

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
SECCIÓN MERCADEO INTERNACIONAL**



**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO:**  
MODALIDAD PASANTÍA DE PRACTICA PROFESIONAL

**TITULO DEL PLAN:**

“COLABORACIÓN EN ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA EL ESTUDIO Y  
EVALUACIÓN DE LA COMPETENCIA EN OCTO S.A. DE C.V., CON EL FIN DE  
OPTIMIZAR SU POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO”

**PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE:**  
LICENCIATURA EN MERCADEO INTERNACIONAL

**PRESENTADO POR:**  
CLAROS ZELAYA, STEFANY GABRIELA

**DOCENTE ASESOR:**  
LICDA. MARTHA CRISTINA NOLASCO

SEPTIEMBRE DE 2025  
SAN MIGUEL, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**AUTORIDADES CENTRALES**



**MSC. JUAN ROSA QUINTANILLA**  
**RECTOR**

**DRA. EVELYN BEATRIZ FARFAN**  
**VICERRECTORA ACADÉMICA**

**MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO**  
**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

**LIC. PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA**  
**SECRETARIO GENERAL**

**LIC. CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA**  
**FISCAL GENERAL**

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**AUTORIDADES**



**MSC. CARLOS IVÁN HERNÁNDEZ FRANCO**  
**DECANO**

**DRA. NORMA AZUCENA FLORES RETANA**  
**VICEDECANA**

**LIC. CARLOS DE JESÚS SÁNCHEZ**  
**SECRETARIO**

**MBA. ARNOLDO ORLANDO SORTO MARTINEZ**  
**JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**MTRA. LINDA MARIANITA ACOSTA CORTEZ**  
**COORDINADORA DE PROCESOS DE GRADO DE LA CARRERA LICENCIATURA**  
**EN MERCADEO INTERNACIONAL**

## INDICE

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁG.</b>
<b>RESUMEN</b> .....	5
<b>ABSTRACT</b> .....	6
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	7
<b>1. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA RECEPTORA</b> .....	8
<b>1.1 DATOS GENERALES</b> .....	9
<b>1.2 ACTIVIDADES ACTUALES</b> .....	10
<b>2. ANALISIS DE LA SITUACION DEL AREA DE LA PASANTIA DE PRACTICAS PROFESIONALES</b> .....	15
<b>3. METODOLOGIA</b> .....	19
<b>4. RESULTADOS Y DISCUSION</b> .....	21
<b>5. CONCLUSIONES</b> .....	22
<b>6. RECOMENDACIONES</b> .....	23
<b>7. BIBLIOGRAFIA</b> .....	24
<b>8. ANEXOS</b> .....	26

## RESUMEN

El presente informe detalla un proyecto de pasantía enfocado en fortalecer la estrategia de mercadotecnia de OCTO S.A. de C.V. dentro del sector funerario, un mercado altamente competitivo y en constante evolución. A lo largo del proceso, se realizó un exhaustivo análisis estratégico de la competencia, permitiendo comprender las tendencias actuales y las dinámicas del mercado funerario nacional.

Este análisis facilitó la identificación de oportunidades para mejorar el posicionamiento de los servicios que ofrece la empresa, contribuyendo a elevar su visibilidad y atractivo frente a sus principales competidores. La gestión de información y la elaboración de reportes comparativos y diagnósticos de mercado fueron esenciales para fundamentar las propuestas de mejora en las estrategias de mercadotecnia, orientadas a optimizar la promoción y fortalecer la presencia de la empresa en el mercado local. Además, se desarrollaron propuestas concretas que buscan consolidar el posicionamiento de OCTO, adaptándose a las tendencias emergentes del sector y fomentando una comunicación efectiva con sus públicos objetivos. La implementación de estas estrategias requiere un análisis constante del entorno competitivo, así como una adecuada organización y digitalización de la información que respalde decisiones informadas.

En conjunto, este proceso refleja un enfoque integral en el fortalecimiento del posicionamiento de OCTO S.A. de C.V., mediante acciones estratégicas basadas en un profundo conocimiento del sector funerario, la competencia y las oportunidades de innovación en mercadotecnia para mantenerse competitiva en un mercado dinámico y especializado.

Palabras clave: Mercadotecnia, Competencia, Posicionamiento, Sector Funerario

## ABSTRACT

This report details an internship project focused on strengthening the marketing strategy of OCTO S.A. de C.V. within the funeral sector, a highly competitive and constantly evolving market. Throughout the process, a comprehensive strategic analysis of the competition was conducted, allowing for an understanding of current trends and the dynamics of the national funeral market.

This analysis facilitated the identification of opportunities to improve the positioning of the services offered by the company, contributing to increasing its visibility and attractiveness compared to its main competitors. Information management and the preparation of comparative reports and market analyses were essential to substantiate the proposed improvements to the marketing strategies, aimed at optimizing promotion and strengthening the company's presence in the local market. Furthermore, concrete proposals were developed to consolidate OCTO's positioning, adapting to emerging trends in the sector and fostering effective communication with its target audiences. The implementation of these strategies requires constant analysis of the competitive environment, as well as proper organization and digitization of information to support informed decisions.

Taken together, this process reflects a comprehensive approach to strengthening OCTO S.A. de C.V.'s market position through strategic actions based on a deep understanding of the funeral industry, the competition, and marketing innovation opportunities to remain competitive in a dynamic and specialized market.

Keywords: Marketing, Competition, Positioning, Funeral Industry

## **INTRODUCCIÓN**

Las pasantías de prácticas profesionales brindan a los estudiantes la oportunidad de adentrarse en el mundo laboral por un período determinado, permitiéndoles obtener experiencias clave que los preparen para su futuro profesional. Estas experiencias no solo son fundamentales para el crecimiento profesional, sino que también facilitan la creación de relaciones, lo que expande la red de contactos del estudiante. En este sentido, el desarrollo y ejecución de este proyecto de pasantía tiene un impacto tanto institucional como social y profesional.

En este contexto, los principales motivos para realizar esta pasantía dentro del departamento de mercadeo de OCTO S.A. de C.V. fueron aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de los cinco años de carrera universitaria, adquirir nuevos aprendizajes relevantes para la profesión, y fortalecer tanto el desarrollo personal como profesional. Estas motivaciones están alineadas con los objetivos específicos establecidos al inicio de la pasantía, que fueron:

1. Recopilar y analizar información sobre la competencia en el mercado funerario, identificando sus estrategias de mercadeo, precios y servicios ofrecidos para evaluar su impacto en la industria.
2. Apoyar en la gestión administrativa y comercial, colaborando en la organización y actualización de datos, documentación y reportes que faciliten la toma de decisiones en el área de mercadeo.
3. Desarrollar propuestas de mejora en las estrategias de mercadeo, basadas en el análisis de la competencia, con el fin de optimizar la promoción de los servicios de Funerales Guatemala y Parque Memorial El Edén.

El objetivo final de esta pasantía fue apoyar a la empresa en actividades administrativas y de mercadeo, buscando aumentar la rentabilidad de los servicios mediante la mejora continua de los procesos de ventas, tanto internos como externos.

## **1. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA RECEPTORA**

### **OCTO S.A de C.V.**

## **1.1 DATOS GENERALES**

**1.1.1 Localización:** 6a Calle Poniente y 7a Avenida Norte #602, Barrio San Felipe, San Miguel.

### **1.1.2 Antecedentes:**

OCTO S.A. de C.V. es una empresa salvadoreña dedicada al sector funerario, operando bajo las marcas Funerales Guatemala y Parque Memorial El Edén. Desde sus inicios se ha distinguido por ofrecer servicios integrales con calidad, respeto y confianza, consolidando así su prestigio en el mercado. Con modernas instalaciones y un equipo profesional, la empresa brinda soluciones en velación, cremación, inhumación y planes previsionales, adaptándose a las necesidades de las familias salvadoreñas. A lo largo de los años ha fortalecido su posicionamiento mediante la innovación en servicios y el desarrollo de estrategias de mercadeo que buscan cercanía con la comunidad. En un mercado altamente competitivo, OCTO S.A. de C.V. ha apostado por el análisis de la competencia y la gestión de marca como herramientas clave para mantener su liderazgo. Además, fomenta la responsabilidad social y el compromiso con sus clientes, lo que refuerza su visión de ser referente en el sector funerario nacional.

### **1.1.3 Recursos**

#### **1.1.3.1 Naturales:**

- Agua
- Electricidad
- Papel

#### **1.1.3.2 Instalaciones y equipos:**

- Oficina del departamento de mercadeo
- Silla

- Escritorio
- Computadora
- Impresora
- Lápiz y Lapicero
- Calculadora
- Wifi
- Canva

#### **1.1.3.3 Humanos:**

- Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo – Directora de ventas
- Lic. Martha Cristina Nolasco – Asesora Interna
- Br. Stefany Gabriela Claros Zelaya – Pasante

## **1.2 ACTIVIDADES ACTUALES**

### **1.2.1 Producción principal y otras:**

La actividad principal de OCTO S.A. de C.V. es la prestación de servicios funerarios integrales a través de una de sus marcas Funerales Guatemala, brindando soluciones como velación, cremación, inhumación y planes previsionales. Sin embargo, otra de sus actividades relevantes es el posicionamiento de marca, enfocado en fortalecer su presencia en el mercado y ofrecer a los clientes información clara sobre sus servicios.

### **1.2.2 Situación técnica:**

OCTO S.A. de C.V., a través de su marca Funerales Guatemala, cuenta con diversas áreas que trabajan de manera coordinada para cumplir su misión de brindar servicios funerarios integrales con calidad y respeto. Una de las más importantes es el departamento de mercadeo, encargado

de desarrollar estrategias de posicionamiento, analizar a la competencia y ejecutar acciones promocionales que fortalezcan la imagen de la funeraria en el mercado.

Asimismo, la empresa dispone de un área administrativa y contable, responsable de la gestión financiera, recursos humanos y procesos internos que garantizan la eficiencia en la operación de los servicios. También cuenta con un departamento operativo, que organiza y supervisa directamente los servicios funerarios como

velaciones, cremaciones e inhumaciones, asegurando el cumplimiento de protocolos y la atención adecuada a las familias. Finalmente, existe un área técnica y de mantenimiento, enfocada en conservar las instalaciones, equipos y recursos logísticos que permiten prestar un servicio digno y de calidad.

Gracias a la labor conjunta de estas áreas, Funerales Guatemala logra mantener un funcionamiento integral y brindar soluciones que responden a las necesidades de sus clientes en momentos sensibles, consolidándose como una de las funerarias de mayor prestigio en El Salvador.

### 1.2.3 Situación administrativa

<b>Nombre de la empresa</b>	OCTO S.A de C.V.
<b>Actividad que realiza</b>	Servicios funerarios y de inhumación
<b>Tamaño de la empresa</b>	Mediana
<b>Forma legal</b>	Sociedad Anónima de Capital Variable
<b>Número de empleados</b>	80
<b>Fortalezas</b>	Atención personalizada Ataúdes con diseños exclusivos Servicio transferible
<b>Oportunidades</b>	Llevar buenas propuestas referentes a los planes de pago Crecimiento en el uso de plataformas digitales
<b>Debilidades</b>	Falta de liderazgo en cuanto a servicios residenciales
<b>Amenazas</b>	Competencia creciente con nuevas funerarias en el mercado. Incremento en costos de insumos y logística.

#### ➤ Diferenciación de OCTO frente a sus competidores

Fortalezas identificadas y su aplicación práctica:

- **Conocimiento profundo del sector funerario y del comportamiento del mercado local:** la empresa puede aprovechar su entendimiento del mercado para adaptar rápidamente el diseño de estrategias de mercadeo dirigidas a segmentos poco atendidos. Esto le permite a la empresa el poder adaptar los servicios a las necesidades culturales y económicas de cada comunidad, fortaleciendo su posicionamiento y aumentando la captación de nuevos clientes.
- **Capacidad de análisis y recopilación de información:** Gracias al trabajo del área de mercadeo la empresa puede identificar rápidamente tendencias del sector funerario, analizar precios y servicios de sus principales competidores y anticiparse a sus movimientos. Lo que le permite a la empresa el poder ajustar sus campañas promocionales, crear estrategias diferenciadas que reflejen un conocimiento profundo del mercado, garantizando decisiones comerciales más efectivas.
- **Habilidades de comunicación efectiva y presentación de propuestas:** La empresa puede utilizar esta ventaja para fortalecer su imagen mediante campañas publicitarias en redes sociales, eventos locales, que resalten sus valores y atenciones personalizadas, servicios exclusivos o promociones dirigidas a segmentos desatendidos. Esto no mejoraría la percepción de la marca, sino que también generaría mayor fidelización y mayor confianza del público con los servicios que la empresa brinda.
- **Experiencia en la elaboración de reportes comparativos y diagnósticos estratégicos:** El uso de estos reportes ayuda a la marca a poder detectar áreas de oportunidad en la mejora de servicios, oportunidades de innovación y la atención al cliente. Con base a esa información puede implementar nuevas estrategias de posicionamiento y ampliar su oferta, manteniendo una ventaja competitiva frente a otras funerarias.

