclusiones y Recomendaciones**

Arukay es una empresa comprometida con el futuro de la sociedad, enfocada en crear un mundo más equitativo y preparado en términos de oportunidades laborales. Reconocemos que todo evoluciona con el tiempo, incluida la educación, y entendemos la importancia de adaptarse a la era de la digitalización. Es por eso por lo que Arukay está revolucionando la educación en Latinoamérica, implementando currículos de programación y Coding desde los grados más bajos, familiarizando así a los niños desde temprana edad.

Durante las prácticas en Arukay, se logra fortalecer conocimientos en marketing y marketing digital, lo que me permite obtener una comprensión más profunda de las distintas estrategias utilizadas en el área. Se adquieren conceptos como el Inbound y Outbound marketing, reconocimiento de marca, posicionamiento SEO y el uso de redes sociales, entre otros. Además de las habilidades y conocimientos técnicos, trabajar en un equipo excepcional y contar con tutores excelentes en Arukay también permite desarrollar habilidades blandas, como la comunicación efectiva, el trabajo en equipo, la responsabilidad, la capacidad para trabajar bajo presión y resolver imprevistos.

Una de las responsabilidades más destacadas en el área fue el manejo de las redes sociales, la página web y la creación de contenido para piezas gráficas. Para desempeñar estas tareas, la empresa brindaba herramientas y capacitaciones para garantizar un manejo correcto de la información y las plataformas correspondientes.

En resumen, las prácticas en Arukay representaron una experiencia enriquecedora al finalizar mi proceso de aprendizaje. Esta empresa, con altos estándares de calidad, valores sólidos y un equipo excepcional, brinda la oportunidad de adquirir un amplio conocimiento y vivir experiencias positivas que dejan huella significativa en mi desarrollo personal y profesional.

## Bibliografía

- ActiveCampaign. (2022). ¿Que es ActiveCampaign?. activecampaign.com  
[https://www.activecampaign.com/?\\_r=DBVSSD62&gclid=Cj0KCQjwnMWkBhDLARIsAHBOftpZjBsedSya\\_tFOR-fnGIw8a26lSWHag\\_MB8bIShgfEZVoQsCV7G2gaAgt\\_EALw\\_wcB](https://www.activecampaign.com/?_r=DBVSSD62&gclid=Cj0KCQjwnMWkBhDLARIsAHBOftpZjBsedSya_tFOR-fnGIw8a26lSWHag_MB8bIShgfEZVoQsCV7G2gaAgt_EALw_wcB)
- Arukay S.A.S. (2021). ¿Qué es Arukay? arukay.com. <https://arukay.com/>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2022). Tecnologías digitales para un nuevo futuro.  
[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46816/1/S2000961\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46816/1/S2000961_es.pdf)
- Delgado, P. (2019). Qué es EdTech: su definición e impacto a lo largo de los años. Instituto para el Futuro de la Educación Tecnológico de Monterrey.  
<https://observatorio.tec.mx/edunews/que-es-edtech-video/>
- García, A. (2022). ¿Qué es una newsletter, para qué sirve y por qué debes contar con ella en tu estrategia digital?. siteground.com. [https://es.siteground.com/blog/que-es-unanewsletter/?gclid=Cj0KCQjwnMWkBhDLARIsAHBOft07Y9WpqPy5EZ5P0nukBykGl\\_h\\_Te0blpzrq-n\\_JqPdtoUQ-KMGMaAvNoEALw\\_wcB](https://es.siteground.com/blog/que-es-unanewsletter/?gclid=Cj0KCQjwnMWkBhDLARIsAHBOft07Y9WpqPy5EZ5P0nukBykGl_h_Te0blpzrq-n_JqPdtoUQ-KMGMaAvNoEALw_wcB)
- HubSpot. (2023). ¿Qué es marketing automation y cuáles son sus beneficios?. hubspot.es.  
<https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-el-marketing-automation-y-para-que-sirve>
- Gallardo, F (2011). Analisis de la Ultima Tendencia del Mercado de Consumo Marketing 2.0.  
<https://bdigital.uncu.edu.ar/>.  
[https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitaes/4868/gallardocetrabajodeinvestigacion.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitaes/4868/gallardocetrabajodeinvestigacion.pdf)
- Longbloed, D. F. (2020). Marketing Digital. emBluemail.com.  
<https://blog.embluemail.com/9definiciones-de-marketing-digital-por-expertos/>
- Pallàs, G. (2023). Embudo o funnel de conversión: ¿qué es y para qué sirve?. inboundcycle.com.  
<https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/embudo-de-conversion>
- Wing, J. M. (2006). Jeannette M. Wing y el Pensamiento Computacional. howilearnedcode.com.  
<https://howilearnedcode.com/2016/10/el-pensamiento-computacionaljeannette-m-wing/>