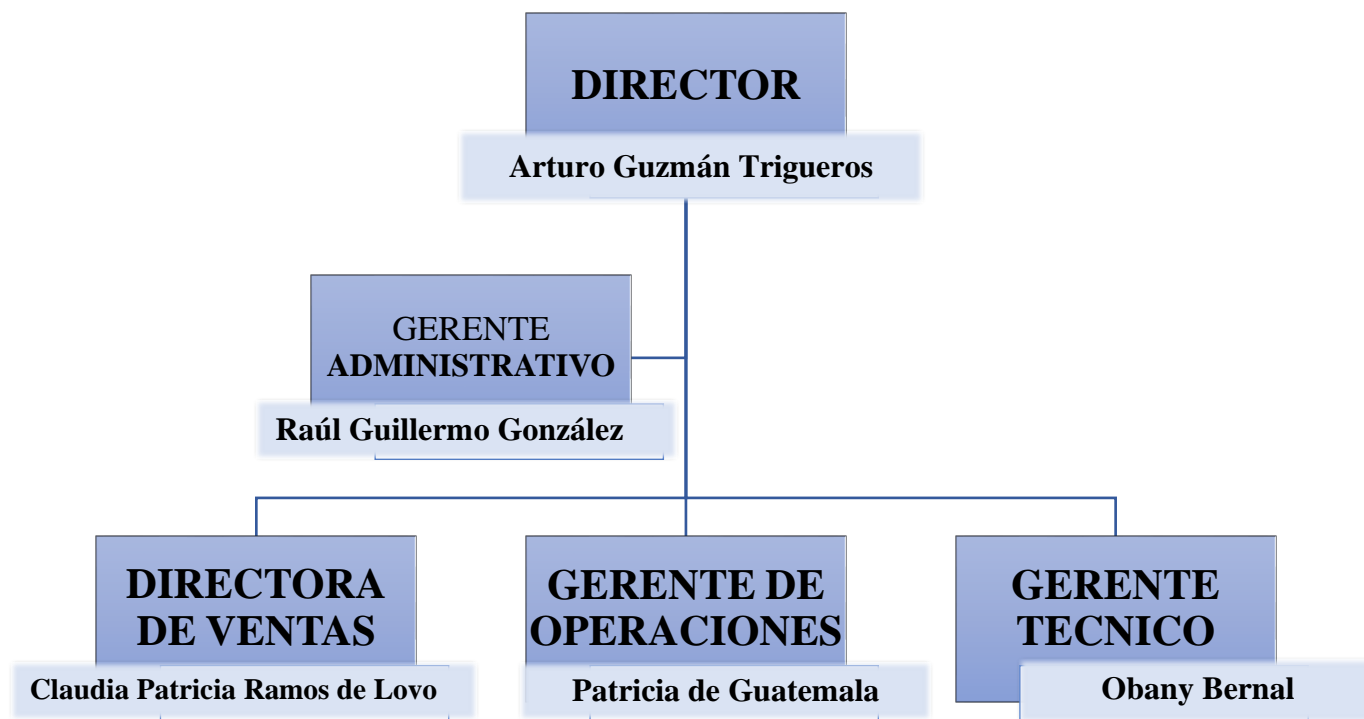
Amenazas y cómo mitigarlas para su aplicación dentro de la empresa:

- **Competidores con campañas agresivas y presencia dominante en redes sociales:** La empresa debe reforzar su presencia en redes sociales mediante la creación de contenido emocional, historias reales de servicio, campañas en redes

sociales adaptando buenas prácticas y diferenciándose con una estrategia de contenido más auténtico, cercano y dirigido a segmentos específicos que sus competidores no cubren.

- **Competidores con precios más bajos:** OCTO S.A de C.V puede enfocarse en servicios premium, atención personalizada y valor agregado, justificando mayores precios con diferenciadores claros en calidad y atención. De esta forma, el valor agregado percibido justifica el costo, reforzando su reputación como empresa confiable y de calidad.

➤ **Cronograma Organizacional**



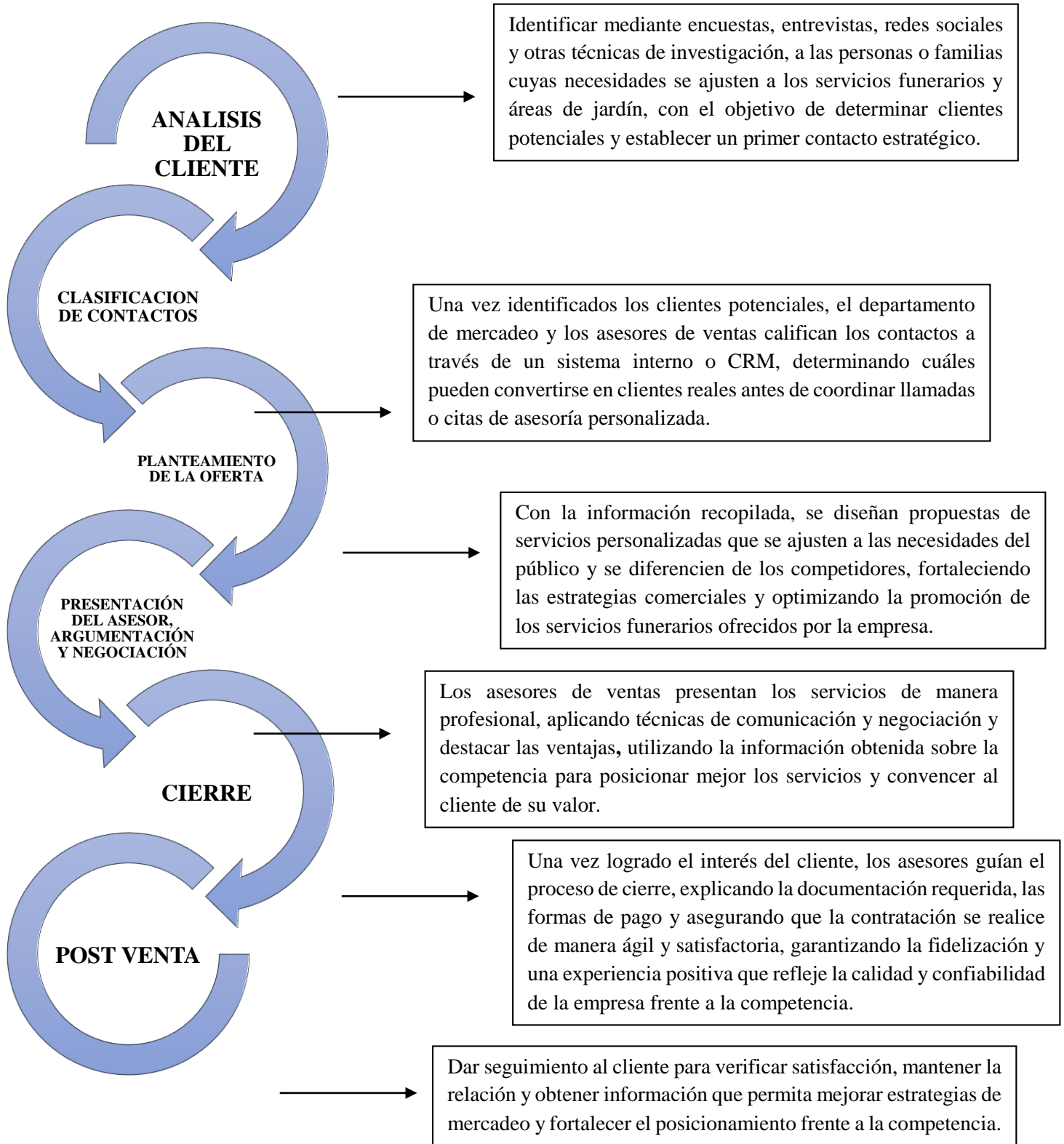
*Cuadro de elaboración propia*

## **2. ANALISIS DE LA SITUACION DEL AREA DE LA PASANTIA DE PRACTICAS PROFESIONALES**

El departamento de mercadeo de OCTO S.A. de C.V., a través de Funerales Guatemala, es responsable de coordinar y ejecutar todas las estrategias relacionadas con la promoción de los servicios funerarios y el posicionamiento de la marca. En línea con el objetivo de la pasantía, se enfoca en la colaboración en estrategias de mercadeo para el estudio y evaluación de la competencia, con el fin de optimizar el posicionamiento de la empresa en el mercado funerario salvadoreño. La Lic. Claudia Ramos, como gerente del departamento, supervisa la recopilación de información de la competencia, la elaboración de reportes comparativos y la organización de la documentación administrativa, asegurando que las decisiones estratégicas se basen en datos confiables y actualizados.

El área cuenta con 11 asesores de ventas, quienes no solo brindan servicios de previsión funeraria y de áreas de jardín, sino que también participan activamente en un proceso de ventas estructurado. Este proceso pone el foco en un conjunto de etapas que la empresa realiza para lograr que el cliente tome una decisión de compra, iniciando con la prospección del cliente, seguida de la presentación de servicios, la atención personalizada y asesoramiento, el cierre de la venta, y finalmente el servicio postventa, garantizando satisfacción y fidelización. Durante la pasantía, se brindó apoyo directo en tareas administrativas y de mercadeo, así como en actividades de campo, incluyendo encuestas, entrevistas y seguimiento de clientes potenciales, lo que permitió obtener información clave sobre la percepción del público y la competencia.

De esta manera, la colaboración en estas actividades contribuyó a fortalecer la labor de los asesores de ventas, optimizar las estrategias de mercadeo y generar insumos estratégicos que permitan a OCTO S.A. de C.V. mejorar su posicionamiento en el mercado funerario, garantizando un servicio más eficiente, cercano y competitivo, de la siguiente manera:



Durante la pasantía, se colaboró activamente en diversas actividades dentro de OCTO S.A. de C.V., enfocadas en mejorar los procesos administrativos y de mercadeo, así como en fortalecer la gestión de la fuerza de ventas y la interacción con los clientes. Entre las principales tareas realizadas se incluyó el apoyo en la decoración de stands para ferias de empleo, la realización de entrevistas de trabajo para la contratación de nuevos asesores de ventas, y la asistencia a capacitaciones impartidas al personal contratado. Asimismo, se colaboró en la gestión de campañas para la contratación de asesores memorial, en el registro de información en libros de actas de defunción y en el apoyo al área de cobros mediante el descargue de cuentas, garantizando un correcto manejo de la información y el flujo administrativo. Además, se participó en actividades de marketing y publicidad, incluyendo entrevistas a asesores memoriales para campañas promocionales y apoyo en la organización de sets de grabación, con el objetivo de mejorar la comunicación de los servicios funerarios ofrecidos por la empresa. Esta colaboración permitió optimizar los procesos internos, apoyar la formación y coordinación del personal, fortalecer las estrategias de mercadeo y contribuir al posicionamiento de Funerales Guatemala y Parque Memorial El Edén en el mercado.

➤ **Benchmarking**

	<b>OCTO S.A de C.V</b>	<b>Funeraria Deluxe</b>	<b>Funeraria Del CID</b>
<b>Servicios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sala de velaciones</li> <li>➤ Domiciliar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sala de velaciones</li> <li>➤ Domiciliar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Domiciliar</li> </ul>
<b>Precios</b>	Paquete básico: \$1,944-\$2,977  Paquete especial: \$3,200-\$5,350	Paquete básico: \$750-\$1,600  Paquete especial: \$1,400-\$3,000	Paquete básico: \$985  Paquete super presidente: \$2,665
<b>Marketing Digital</b>	<p>Posee presencia en redes sociales Facebook, Instagram y YouTube, en donde se observa que la creación de contenido es más elaborado tanto sus esquelas como sus videos informativos, ya que se centran en brindar una perspectiva más personal y real de lo que es el duelo de la mano de profesionales capacitados.</p>	<p>Poseen pocas interacciones en sus publicaciones de Instagram y Facebook, sin embargo, en Facebook poseen mayor cantidad de seguidores, sus publicaciones se centran en mostrarle al público únicamente el equipo que poseen para sus servicios no muestran de forma más</p>	<p>No posee presencia en Instagram su página no posee ningún tipo de publicación y pocos seguidores, sus publicaciones en Facebook no tienen muchas interacciones por parte del público, pero en esta red social tienen mayor presencia sin embargo sus publicaciones se centran en mostrarles una perspectiva real de</p>

	(Se agregan imágenes en anexos)	personal lo que brindan. (Se agregan imágenes en anexos)	los servicios que brindan. (Se agregan imágenes en anexos)
--	---------------------------------	---	---

### 3. METODOLOGIA

En OCTO S.A. de C.V., a través de Funerales Guatemala y Parque Memorial El Edén, el departamento de mercadeo y ventas gestiona diariamente múltiples clientes potenciales y servicios contratados, por lo que cada proceso requiere un seguimiento administrativo y estratégico detallado. Durante la pasantía, se brindó apoyo en la atención a clientes, asesorándolos sobre los servicios que mejor se adaptan a sus necesidades, elaborando contratos, registrando información en libros de actas de defunción y colaborando en el área de cobros, asegurando que toda la documentación y transacciones fueran precisas y organizadas. Además, se participó en la planificación y ejecución de estrategias de mercadeo, apoyando directamente a la Lic. Claudia Ramos, gerente del departamento, en la coordinación de campañas publicitarias, la supervisión de actividades de los asesores de ventas y la recopilación de información sobre la competencia. Entre las actividades desarrolladas se incluyó el apoyo en la organización de eventos y ferias, entrevistas de trabajo para la contratación de nuevos asesores memoriales, asistencia a capacitaciones del personal contratado, y colaboración en la gestión de campañas de captación de personal. También se participó en la preparación de materiales publicitarios y en la creación de contenido digital para redes sociales, con enfoque en la promoción de los servicios funerarios de la empresa. Esto incluyó la elaboración de textos (copywriting), diseño de material gráfico y publicación en plataformas digitales.

De manera complementaria, se realizó un seguimiento al mercado y la competencia, recopilando información sobre los servicios, precios y estrategias de otras empresas del sector funerario. Esta información permitió analizar oportunidades de mejora y colaborar en propuestas estratégicas para fortalecer el posicionamiento de Funerales Guatemala y Parque Memorial El Edén en el

mercado. La participación en estas actividades no solo permitió optimizar los procesos internos y administrativos, sino también adquirir experiencia práctica en la ejecución de campañas de mercadeo, atención al cliente, gestión de ventas y evaluación de la competencia.

#### 4. RESULTADOS Y DISCUSION

Durante la ejecución de este proyecto de pasantía de prácticas profesionales, de las actividades realizadas dentro del periodo de tiempo del 01 de marzo al 14 de septiembre del presente año, se adquirieron conocimientos, competencias y destrezas, las cuales fueron:

- **Competencias:** Trabajo en equipo, creatividad, resolución de problemas, iniciativa, organización, comprensión profunda de las tendencias actuales del sector funerario, conocimiento en análisis competitivo y técnicas de segmentación de mercado.
- **Destrezas:** Capacidad para recopilación de datos, mejor análisis de información sobre el mercado y sus avances, habilidades de comunicación, manejo de herramientas tecnológicas nivel superior.
- **Conocimientos:** Organización y digitalización de datos para la fácil toma de decisiones, recopilación de información relevante, uso de herramientas de diseño como Canva.

## 5. CONCLUSIONES

La aplicación de los conocimientos teóricos adquiridos durante la carrera de Mercadeo Internacional, junto con la ejecución de diversas actividades en el ámbito profesional, permitió la elaboración del presente informe de pasantías y el desarrollo exitoso de las mismas durante un periodo de seis meses. Durante este tiempo, se cumplieron todas las expectativas planteadas, logrando ejecutar tanto las actividades programadas como las emergentes con entusiasmo y eficiencia, lo que se tradujo en un aprendizaje significativo y en la adquisición de experiencias prácticas valiosas.

La finalización de la pasantía en OCTO S.A. de C.V., a través de Funerales Guatemala y Parque Memorial El Edén, representó un importante paso en mi crecimiento profesional, ya que este proyecto permitió interactuar con profesionales del área de mercadeo, ventas y administración, observando y participando activamente en sus procesos. Esta experiencia me brindó la oportunidad de desarrollar habilidades prácticas, fortalecer la sensibilidad hacia el trabajo de los demás y comprender la dinámica real de una empresa en funcionamiento. Asimismo, contribuyó a mi madurez personal y profesional, al asumir responsabilidades y compromisos laborales reales, integrándome en un entorno en el que cada actividad tenía un impacto directo en los resultados de la empresa y en la mejora de sus estrategias de posicionamiento en el mercado funerario.

## 6. RECOMENDACIONES

### **A la Universidad de El Salvador – FMO**

1. Considerar la actualización del pensum académico, incorporando materias que sean más pertinentes y útiles para el desempeño profesional actual en áreas como mercadeo, administración y gestión empresarial, de modo que los estudiantes puedan enfrentar con mayor preparación los retos del campo laboral.

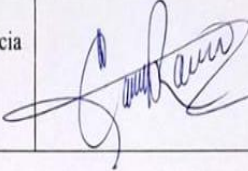

### **A la empresa OCTO S.A. de C.V.**

1. Continuar ofreciendo oportunidades de pasantías a estudiantes de diferentes carreras, no solo de mercadeo, sino también de administración, contabilidad y otras áreas afines, fomentando así la formación práctica de los futuros profesionales.
2. Implementar un plan interno de capacitaciones para el personal de administración, mercadeo y ventas, asegurando que todos los departamentos tengan acceso a formación continua que fortalezca las habilidades y conocimientos necesarios para mejorar los procesos internos y el servicio al cliente.
3. Implementar un sistema de seguimiento y evaluación del desempeño de los empleados, que permita identificar áreas de mejora, reconocer logros y optimizar la asignación de responsabilidades dentro de la empresa.

## 7. BIBLIOGRAFIA

- **Página Web de la empresa.**  
(OCTO S.A de C.V.)
  
- **Entrevista.**  
(Entrevista a la Directora de Ventas, OCTO S.A de C.V)
  
- **Archivos de la empresa.**  
(Funerales Guatemala)

**VISTO BUENO TUTOR EMPRESARIAL**

ESTUDIANTE	TUTOR	FIRMA	SELLO INSTITUCIONAL
Stefany Gabriela Claros Zelaya	Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo		

# 8. ANEXOS



San Miguel, 17 de septiembre de 2025.

**Mba. Linda Marianita Acosta Cortez**  
**Coordinador de Procesos de Grado**  
**Carrera de Licenciatura en Mercadeo Internacional**  
**Departamento de Ciencias Económicas - FMO**

Presente.

La suscrita: Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo de OCTO S.A. de C.V., HACE CONSTAR que, la Br. Stefany Gabriela Claros Zelaya, ha realizado satisfactoriamente su PASANTIA de Prácticas Profesionales en el proyecto: "Colaboración en estrategias de mercadeo para el estudio y evaluación de la competencia en OCTO S.A. de C.V., con el fin de optimizar su posicionamiento en el mercado", habiendo iniciado en la fecha comprendida del 03 de mayo de 2025, hasta el 12 de septiembre de 2025, por un total de seis meses.

Y para los efectos que el interesado estime conveniente, se firma y sella la presente, en la ciudad de San Miguel, a las quince horas del día 17 de septiembre de 2025.

Atentamente

  
F. \_\_\_\_\_

Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo  
Directora de Ventas



## Benchmarking imágenes anexadas



**Funeriales Seguros Memoriales Del Cid**

4,6 mil seguidores • 1 seguidos

CALIDAD Y HONESTIDAD EN NUESTROS SERVICIOS.

[Seguir](#) [WhatsApp](#) [...](#)



**Funeriales Guatemala y Parque Memorial El Edén (Octo SA de ...)**

17 mil seguidores • 7 seguidos

Le servimos con casi un siglo de experiencia, que nos da solidez y la confianza de nuestros clientes,

[Siguiendo](#) [Mensaje](#) [...](#)



**Funeraria y Capillas Deluxe**

1,6 mil seguidores • 29 seguidos

Una empresa que brinda Servicios Funerarios de Calidad y Garantía.

[Seguir](#) [WhatsApp](#) [...](#)

← **funerariaycapillas** ⋮



**funeraria y capillas deluxe**

<b>19</b>	<b>89</b>	<b>295</b>
publicaciones	seguidores	seguidos

**Seguir** Mensaje 

← **funerariadelcid** ⋮



**Seguros Del Cid**

<b>0</b>	<b>42</b>	<b>7</b>
publicaciones	seguidores	seguidos

**Seguir** Mensaje 

← **funeralesguatemala** ⋮



**Funerales Guatemala**

<b>682</b>	<b>379</b>	<b>232</b>
publicaciones	seguidores	seguidos

Servicios Funerarios integrales desde 1928, servicios de cementerio desde 1988, San Miguel, El Salvador

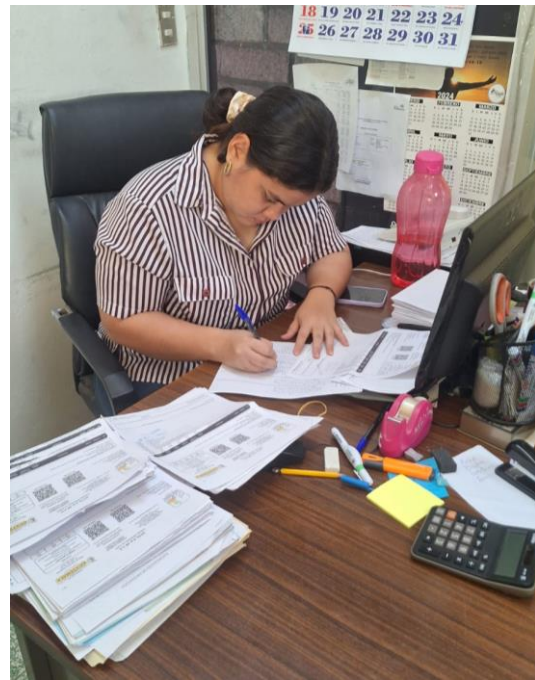
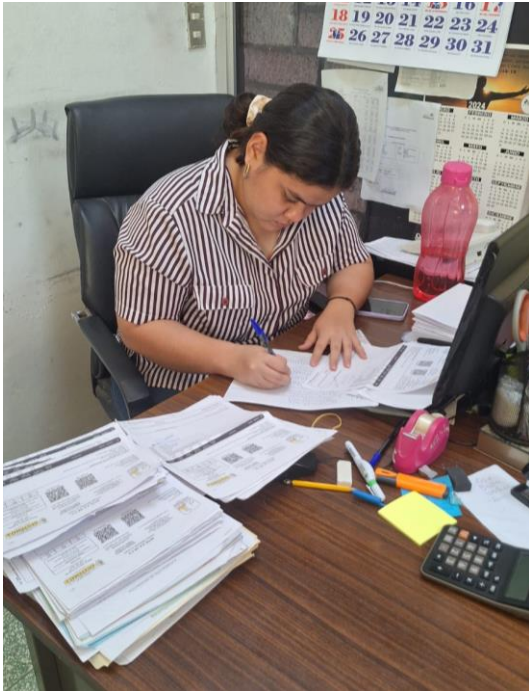
[www.funeralesguatemala.com.sv/](http://www.funeralesguatemala.com.sv/)  
6ª Calle Poniente y 7ª Avenida norte 602 Barrio San Felipe, San Miguel, El Salvador, C.A., San Miguel, El Salvador

**Seguir** Mensaje Contacto 

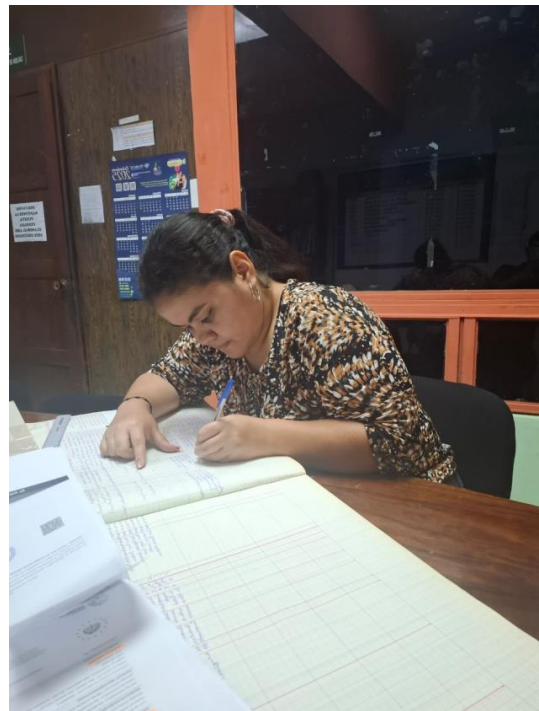
### Colaboración en producción de videos promocionales



## Trabajando en área de cobros



## Apoyo para ingreso de información de actas de defunción e inhumaciones






**BITÁCORA SEMANAL DE ACTIVIDADES DE LA PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL.**

FECHA	HORA DE LLEGADA	HORA DE SALIDA	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA
14/8/25	8:00	12:00	Elaboración de reportes	<i>[Signature]</i>
15/8/25	8:00	12:00	Elaboración de reportes	<i>[Signature]</i>
18/8/25	8:00	12:00	Presentación formal análisis	<i>[Signature]</i>
19/8/25	8:00	12:00	Presentación formal análisis	<i>[Signature]</i>
20/8/25	8:00	12:00	Presentación formal análisis	<i>[Signature]</i>
21/8/25	8:00	12:00	Aseguramiento propuestas	<i>[Signature]</i>
22/8/25	8:00	12:00	Aseguramiento propuestas	<i>[Signature]</i>
25/8/25	8:00	12:00	Sugerencias de propuestas	<i>[Signature]</i>
26/8/25	8:00	12:00	Sugerencias de propuestas	<i>[Signature]</i>
27/8/25	8:00	12:00	Sugerencias de propuestas	<i>[Signature]</i>
28/8/25	8:00	12:00	Apoyo en sets de grabación	<i>[Signature]</i>
29/8/25	8:00	12:00	Apoyo en sets de grabación	<i>[Signature]</i>
1/9/25	8:00	12:00	Apoyo en edición	<i>[Signature]</i>
2/9/25	8:00	12:00	Apoyo en edición	<i>[Signature]</i>
3/9/25	8:00	12:00	Apoyo en edición	<i>[Signature]</i>
4/9/25	8:00	12:00	Apoyo en edición	<i>[Signature]</i>
5/9/25	8:00	12:00	Apoyo en edición	<i>[Signature]</i>
8/9/25	8:00	12:00	Apoyo en area cobros	<i>[Signature]</i>
9/9/25	8:00	12:00	Apoyo en area cobros	<i>[Signature]</i>

**OBSERVACIONES:**
**FIRMA DEL PASANTE:**
*[Signature]*
**FIRMA Y SELLO DEL TUTOR EXTERNO:**
*[Signature]*




**Formulario de evaluación del tutor asignado por la institución**

Nombre del pasante: Stefany Gabriela Claros Zelaya	Carné: CZ20005
Título de la pasantía: Colaboración en estrategias de mercadeo para el estudio y evaluación de la competencia en OCTO S.A de C.V., con el fin de optimizar su posicionamiento en el mercado.	
Institución receptora: OCTO S.A de C.V.	
Unidad de ejecución de la pasantía: Área de Ventas	
Nombre del tutor: Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo	
Fecha de evaluación: 12 de Septiembre del 2025.	

**INDICACIÓN.** La nota del informe bimensual será registrada con una calificación de cero a diez con dos decimales. Posteriormente se obtendrá la nota promedio y se multiplicará por el respectivo porcentaje.

CRITERIOS	Nota 1	Nota 2	Nota 3	Nota promedio	Porcentaje
Responsabilidad (30%)	9	10	10	9.67	2.90
Integración con equipo de trabajo (30%)	10	10	10	10	3.00
Capacidad técnica (40%)	10	9	10	9.67	3.877
				Nota final	9.77

Observaciones:		
Recomendaciones:		
Fecha: 12 de Septiembre del 2025	Firma del tutor de la institución receptora: 	Sello de la institución receptora: 



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
SECCIÓN MERCADEO INTERNACIONAL

**INFORME BIMENSUAL 1**

**PLAN DE TRABAJO:**

“Colaboración en estrategias de mercadeo para el estudio y evaluación de la competencia en OCTO S.A. de C.V., con el fin de optimizar su posicionamiento en el mercado”

**DOCENTE ASESOR:**

Licda. Martha Cristina Nolasco. F: 



**TUTOR DE LA EMPRESA:**

Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo. F: 



**FECHA DE EJECUCIÓN:**

3 de marzo al 12 de septiembre 2025.

Ciudad Universitaria Oriental, 30 de Junio 2025  
San Miguel, El Salvador, Centroamérica



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
SECCIÓN MERCADEO INTERNACIONAL

**PLAN DE TRABAJO:**

“Colaboración en estrategias de mercadeo para el estudio y evaluación de la competencia en OCTO S.A. de C.V., con el fin de optimizar su posicionamiento en el mercado”

**PRESENTADO POR:**

Stefany Gabriela Claros Zelaya. F:

**DOCENTE ASESOR:**

Licda. Martha Cristina Nolasco. F:

**TUTOR DE LA EMPRESA:**

Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo. F:

**FECHA DE EJECUCIÓN:**

3 de marzo al 12 de septiembre 2025.



Ciudad Universitaria Oriental, 30 de Junio 2025

San Miguel, El Salvador, Centroamérica

**TABLA DE CONTENIDO**

INTRODUCCIÓN .....	39
I. ACTIVIDADES PLANEADAS REALIZADAS .....	40
II. ACTIVIDADES EMERGENTES REALIZADAS .....	44
III. ESTIMACIÓN DE LOGRO DE OBJETIVO .....	44
IV. RECURSOS UTILIZADOS .....	45
V. RESUMEN DE ASISTENCIA .....	46
VI. MODIFICACIONES AL PROYECTO DE PASANTIA.....	46
VII. VALORACIÓN GENERAL DE PROGRESOS.....	47
VIII. VISTO BUENO TUTOR EMPRESARIAL.....	48
IX. ANEXOS .....	49

## INTRODUCCIÓN

El presente informe tiene como finalidad documentar las actividades realizadas durante el período de prácticas profesionales comprendido entre el 3 de marzo y el 2 de mayo de 2025, en la empresa OCTO S.A. de C.V., reconocida comercialmente como Funerales Guatemala y Parque Memorial El Edén. Este proceso de pasantía se enmarcó en el proyecto titulado: “Colaboración en estrategias de mercadeo para el estudio y evaluación de la competencia en OCTO S.A. de C.V., con el fin de optimizar su posicionamiento en el mercado.”


Durante este periodo, se brindó apoyo en diversas áreas de los departamentos de mercadeo y administración, con énfasis en el análisis del entorno competitivo del sector funerario. Se recopilaron, analizaron y respaldaron datos relacionados sobre empresas competidoras, sus servicios, precios y estrategias de promoción, con el fin de fortalecer la posición de la empresa y contribuir con su crecimiento.

Asimismo, se colaboró en la organización de documentación y elaboración de informes que facilitaron el análisis de información recolectada y la toma de decisiones estratégicas. Con base en los hallazgos obtenidos, se propusieron mejoras en las estrategias de mercadeo de la empresa, contribuyendo directamente a su proceso de posicionamiento comercial y mejoras internas de la empresa.

Este informe detalla las funciones, actividades y resultados alcanzados durante la pasantía, destacando su valor en la aplicación práctica de conocimientos teóricos y en el desarrollo de competencias profesionales en un entorno real de trabajo.

## I. ACTIVIDADES PLANEADAS REALIZADAS

En el presente apartado se detallan las actividades correspondientes al periodo comprendido del 03 de Marzo al 02 de Mayo del presente año realizadas en la empresa OCTO S.A de C.V

		
<p>➤ <b>Objetivo General:</b> Brindar apoyo en el área de mercadeo de OCTO S.A. de C.V. a través del análisis de la competencia en el sector funerario, con el propósito de identificar oportunidades de mejora y fortalecer las estrategias comerciales y de posicionamiento de la empresa.</p>		
<p>➤ <b>Objetivo Especifico:</b> Recopilar y analizar información sobre la competencia en el mercado funerario, identificando sus estrategias de mercadeo, precios y servicios ofrecidos para evaluar su impacto en la industria.</p>		
<p><b>ACTIVIDAD:</b> Período de inducción.</p>		
<p><b>META:</b> Conocer el funcionamiento y actividades que realiza OCTO S.A de C.V.</p>		
<p><b>SEMANA 01</b></p>		
<b>FECHA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>

03 al 07 de Marzo	Introducción de las actividades que realiza la empresa quienes son y porque se caracterizan, presentación del personal y descripción de las funciones en las que cada uno funje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.</li> <li>➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> </ul>
<b>SEMANA 02</b>		
10 al 14 de Marzo	Apoyo al personal del área de Marketing en la realización de sus actividades diarias.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.</li> <li>➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> </ul>
<b>ACTIVIDAD: Realización de Estudio de Mercado.</b>		
<b>META: Analizar la competencia y estado actual de la empresa de manera interna.</b>		
<b>SEMANA 03</b>		
17 al 21 de Marzo	Se realizó un bosquejo de un estudio de mercado con el objetivo de poder recopilar y analizar información relevante sobre el sector funerario, permitiendo de esta forma poder conocer al publico objetivo al que se desea llegar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.</li> <li>➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> </ul>
<b>ACTIVIDAD: Recopilación de información.</b>		
<b>META: Documentar la información obtenida para presentación de informe.</b>		
<b>SEMANA 04</b>		
24 al 28 de Marzo	Se realizó la sistematización de la información obtenida por medio de las investigaciones realizadas por un equipo	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.</li> </ul>

	de manera eficiente y por medio de investigación en redes sociales, para poder clasificar de manera correcta la información.	➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya
<b>SEMANA 05</b>		
31 de Marzo al 04 de Abril	Se realizó una presentación en base a un análisis de la información más relevante ya organizada con el fin de optimizar el manejo de esta de forma más practica, brindando así una serie de conclusiones y sugerencias para la facilitación así la toma de decisiones por parte del equipo.	➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo. ➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya
<b>ACTIVIDAD: Realización de FODA.</b>		
<b>META: Mejorar percepción interna de la empresa.</b>		
<b>SEMANA 06</b>		
07 al 11 de Abril	Realización de FODA interno de la empresa con información brindada de reportes elaborados anteriormente por el equipo de marketing y sistematización de información recopilada por equipo encargado con actualizaciones y clasificación de información relevante.	➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo. ➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya
<b>ACTIVIDAD: Recopilación de información e investigación de mercado.</b>		
<b>META: Recopilar y organizar información de servicios anteriormente brindados por la empresa y su competencia.</b>		
<b>SEMANA 07</b>		

14 al 16 de Abril	Se organizò informaciòn brindada sobre servicios entregados a domicilio en un año, investigaciòn de marcas competencia en pueblos de mercado objetivo por medio de sus redes sociales y elaboraciòn de encuesta para salidas de campo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.</li> <li>➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> </ul>
<b>ACTIVIDAD: Salida de campo.</b>		
<b>META:</b> Recopilaciòn de informaciòn sobre percepciòn de servicios funebres domiciliarios y competencia.		
<b>SEMANA 08</b>		
21 al 25 de Abril	Se llevò a cabo una salida de campo a Ciudad Barrios y Chapeltique para la realizaciòn de encuestas a la poblaciòn y tener un conocimiento sobre que percepciòn poseen acerca de los servicios funebres domiciliarios y que opinion poseen de las funerarias de la zona sobre sus servicios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.</li> <li>➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> </ul>
<b>ACTIVIDAD:</b> Tabulaciòn de datos recolectados.		
<b>META: Organizar y clasificar la informaciòn recolectada en salidas de campo para elaboraciòn de presentaciòn y reporte.</b>		
<b>SEMANA 09</b>		
28 de Abril al 02 de Mayo	Organizaciòn y clasificaciòn de datos recolectados por medio de las encuestas realizadas en las salidas de campo a pueblos de mercado objetivo y elaboraciòn de informes con conclusiones y sugerencias basadas en la informaciòn obtenida y su presentaciòn respectiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.</li> <li>➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> </ul>

## II. ACTIVIDADES EMERGENTES REALIZADAS

Durante el período de 03 de Marzo al 02 de Mayo de 2025, surgieron actividades que no estaban prevista dentro del plan de trabajo; dentro de ellas podemos mencionar:

- Apoyo en decoración de stand para feria de empleo
- Realización de entrevistas de trabajo para contratación de asesores de ventas
- Asistencia a capacitaciones brindadas a personal a contratar

## III. ESTIMACIÓN DE LOGRO DE OBJETIVO

<b>OBJETIVO GENERAL: Brindar apoyo en el área de mercadeo de OCTO S.A. de C.V. a través del análisis de la competencia en el sector funerario, con el propósito de identificar oportunidades de mejora y fortalecer las estrategias comerciales y de posicionamiento de la empresa.</b>			
<b>OBJETIVO ESPECIFICO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>META</b>	<b>PORCENTAJE REALIZADO</b>
Recopilar y analizar información sobre la competencia en el mercado funerario, identificando sus estrategias de mercadeo, precios y servicios ofrecidos para evaluar su	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Revisar redes sociales y sitios web de la competencia.</li> </ul>	Recopilar y analizar información de la competencia en el mercado funerario por medio de sus redes sociales y sitios web.	100%

impacto en la industria.			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Elaboración de reportes comparativos entre OCTO S.A de C.V. con la competencia.</li> </ul>	Conocer de forma más puntual la diferenciación de la empresa con las marcas competencia por medio de la elaboración de reportes comparativos sobre los servicios y atenciones que brindan.	100%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Elaborar informes con conclusiones y sugerencias basadas en el análisis de la información obtenida.</li> </ul>	Organizar y digitalizar la información recopilada, brindando así un análisis con conclusiones y sugerencias realizadas para la mejora de la empresa y sus servicios.	100%

#### IV. RECURSOS UTILIZADOS

RECURSOS HUMANOS	RECURSOS MATERIALES
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Docente asesor:</b> Licda. Martha Cristina Nolasco.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Laptop.</li> <li>➤ Lapiceros.</li> <li>➤ Lápiz.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Tutor externo:</b> Licda. Claudia Patricia Ramos de Lobo</li> <li>➤ <b>Pasante:</b> Br. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> <li>➤ <b>Empresa:</b> OCTO S.A de C.V</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Papel.</li> <li>➤ Engrapadora.</li> </ul>
--	--

## V. RESUMEN DE ASISTENCIA

Días laborados	Horarios	Ausencias justificadas
42 Días	Lunes a Viernes 08:00 a.m - 12:00 md	Ninguna

OBJETIVOS A CUMPLIR	SEMANAS								
	MARZO					ABRIL			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4
Revisar redes sociales y sitios web de la competencia.									
Elaboración de reportes comparativos entre OCTO S.A de C.V. con la competencia.									
Elaborar informes con conclusiones y sugerencias basadas en el análisis de la información obtenida.									

## VI. MODIFICACIONES AL PROYECTO DE PASANTIA

Durante la planificación y ejecución del proyecto durante el periodo anteriormente mencionado no se realizó ninguna modificación al mismo.

## VII. VALORACIÓN GENERAL DE PROGRESOS

Durante la ejecución de las actividades realizadas del 03 de Marzo al 02 de Mayo del 2025 se adquirieron nuevos conocimientos, competencias y destrezas, entre las cuales podemos destacar:

CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	DESTREZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Conocimiento de la estructuración y funcionamiento del área de marketing de una empresa funeraria.</li> <li>● Realización de procedimientos administrativos y gestión documental dentro de la empresa.</li> <li>● Estrategias de promoción y publicidad utilizadas en el sector funerario.</li> <li>● Análisis de campañas de mercadeo y estrategias de competencia en el mercado funerario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aplicación de criterios de clasificación y organización sistemática de documentos.</li> <li>● Gestión de información y documentación confidencial de la empresa.</li> <li>● Cooordinación en actividades logísticas, relacionadas con campañas y ferias de empleo.</li> <li>● Proactividad en el apoyo en actividades emergentes relacionadas con campañas de mercadeo y eventos de la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Elaboración de reportes comparativos sobre el sector funerario y de la competencia.</li> <li>● Elaboración de reportes comparativos sobre el sector funerario y la competencia.</li> <li>● Participación activa en actividades de promoción como decoración de stands y entrevistas.</li> <li>● Apoyo en campañas promocionales y eventos de la empresa.</li> <li>● Realización de documentación y respaldo de procesos administrativos y actividades del área de marketing.</li> </ul>

**VIII. VISTO BUENO TUTOR EMPRESARIAL**

NOMBRE DEL TUTOR EXTERNO	FIRMA	SELLO INSTITUCIONAL
Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo		

# IX. ANEXOS




**BITÁCORA SEMANAL DE ACTIVIDADES DE LA PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL.**

FECHA	HORA DE LLEGADA	HORA DE SALIDA	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA
3/3/25	8:00	12:00	Orientación e inducción	<i>[Signature]</i>
4/3/25	8:00	12:00	Orientación e inducción	<i>[Signature]</i>
5/3/25	8:00	12:00	Introducción a actividades	<i>[Signature]</i>
6/3/25	8:00	12:00	Introducción a actividades	<i>[Signature]</i>
7/3/25	8:00	12:00	Introducción a actividades	<i>[Signature]</i>
10/3/25	8:00	12:00	Apoyo en área de MK	<i>[Signature]</i>
11/3/25	8:00	12:00	Apoyo en área de MK	<i>[Signature]</i>
12/3/25	8:00	12:00	Apoyo en área de MK	<i>[Signature]</i>
13/3/25	8:00	12:00	Apoyo en área de MK	<i>[Signature]</i>
14/3/25	8:00	12:00	Apoyo en área de MK	<i>[Signature]</i>
17/3/25	8:00	12:00	Bosquejo de estudio mercado	<i>[Signature]</i>
18/3/25	8:00	12:00	Bosquejo de estudio mercado	<i>[Signature]</i>
19/3/25	8:00	12:00	Recopilación de información	<i>[Signature]</i>
20/3/25	8:00	12:00	Recopilación de información	<i>[Signature]</i>
21/3/25	8:00	12:00	Análisis de información	<i>[Signature]</i>
24/3/25	8:00	12:00	Inicio de sistematización de info.	<i>[Signature]</i>
25/3/25	8:00	12:00	Recopilación de información	<i>[Signature]</i>
26/3/25	8:00	12:00	Investigación en redes	<i>[Signature]</i>
27/3/25	8:00	12:00	Investigación en redes.	<i>[Signature]</i>

**OBSERVACIONES:**
**FIRMA DEL PASANTE:**
*[Signature]*
**FIRMA Y SELLO DEL TUTOR EXTERNO:**
*[Signature]*




UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
 FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL  
 DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS  
 SECCION DE MERCADO INTERNACIONAL

SUPERVISIÓN DE PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL

FORMULARIO DE VISITA A LA INSTITUCIÓN RECEPTORA DEL PASANTE

Nombre del Docente Asesor: Lcda. Martha Cristina Nolasco Aguirre

Nombre del estudiante: Stefany Gabriela Claros Zelaya

Nombre de la institución: OCTO S.A de C.V

Lugar de la visita: 6ª calle poniente y 7 av. norte #602, Barrio San Felipe, San Miguel

Fecha: 02/Mayo/25 Hora: 9:00am

Recibido por: Claudia Patricia Ramos

Motivo de la visita: Supervisar asistencia y el desarrollo de las actividades

Comentarios u observaciones:

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

F:

Lcda. Martha Cristina Nolasco Aguirre

Docente Asesor



F:

Lcda. Claudia Patricia Ramos de Lovo

Asesor Profesional/o tutor de la empresa



F:

Estudiante: Stefany Gabriela Claros Zelaya

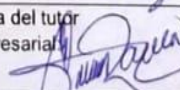
### Formato para evaluación del pasante por la institución receptora

#### Formulario de evaluación del tutor asignado en la institución

Nombre del pasante: Stefany Gabriela Claros Zelaya	DUE: CZ20005
Institución receptora: OCTO S.A de C.V.	
Nombre del tutor: Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.	
Unidad de ejecución de la pasantía: Área de Ventas	
Periodo de evaluación: Bimensual Fecha inicio: 03 de Marzo Fecha de finalización: 02 de Mayo	
Fecha de evaluación: 02 de Mayo del 2025.	

**INDICACIÓN.** Cada criterio debe ser evaluado asignando a cada aspecto una calificación de cero a diez con dos decimales. Posteriormente se obtendrá la nota promedio y se multiplicará por el respectivo porcentaje.

CRITERIOS	CALIFICACIÓN	
	Nota	Porcentaje
<b>Responsabilidad (30%)</b>		
Cumplimiento de tareas asignadas, cumple el horario de trabajo, puntualidad, cumple las normas y reglas establecidas por la organización.	9	2.70
<b>Integración con equipo de trabajo (30%)</b>		
Actitud frente al desempeño del cargo, cooperación con el equipo de trabajo e iniciativa y creatividad	10	3.0
<b>Capacidad técnica (40%)</b>		
Destreza en el desempeño de tareas, adquisición de habilidades en el campo de trabajo, manejo y conservación de equipos asignados y ejecución de tareas según procedimientos establecidos	10	4.0
	<b>Total:</b> 29	9.70

Observaciones u otros aspectos a considerar en evaluación:		
<i>ninguna</i>		
Recomendaciones:		
<i>ninguna</i>		
Fecha de la evaluación: 02 de Mayo del 2025	Firma del tutor empresarial: 	Sello de la organización receptora:





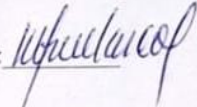
**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**SECCIÓN MERCADEO INTERNACIONAL**

**INFORME BIMENSUAL 2**

**PLAN DE TRABAJO:**

“Colaboración en estrategias de mercadeo para el estudio y evaluación de la competencia en OCTO S.A. de C.V., con el fin de optimizar su posicionamiento en el mercado”

**DOCENTE ASESOR:**

Licda. Martha Cristina Nolasco. F: 



**TUTOR DE LA EMPRESA:**

Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo. F: 



**FECHA DE EJECUCIÓN:**

3 de marzo al 12 de septiembre 2025.

Ciudad Universitaria Oriental, 02 de Julio 2025  
San Miguel, El Salvador, Centroamérica




**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**SECCIÓN MERCADEO INTERNACIONAL**

**PLAN DE TRABAJO:**

“Colaboración en estrategias de mercadeo para el estudio y evaluación de la competencia en OCTO S.A. de C.V., con el fin de optimizar su posicionamiento en el mercado”

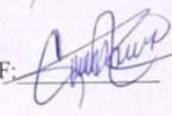
**PRESENTADO POR:**

Stefany Gabriela Claros Zelaya. F. 

**DOCENTE ASESOR:**

Licda. Martha Cristina Nolasco. F. 

**TUTOR DE LA EMPRESA:**

Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo. F. 

**FECHA DE EJECUCIÓN:**

3 de marzo al 12 de septiembre 2025.



**Ciudad Universitaria Oriental, 02 de Julio 2025**  
**San Miguel, El Salvador, Centroamérica**

**TABLA DE CONTENIDO**

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>56</b>
<b>I. ACTIVIDADES PLANEADAS REALIZADAS.....</b>	<b>57</b>
<b>II. ACTIVIDADES EMERGENTES REALIZADAS .....</b>	<b>61</b>
<b>III. ESTIMACIÓN DE LOGRO DE OBJETIVO .....</b>	<b>61</b>
<b>IV. RECURSOS UTILIZADOS .....</b>	<b>62</b>
<b>V. RESUMEN DE ASISTENCIA .....</b>	<b>63</b>
<b>VI. MODIFICACIONES AL PROYECTO DE PASANTIA.....</b>	<b>63</b>
<b>VII. VALORACIÓN GENERAL DE PROGRESOS.....</b>	<b>63</b>
<b>VIII. VISTO BUENO TUTOR EMPRESARIAL .....</b>	<b>64</b>
<b>IX. ANEXOS .....</b>	<b>65</b>

## INTRODUCCIÓN


Este informe bimensual presenta los avances y actividades desarrolladas en el marco del proyecto de colaboración en estrategias de mercadeo para OCTO S.A. de C.V., una empresa del sector funerario. La finalidad principal de este documento es detallar el proceso de investigación, análisis y propuesta de estrategias para fortalecer el posicionamiento de la organización en su mercado competitivo. A través de este trabajo, se busca identificar oportunidades y áreas de mejora, mediante un análisis exhaustivo de la competencia, tendencias de mercado y recursos utilizados durante el período de ejecución. La integración de estas acciones facilita la toma de decisiones estratégicas fundamentadas y contribuye al crecimiento sostenido de la empresa.

Durante el periodo comprendido desde el 05 de mayo hasta el 02 de julio de 2025, se llevaron a cabo diversas actividades planificadas y actividades emergentes que complementan los objetivos iniciales del proyecto. Se efectuó una investigación del sector funerario en la actualidad, análisis de la competencia, recopilación de información relevante y la organización de datos mediante herramientas digitales. Además, se brindó apoyo en campañas de personal, entrevistas publicitarias y en campañas de posicionamiento. Los recursos asignados, tanto humanos como materiales, fueron utilizados de manera eficiente para garantizar el cumplimiento de las metas propuestas, resaltando la importancia del trabajo en equipo y la coordinación efectiva.

Al finalizar este período de trabajo, se evidencia un avance significativo en la adquisición de conocimientos, habilidades y destrezas relacionadas con el análisis de mercado, gestión de información y elaboración de estrategias de mercadeo. Se lograron presentar propuestas que buscan mejorar el posicionamiento y la competitividad de OCTO S.A. de C.V., basándose en la recopilación de datos y en la evaluación de las tendencias del sector. Este informe refleja el compromiso y la dedicación en el desarrollo de actividades que aportan valor a la organización, además de destacar la importancia de la investigación continua y la adaptación a las condiciones del mercado para garantizar el éxito empresarial.

## I. ACTIVIDADES PLANEADAS REALIZADAS

En el presente apartado se detallan las actividades correspondientes al periodo comprendido del 05 de Mayo al 02 de Julio del presente año realizadas en la empresa OCTO S.A de C.V

		
<p>➤ <b>Objetivo General:</b> Brindar apoyo en el área de mercadeo de OCTO S.A. de C.V. a través del análisis de la competencia en el sector funerario, con el propósito de identificar oportunidades de mejora y fortalecer las estrategias comerciales y de posicionamiento de la empresa.</p>		
<p>➤ <b>Objetivo Especifico:</b> Apoyar en la gestión administrativa y comercial, colaborando en la organización de datos, documentación y reportes que faciliten la toma de decisiones en el área de mercadeo.</p>		
<p><b>ACTIVIDAD:</b> Diagnóstico de necesidades administrativas.</p>		
<p><b>META:</b> Detectar oportunidades de mejora en gestión de datos y documentación.</p>		
<p><b>SEMANA 01</b></p>		
<b>FECHA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>
05 al 09 de Mayo.	Diagnóstico inicial del manejo de información y documentación en el área de mercadeo, identificando	➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.

	necesidades de organización y documentación dentro del área comercial.	➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya
<b>SEMANA 02</b>		
<b>12 al 16 de Mayo.</b>	Clasificación y organización de archivos físicos y digitales del área de mercadeo, estableciendo un sistema de organización eficiente y accesible.	➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo. ➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya
<b>ACTIVIDAD: Eliminación y validación de datos.</b>		
<b>META: Revisión y limpieza de bases de datos de la empresa.</b>		
<b>SEMANA 03</b>		
<b>19 al 23 de Mayo.</b>	Corrección de datos desactualizados y eliminación de registros duplicados, asegurando que futuros reportes se basen en datos certeros para su uso comercial de forma más estructurada.	➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo. ➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya
<b>ACTIVIDAD: Apoyo en la sistematización de reportes de campañas pasadas.</b>		
<b>META: Recolección de datos de campañas anteriores.</b>		
<b>SEMANA 04</b>		
<b>26 al 30 de Mayo</b>	Sistematización de resultados de campañas pasadas, incluyendo métricas clave (alcance y resultados), creando una base comparativa útil para futuras decisiones estratégicas.	➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo. ➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya
<b>SEMANA 05</b>		

<b>02 al 06 de Junio.</b>	Se diseñaron formatos editables para reportes de seguimiento, análisis de mercado, permitiendo estandarizar la documentación y agilizar su uso.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.</li> <li>➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> </ul>
<b>ACTIVIDAD: Apoyo en la recolección de datos del mercado.</b>		
<b>META: Investigación y sistematización de datos relevantes del entorno comercial.</b>		
<b>SEMANA 06</b>		
<b>09 al 13 de Junio.</b>	Se recopilaron y documentaron datos útiles para el área comercial como nuevos clientes potenciales, cambios en el comportamiento del consumidor, precios de la competencia, etc.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.</li> <li>➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> </ul>
<b>ACTIVIDAD: Elaboración de resumen para toma de decisiones.</b>		
<b>META: Creación de informe con hallazgos relevantes.</b>		
<b>SEMANA 07</b>		
<b>16 al 20 de Junio.</b>	Se elaboró un reporte breve con los principales hallazgos de la investigación realizada al mercado, incluyendo sugerencias para mejorar la gestión documental y uso de datos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.</li> <li>➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> </ul>
<b>ACTIVIDAD: Presentación de avances y ajustes.</b>		
<b>META: Muestra de hallazgos.</b>		
<b>SEMANA 08</b>		

<b>23 al 27 de Junio.</b>	Se realizó una reunión con el equipo de marketing para presentación de los avances obtenidos, en donde se ajustaron ciertos formatos y estructuras para facilitar su uso.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.</li> <li>➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> </ul>
<b>ACTIVIDAD: Entrega de final de documentación.</b>		
<b>META: Asegurar el aprovechamiento eficiente del material.</b>		
<b>SEMANA 09</b>		
<b>30 al 02 de Julio.</b>	Se realizó una breve reunión para la entrega de la información recopilada y organizada al equipo de marketing, en donde se brindo una breve explicación del manejo adecuado de esta para un uso más eficiente de esta.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.</li> <li>➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> </ul>

## II. ACTIVIDADES EMERGENTES REALIZADAS

Durante el período de 05 de Mayo al 02 de Julio de 2025, surgieron actividades que no estaban prevista dentro del plan de trabajo; dentro de ellas podemos mencionar:

- Apoyo en la gestión de campañas para la contratación de nuevo personal para el puesto de asesor memorial.
- Colaboración en el registro de información en libros de actas de defunción.
- Apoyo al área de cobros en el descargue de cobros de cuentas.

## III. ESTIMACIÓN DE LOGRO DE OBJETIVO

**OBJETIVO GENERAL: Brindar apoyo en el área de mercadeo de OCTO S.A. de C.V. a través del análisis de la competencia en el sector funerario, con el propósito de identificar oportunidades de mejora y fortalecer las estrategias comerciales y de posicionamiento de la empresa.**

OBJETIVO ESPECIFICO	ACTIVIDADES	META	PORCENTAJE REALIZADO
Apoyar en la gestión administrativa y comercial, colaborando en la organización de datos, documentación y reportes que faciliten la toma de decisiones en el área de mercadeo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Organización y digitalización de información en la base de datos de la empresa.</li> </ul>	Garantizar un sistema de archivo más eficiente que permita un fácil acceso a la información comercial.	100%

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Elaboración de reportes comparativos de campañas pasadas y tendencias en el mercado funerario.</li> </ul>	Proporcionar reportes claros y actualizados que faciliten la toma de decisiones estratégicas por parte del equipo de marketing.	100%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Coordinar reuniones para presentación de hallazgos, avances y ajuste de estrategias comerciales.</li> </ul>	Promover la comunicación efectiva dentro del equipo para una mejor ejecución de acciones comerciales.	100%

#### IV. RECURSOS UTILIZADOS

RECURSOS HUMANOS	RECURSOS MATERIALES
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Docente asesor:</b> Licda. Martha Cristina Nolasco.</li> <li>➤ <b>Tutor externo:</b> Licda. Claudia Patricia Ramos de Lobo</li> <li>➤ <b>Pasante:</b> Br. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> <li>➤ <b>Empresa:</b> OCTO S.A de C.V</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Laptop.</li> <li>➤ Lapiceros.</li> <li>➤ Lápiz.</li> <li>➤ Papel.</li> <li>➤ Engrapadora.</li> </ul>

## V. RESUMEN DE ASISTENCIA

Días laborados	Horarios	Ausencias justificadas
42 Días	Lunes a Viernes 08:00 a.m - 12:00 md	Ninguna

OBJETIVOS A CUMPLIR	SEMANAS								
	MAYO					JULIO			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4
Organización y digitalización de información en la base de datos de la empresa.									
Elaboración de reportes comparativos de campañas pasadas y tendencias en el mercado funerario.									
Coordinar reuniones para presentación de hallazgos, avances y ajuste de estrategias comerciales.									

## VI. MODIFICACIONES AL PROYECTO DE PASANTIA

Durante la planificación y ejecución del proyecto durante el periodo anteriormente mencionado no se realizó ninguna modificación al mismo.

## VII. VALORACIÓN GENERAL DE PROGRESOS

Durante la ejecución de las actividades realizadas del 05 de Mayo al 02 de Julio del 2025 se adquirieron nuevos conocimientos, competencias y destrezas, entre las cuales podemos destacar:

CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	DESTREZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Comprensión profunda del mercado funerario nacional, tendencias y evolución del sector.</li> <li>● Gestión de información y análisis comparativos de estrategias de competencia.</li> <li>● Mejora en la organización y digitalización de documentos relacionados con estrategias de mercadeo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Capacidad para colaborar eficazmente en la organización y manejo de datos para apoyar en la toma de decisiones.</li> <li>● Asistencia en la elaboración de reportes comparativos y análisis de tendencias del mercado.</li> <li>● Aptitud para coordinar reuniones y presentar propuestas de estrategias con el equipo de mercadeo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Manejo de herramientas tecnológicas, como sistemas de archivo digital y procesamiento de información.</li> <li>● Comunicación de manera efectiva los hallazgos y propuestas en reuniones de trabajo.</li> <li>● Habilidades de recolección y análisis de información relevante en el sector, fortaleciendo el trabajo en equipo y la investigación de campo.</li> </ul>

### VIII. VISTO BUENO TUTOR EMPRESARIAL

NOMBRE DEL TUTOR EXTERNO	FIRMA	SELLO INSTITUCIONAL
Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo		

## IX. ANEXOS



SI TU VOCACIÓN  
ES SERVIR  
LLEGÓ TU OPORTUNIDAD



**Asesor Memorial**  
Trabajo de tiempo completo

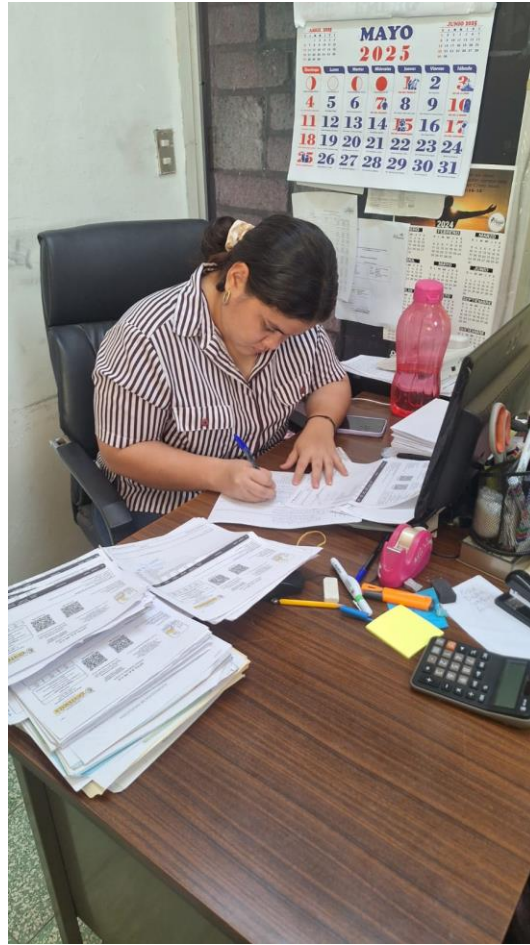
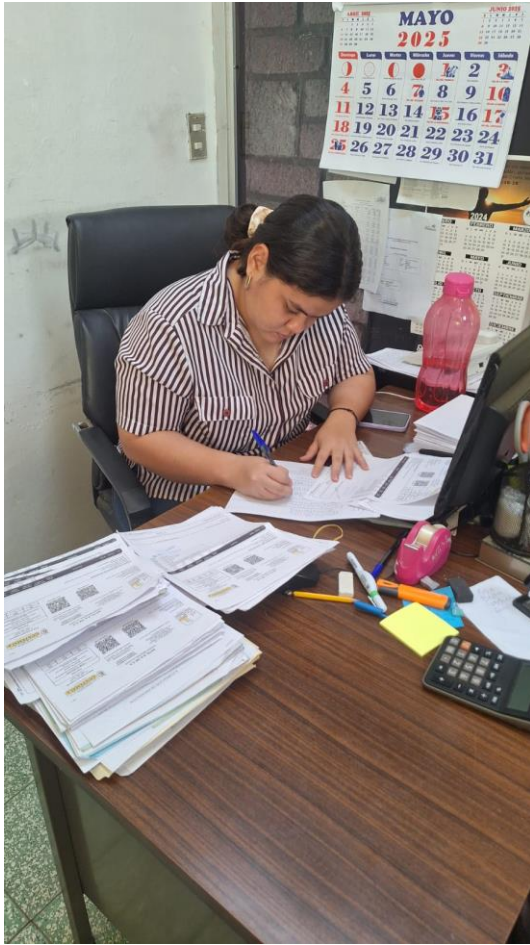
**REQUISITOS:**

- Con o sin experiencia
- Sexo indiferente
- Edad: 25 a 55 años
- Mínimo 9º grado
- Con vocación al servicio
- Proactivo
- Enfoque a resultados
- Habilidad de comunicación
- Deseos de superación

**TE OFRECEMOS:**

- Atractivos ingresos
- Plan de comisiones más alto del mercado
- Prestaciones de ley
- Capacitación constante
- Premios anuales
- Estabilidad laboral

JUEVES 21 DE AGOSTO DEL 2025  
CONTACTANOS PARA MAYOR INFORMACIÓN AL:  
WHATSAPP: 5037862-0424  
CON LIC. CLAUDIA RAMOS




**BITÁCORA SEMANAL DE ACTIVIDADES DE LA PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL.**

FECHA	HORA DE LLEGADA	HORA DE SALIDA	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA
29/4/25	8:00	12:00	Clasificación de información	<i>[Signature]</i>
30/4/25	8:00	12:00	Tabulación de datos	<i>[Signature]</i>
1/5/25	8:00	12:00	Elaboración de informe	<i>[Signature]</i>
2/5/25	8:00	12:00	Presentación de información	<i>[Signature]</i>
5/5/25	8:00	12:00	Diagnostico de información	<i>[Signature]</i>
6/5/25	8:00	12:00	Diagnostico de información	<i>[Signature]</i>
7/5/25	8:00	12:00	Identificación de necesidades	<i>[Signature]</i>
8/5/25	8:00	12:00	Identificación de necesidades	<i>[Signature]</i>
9/5/25	8:00	12:00	documentación dentro área comercial	<i>[Signature]</i>
12/5/25	8:00	12:00	Clasificación de archivos físicos	<i>[Signature]</i>
13/5/25	8:00	12:00	Clasificación de archivos físicos	<i>[Signature]</i>
14/5/25	8:00	12:00	Organización de archivos digitales	<i>[Signature]</i>
15/5/25	8:00	12:00	Organización de archivos digitales	<i>[Signature]</i>
16/5/25	8:00	12:00	Establecimiento de sistema eficiente	<i>[Signature]</i>
19/5/25	8:00	12:00	Corrección de datos desactualizadas	<i>[Signature]</i>
20/5/25	8:00	12:00	Corrección de datos desactualizados	<i>[Signature]</i>
21/5/25	8:00	12:00	corrección de datos desactualizados	<i>[Signature]</i>
22/5/25	8:00	12:00	Eliminación de duplicas	<i>[Signature]</i>
23/5/25	8:00	12:00	Eliminación de duplicas	<i>[Signature]</i>

**OBSERVACIONES:**
**FIRMA DEL PASANTE:**
*[Signature]*
**FIRMA Y SELLO DEL TUTOR EXTERNO:**
*[Signature]*



**BITÁCORA SEMANAL DE ACTIVIDADES DE LA PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL.**

FECHA	HORA DE LLEGADA	HORA DE SALIDA	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA
26/5/25	8:00	12:00	Sistematización de resultados	<i>[Signature]</i>
27/5/25	8:00	12:00	Sistematización de resultados	<i>[Signature]</i>
28/5/25	8:00	12:00	Sistematización de resultados	<i>[Signature]</i>
29/5/25	8:00	12:00	Creación base comparativa	<i>[Signature]</i>
30/5/25	8:00	12:00	Creación base comparativa	<i>[Signature]</i>
2/6/25	8:00	12:00	Diseño formato editable	<i>[Signature]</i>
3/6/25	8:00	12:00	Diseño formato editable	<i>[Signature]</i>
4/6/25	8:00	12:00	Diseño formato editable	<i>[Signature]</i>
5/6/25	8:00	12:00	Diseño formato editable	<i>[Signature]</i>
6/6/25	8:00	12:00	Diseño formato editable	<i>[Signature]</i>
9/6/25	8:00	12:00	Recopilación de datos	<i>[Signature]</i>
10/6/25	8:00	12:00	Recopilación de datos	<i>[Signature]</i>
11/6/25	8:00	12:00	Documentación de datos	<i>[Signature]</i>
12/6/25	8:00	12:00	Documentación de datos	<i>[Signature]</i>
13/6/25	8:00	12:00	Documentación de datos	<i>[Signature]</i>
16/6/25	8:00	12:00	Elaboración de reporte	<i>[Signature]</i>
17/6/25	8:00	12:00	Elaboración de reporte	<i>[Signature]</i>
18/6/25	8:00	12:00	Apoyo en campañas de contratación	<i>[Signature]</i>
19/6/25	8:00	12:00	Apoyo en campañas de contratación	<i>[Signature]</i>
<b>OBSERVACIONES:</b>				
<b>FIRMA DEL PASANTE:</b>		<b>FIRMA Y SELLO DEL TUTOR EXTERNO:</b>		
<i>[Signature]</i>		<i>[Signature]</i>		




**BITÁCORA SEMANAL DE ACTIVIDADES DE LA PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL.**

FECHA	HORA DE LLEGADA	HORA DE SALIDA	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA
20/6/25	8:00	12:00	Apoyo área cobros	<i>[Signature]</i>
23/6/25	8:00	12:00	Apoyo área cobros	<i>[Signature]</i>
24/6/25	8:00	12:00	Registro de información actas defunción	<i>[Signature]</i>
25/6/25	8:00	12:00	Registro de información actas defunción	<i>[Signature]</i>
26/6/25	8:00	12:00	Reunión equipo MK	<i>[Signature]</i>
27/6/25	8:00	12:00	Apoyo área cobros	<i>[Signature]</i>
30/6/25	8:00	12:00	Entrega información recopilada	<i>[Signature]</i>
1/7/25	8:00	12:00	Entrega información recopilada	<i>[Signature]</i>
2/7/25	8:00	12:00	Entrega información recopilada	<i>[Signature]</i>
3/7/25	8:00	12:00	Ampliación búsqueda info	<i>[Signature]</i>
4/7/25	8:00	12:00	Ampliación búsqueda info	<i>[Signature]</i>
7/7/25	8:00	12:00	Organización info recopilada	<i>[Signature]</i>
8/7/25	8:00	12:00	Organización info recopilada	<i>[Signature]</i>
9/7/25	8:00	12:00	Sistematización de información	<i>[Signature]</i>
10/7/25	8:00	12:00	Sistematización de información	<i>[Signature]</i>
11/7/25	8:00	12:00	Sistematización de información	<i>[Signature]</i>
14/7/25	8:00	12:00	Identificación competidores	<i>[Signature]</i>
15/7/25	8:00	12:00	Identificación competidores	<i>[Signature]</i>
16/7/25	8:00	12:00	Identificación competidores	<i>[Signature]</i>

**OBSERVACIONES:**
**FIRMA DEL PASANTE:**
*[Signature]*
**FIRMA Y SELLO DEL TUTOR EXTERNO:**
*[Signature]*




UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
 FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL  
 DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS  
 SECCION DE MERCADO INTERNACIONAL

SUPERVISIÓN DE PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL

FORMULARIO DE VISITA A LA INSTITUCIÓN RECEPTORA DEL PASANTE

Nombre del Docente Asesor: Lcda. Martha Cristina Nolasco Aguirre

Nombre del estudiante: Stefany Gabriela Claros Zelaya

Nombre de la institución: OCTO S.A de C.V

Lugar de la visita: 6ª calle poniente y 7 av. norte #602, Barrio San Felipe, San Miguel

Fecha: 02/Julio/25 Hora: 11:00am

Recibido por: Claudia Patricia Ramos

Motivo de la visita: Supervisar asistencia y trabajo que esta realizando la pasante.

Comentarios u observaciones:

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

F: [Signature]

Lcda. Martha Cristina Nolasco Aguirre

Docente Asesor

F: [Signature]

Estudiante: Stefany Gabriela Claros Zelaya



F: [Signature]

Lcda. Claudia Patricia Ramos de Lovo

Asesor Profesional/o tutor de la empresa



### Formato para evaluación del pasante por la institución receptora

#### Formulario de evaluación del tutor asignado en la institución

Nombre del pasante: Stefany Gabriela Claros Zelaya	DUE: CZ20005
Institución receptora: OCTO S.A de C.V.	
Nombre del tutor: Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.	
Unidad de ejecución de la pasantía: Área de Ventas	
Periodo de evaluación: Bimensual Fecha inicio: 05 de Mayo Fecha de finalización: 02 de Julio	
Fecha de evaluación: 02 de Julio del 2025.	

**INDICACIÓN.** Cada criterio debe ser evaluado asignando a cada aspecto una calificación de cero a diez con dos decimales. Posteriormente se obtendrá la nota promedio y se multiplicará por el respectivo porcentaje.

CRITERIOS	CALIFICACIÓN	
	Nota	Porcentaje
<b>Responsabilidad (30%)</b>		
Cumplimiento de tareas asignadas, cumple el horario de trabajo, puntualidad, cumple las normas y reglas establecidas por la organización.	10	3.0
<b>Integración con equipo de trabajo (30%)</b>		
Actitud frente al desempeño del cargo, cooperación con el equipo de trabajo e iniciativa y creatividad	10	3.0
<b>Capacidad técnica (40%)</b>		
Destreza en el desempeño de tareas, adquisición de habilidades en el campo de trabajo, manejo y conservación de equipos asignados y ejecución de tareas según procedimientos establecidos	9	3.6
	<b>Total:</b> 29	9.6

Observaciones u otros aspectos a considerar en evaluación:		
ninguna		
Recomendaciones:		
ninguna		
Fecha de la evaluación: 02 de Julio del 2025	Firma del tutor empresarial:	Sello de la organización receptora:

*[Firma manuscrita]*





**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**SECCIÓN MERCADEO INTERNACIONAL**

**INFORME BIMENSUAL 3**

**PLAN DE TRABAJO:**

“Colaboración en estrategias de mercadeo para el estudio y evaluación de la competencia en OCTO S.A. de C.V., con el fin de optimizar su posicionamiento en el mercado”

**DOCENTE ASESOR:**

Licda. Martha Cristina Nolasco. F: 

**TUTOR DE LA EMPRESA:**

Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo. F: 



**FECHA DE EJECUCIÓN:**

3 de marzo al 12 de septiembre 2025.

Ciudad Universitaria Oriental, 12 de Septiembre 2025  
San Miguel, El Salvador, Centroamérica




**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**SECCIÓN MERCADEO INTERNACIONAL**

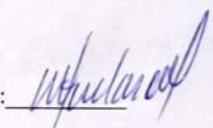
**PLAN DE TRABAJO:**

“Colaboración en estrategias de mercadeo para el estudio y evaluación de la competencia en OCTO S.A. de C.V., con el fin de optimizar su posicionamiento en el mercado”


**PRESENTADO POR:**

Stefany Gabriela Claros Zelaya. F: 

**DOCENTE ASESOR:**

Licda. Martha Cristina Nolasco. F: 

**TUTOR DE LA EMPRESA:**

Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo. F: 

**FECHA DE EJECUCIÓN:**

3 de marzo al 12 de septiembre 2025.

Ciudad Universitaria Oriental, 12 de Septiembre 2025  
San Miguel, El Salvador, Centroamérica



**TABLA DE CONTENIDO**

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>75</b>
<b>I. ACTIVIDADES PLANEADAS REALIZADAS.....</b>	<b>76</b>
<b>II. ACTIVIDADES EMERGENTES REALIZADAS .....</b>	<b>80</b>
<b>III. ESTIMACIÓN DE LOGRO DE OBJETIVO .....</b>	<b>80</b>
<b>IV. RECURSOS UTILIZADOS .....</b>	<b>81</b>
<b>V. RESUMEN DE ASISTENCIA .....</b>	<b>82</b>
<b>VI. MODIFICACIONES AL PROYECTO DE PASANTIA.....</b>	<b>82</b>
<b>VII. VALORACIÓN GENERAL DE PROGRESOS.....</b>	<b>83</b>
<b>VIII. VISTO BUENO TUTOR EMPRESARIAL .....</b>	<b>83</b>
<b>IX. ANEXOS .....</b>	<b>84</b>

## INTRODUCCIÓN


El presente informe bimensual corresponde a un proyecto de pasantía realizado en la empresa OCTO S.A. de C.V., cuya finalidad principal es apoyar en el área de mercadeo mediante el análisis del sector funerario y la competencia en dicho mercado. El documento detalla las actividades planificadas y realizadas desde el 03 de julio hasta el 12 de septiembre de 2025, incluyendo investigaciones, análisis comparativos y diagnósticos estratégicos, como FODA y segmentación de mercado. Asimismo, se describen los objetivos específicos de recopilar y organizar información relevante para identificar oportunidades de mejora en las estrategias de mercadeo y posicionamiento de los servicios de la empresa.

El informe también aborda las actividades emergentes surgidas durante el período, como la realización de entrevistas a asesores memoriales para campañas publicitarias y soporte en set de grabación, que no estaban contempladas inicialmente. Se realiza una evaluación del progreso, destacando los conocimientos adquiridos, las habilidades desarrolladas y las destrezas en el manejo de herramientas tecnológicas para la recolección y análisis de información. Además, se presenta la presentación de propuestas de estrategias de mejora, alineadas con los hallazgos del análisis del entorno competitivo.

Finalmente, el documento incluye una valoración general sobre los avances logrados, la validación del trabajo con el equipo de marketing y el respaldo del tutor externo, reflejado en la sección de visto bueno. Se detallan también las actividades planeadas, las modificaciones al proyecto, recursos utilizados y la asistencia registrada durante el período. En conjunto, este informe revela el proceso integral de apoyo al área de mercadeo de la empresa, centrado en fortalecer su posicionamiento mediante análisis estratégico y planificación de acciones concretas basadas en la situación real del sector funerario en el mercado local.

## I. ACTIVIDADES PLANEADAS REALIZADAS

En el presente apartado se detallan las actividades correspondientes al periodo comprendido del 03 de Julio al 12 de Septiembre del presente año realizadas en la empresa OCTO S.A de C.V

		
<p>➤ <b>Objetivo General:</b> Brindar apoyo en el área de mercadeo de OCTO S.A. de C.V. a través del análisis de la competencia en el sector funerario, con el propósito de identificar oportunidades de mejora y fortalecer las estrategias comerciales y de posicionamiento de la empresa.</p>		
<p>➤ <b>Objetivo Especifico:</b> Desarrollar propuestas de mejora en estrategias de mercadeo, basadas en el análisis de la competencia, con el fin de optimizar la promoción de los servicios de Funerales Guatemala y Parque Memorial El Edén.</p>		
<p><b>ACTIVIDAD:</b> Investigación del sector funerario en la actualidad.</p>		
<p><b>META:</b> Recolección de información relevante sobre el mercado funerario.</p>		
<p><b>SEMANA 01</b></p>		
<b>FECHA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>
03 de 04 de Julio	Ampliación en la búsqueda de información sobre el sector funerario, estableciendo un marco de referencia	➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.

	actualizado sobre su evolución y tendencias, facilitando así la comprensión del comportamiento del consumidor y las nuevas demandas del mercado.	➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya
<b>SEMANA 02</b>		
<b>07 al 11 de Julio</b>	Organización y sistematización de la información recopilada, incluyendo gráficas y resúmenes, los cuales sirvieron como bases para comparar los hallazgos del mercado con la situación actual de la empresa y sus competidores.	➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo. ➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya
<b>ACTIVIDAD: Identificación de competidores.</b>		
<b>META: Actualización de competidores con información clave.</b>		
<b>SEMANA 03</b>		
<b>14 al 18 de Julio</b>	Identificación y registro de los principales competidores, clasificándolos según su tamaño e influencia en el mercado permitiendo así enfocar el análisis FODA en empresas estratégicamente representativas.	➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo. ➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya
<b>ACTIVIDAD: Análisis FODA de la competencia</b>		
<b>META: Diagnóstico estratégico de la competencia.</b>		
<b>SEMANA 04</b>		

<b>21 al 25 de Julio</b>	Evaluación FODA de 3 empresas líderes en el sector funerario en el cual se detectaron debilidades y amenazas comunes, así como fortalezas y oportunidades que pueden ser aprovechadas por la empresa para mejorar su posicionamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.</li> <li>➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> </ul>
<b>SEMANA 05</b>		
<b>28 al 01 de Agosto</b>	Comparación de estrategias promocionales (campañas publicitarias y redes sociales de los competidores) en donde se identifican buenas prácticas y diferenciadores que podrían adaptarse a las estrategias de mercadeo de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.</li> <li>➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> </ul>
<b>ACTIVIDAD: Análisis detallado del público objetivo.</b>		
<b>META: Identificar segmentos del mercado desatendidos.</b>		
<b>SEMANA 06</b>		
<b>04 al 08 de Agosto</b>	Se realizó una segmentación de mercado para identificar grupos de consumidores que no están siendo suficientemente atendidos por la competencia, para la optimización de la promoción de servicios y mejor del posicionamiento de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.</li> <li>➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> </ul>
<b>ACTIVIDAD: Organización de información.</b>		
<b>META: Organizar información y elaboración de reportes.</b>		
<b>SEMANA 07</b>		

<b>11 al 15 de Agosto</b>	Se consolidaron los resultados de las investigaciones y análisis previos en reportes estructurados, incluyendo gráficos, comparaciones y conclusiones, que servirán para generar propuestas de mejora concretas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.</li> <li>➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> </ul>
<b>ACTIVIDAD: Revisión de hallazgos.</b>		
<b>META: Compartir los hallazgos con el grupo de marketing.</b>		
<b>SEMANA 08</b>		
<b>18 al 22 de Agosto</b>	Se realizó la presentación formal de los análisis y resultados al equipo de marketing, para así asegurar que las propuestas estén alineadas con la realidad de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.</li> <li>➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> </ul>
<b>ACTIVIDAD: Propuestas de estrategias.</b>		
<b>META: Presentación de propuestas estrategias con el equipo de marketing.</b>		
<b>SEMANA 09</b>		
<b>25 al 29 de Agosto</b>	Se realizaron sugerencias de propuestas para mejorar el posicionamiento y estrategias de la empresa, enfocándose en el aprovechamiento de las oportunidades detectadas dentro de las demás empresas competencia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.</li> <li>➤ Pasante. Stefany Gabriela Claros Zelaya</li> </ul>

## II. ACTIVIDADES EMERGENTES REALIZADAS

Durante el período de 02 de Julio al 12 de Septiembre de 2025, surgieron actividades que no estaban prevista dentro del plan de trabajo; dentro de ellas podemos mencionar:

- Realización de entrevistas a asesores memoriales para la realización de campañas publicitarias y apoyo en set de grabación.

## III. ESTIMACIÓN DE LOGRO DE OBJETIVO

**OBJETIVO GENERAL: Brindar apoyo en el área de mercadeo de OCTO S.A. de C.V. a través del análisis de la competencia en el sector funerario, con el propósito de identificar oportunidades de mejora y fortalecer las estrategias comerciales y de posicionamiento de la empresa.**

OBJETIVO ESPECIFICO	ACTIVIDADES	META	PORCENTAJE REALIZADO
Desarrollar propuestas de mejora en estrategias de mercadeo, basadas en el análisis de la competencia, con el fin de optimizar la promoción de los servicios de Funerales Guatemala y Parque Memorial El Edén.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Realizar un análisis integral del sector funerario y de los principales competidores.</li> </ul>	Recolectar y organizar información clave del mercado funerario, que proporcione una visión general y actualizada del sector funerario y de los principales competidores.	100%

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Elaborar reportes comparativos y diagnósticos estratégicos (FODA y segmentación de mercado).</li> </ul>	<p>Presentar reportes estructurados con hallazgos estratégicos y claros que faciliten la identificación de oportunidades de mejora en las estrategias de mercado y oportunidades para la empresa.</p>	100%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Diseñar propuestas de mejora en estrategias de mercadeo para la empresa.</li> </ul>	<p>Entrega de propuestas concretas que fortalezcan el posicionamiento de la empresa y optimicen la promoción de sus servicios frente a la competencia.</p>	100%

#### IV. RECURSOS UTILIZADOS

RECURSOS HUMANOS	RECURSOS MATERIALES
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Docente asesor:</b> Licda. Martha Cristina Nolasco.</li> <li>➤ <b>Tutor externo:</b> Licda. Claudia Patricia Ramos de Lobo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Laptop.</li> <li>➤ Lapiceros.</li> <li>➤ Lápiz.</li> <li>➤ Papel.</li> <li>➤ Engrapadora.</li> </ul>

- **Pasante:** Br. Stefany Gabriela Claros Zelaya
- **Empresa:** OCTO S.A de C.V

## V. RESUMEN DE ASISTENCIA

Días laborados	Horarios	Ausencias justificadas
42 Días	Lunes a Viernes 08:00 a.m - 12:00 md	Ninguna

OBJETIVOS A CUMPLIR	SEMANAS								
	JULIO					SEPTIEMBRE			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4
Realizar un análisis integral del sector funerario y de los principales competidores.									
Elaborar reportes comparativos y diagnósticos estratégicos (FODA y segmentación de mercado).									
Diseñar propuestas de mejora en estrategias de mercadeo para la empresa.									

## VI. MODIFICACIONES AL PROYECTO DE PASANTIA

Durante la planificación y ejecución del proyecto durante el periodo anteriormente mencionado no se realizó ninguna modificación al mismo.

## VII. VALORACIÓN GENERAL DE PROGRESOS

Durante la ejecución de las actividades realizadas del 02 de Julio al 12 de Septiembre del 2025 se adquirieron nuevos conocimientos, competencias y destrezas, entre las cuales podemos destacar:

CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	DESTREZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Conocimiento sobre las tendencias actuales del sector funerario y comportamiento del mercado local.</li> <li>● Comprensión profunda de estrategias de mercadeo y su influencia en el posicionamiento de servicios.</li> <li>● Conocimiento en el diseño y ajuste de estrategias de mercadeo, basadas en análisis competitivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Capacidad para recopilar, organizar y analizar información sobre la competencia y el mercado.</li> <li>● Habilidad para elaborar reportes comparativos y presentación de hallazgos de forma clara y profesional.</li> <li>● Capacidad para coordinar reuniones y discutir propuestas estratégicas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Dominio de herramientas tecnológicas para gestión y análisis de información.</li> <li>● Comunicación efectiva de propuestas de mejora en entornos colaborativos y reuniones ejecutivas.</li> <li>● Habilidades de recolección y análisis de datos relevantes del entorno competitivo, fomentando el trabajo en equipo e investigación de campo.</li> </ul>

## VIII. VISTO BUENO TUTOR EMPRESARIAL

NOMBRE DEL TUTOR EXTERNO	FIRMA	SELLO INSTITUCIONAL
Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo		

# IX. ANEXOS




**BITÁCORA SEMANAL DE ACTIVIDADES DE LA PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL.**

FECHA	HORA DE LLEGADA	HORA DE SALIDA	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA
20/6/25	8:00	12:00	Apoyo área cobros	<i>[Signature]</i>
23/6/25	8:00	12:00	Apoyo área cobros	<i>[Signature]</i>
24/6/25	8:00	12:00	Registro de información actas defunción	<i>[Signature]</i>
25/6/25	8:00	12:00	Registro de información actas defunción	<i>[Signature]</i>
26/6/25	8:00	12:00	Reunión equipo MK	<i>[Signature]</i>
27/6/25	8:00	12:00	Apoyo área cobros	<i>[Signature]</i>
30/6/25	8:00	12:00	Entrega información recopilada	<i>[Signature]</i>
1/7/25	8:00	12:00	Entrega información recopilada	<i>[Signature]</i>
2/7/25	8:00	12:00	Entrega información recopilada	<i>[Signature]</i>
3/7/25	8:00	12:00	Ampliación búsqueda info	<i>[Signature]</i>
4/7/25	8:00	12:00	Ampliación búsqueda info	<i>[Signature]</i>
7/7/25	8:00	12:00	Organización info recopilada	<i>[Signature]</i>
8/7/25	8:00	12:00	Organización info recopilada	<i>[Signature]</i>
9/7/25	8:00	12:00	Sistematización de información	<i>[Signature]</i>
10/7/25	8:00	12:00	Sistematización de información	<i>[Signature]</i>
11/7/25	8:00	12:00	Sistematización de información	<i>[Signature]</i>
14/7/25	8:00	12:00	Identificación competidores	<i>[Signature]</i>
15/7/25	8:00	12:00	Identificación competidores	<i>[Signature]</i>
16/7/25	8:00	12:00	Identificación competidores	<i>[Signature]</i>

**OBSERVACIONES:**
**FIRMA DEL PASANTE:**
*[Signature]*
**FIRMA Y SELLO DEL TUTOR EXTERNO:**
*[Signature]*



**BITÁCORA SEMANAL DE ACTIVIDADES DE LA PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL.**

FECHA	HORA DE LLEGADA	HORA DE SALIDA	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA
17/7/25	8:00	12:00	Registro principales competidores	<i>[Signature]</i>
18/7/25	8:00	12:00	Registro principales competidores	<i>[Signature]</i>
21/7/25	8:00	12:00	FODA empresas competencia	<i>[Signature]</i>
22/7/25	8:00	12:00	FODA empresas competencia	<i>[Signature]</i>
23/7/25	8:00	12:00	FODA empresas competencia	<i>[Signature]</i>
24/7/25	8:00	12:00	FODA empresas competencia	<i>[Signature]</i>
25/7/25	8:00	12:00	FODA empresas competencia	<i>[Signature]</i>
28/7/25	8:00	12:00	comparación estrategias promocionales	<i>[Signature]</i>
29/7/25	8:00	12:00	comparación estrategias promocionales	<i>[Signature]</i>
30/7/25	8:00	12:00	comparación estrategias promocionales	<i>[Signature]</i>
31/7/25	8:00	12:00	Realización de entrevistas asesores	<i>[Signature]</i>
1/8/25	8:00	12:00	Realización de entrevistas asesores	<i>[Signature]</i>
4/8/25	8:00	12:00	Segmentación de mercado	<i>[Signature]</i>
5/8/25	8:00	12:00	Segmentación de mercado	<i>[Signature]</i>
7/8/25	8:00	12:00	Segmentación de mercado	<i>[Signature]</i>
8/8/25	8:00	12:00	Segmentación de mercado	<i>[Signature]</i>
11/8/25	8:00	12:00	Consolidación de resultados	<i>[Signature]</i>
12/8/25	8:00	12:00	Consolidación de resultados	<i>[Signature]</i>
13/8/25	8:00	12:00	Consolidación de resultados	<i>[Signature]</i>

**OBSERVACIONES:**
**FIRMA DEL PASANTE:**
*[Signature]*
**FIRMA Y SELLO DEL TUTOR EXTERNO:**
*[Signature]*



**BITÁCORA SEMANAL DE ACTIVIDADES DE LA PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL.**

FECHA	HORA DE LLEGADA	HORA DE SALIDA	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA
14/8/25	8:00	12:00	Elaboración de reportes	<i>[Signature]</i>
15/8/25	8:00	12:00	Elaboración de reportes	<i>[Signature]</i>
18/8/25	8:00	12:00	Presentación formal análisis	<i>[Signature]</i>
19/8/25	8:00	12:00	Presentación formal análisis	<i>[Signature]</i>
20/8/25	8:00	12:00	Presentación formal análisis	<i>[Signature]</i>
21/8/25	8:00	12:00	Aseguramiento propuestas	<i>[Signature]</i>
22/8/25	8:00	12:00	Aseguramiento propuestas	<i>[Signature]</i>
25/8/25	8:00	12:00	Sugerencias de propuestas	<i>[Signature]</i>
26/8/25	8:00	12:00	Sugerencias de propuestas	<i>[Signature]</i>
27/8/25	8:00	12:00	Sugerencias de propuestas	<i>[Signature]</i>
28/8/25	8:00	12:00	Apoyo en sets de grabación	<i>[Signature]</i>
29/8/25	8:00	12:00	Apoyo en sets de grabación	<i>[Signature]</i>
1/9/25	8:00	12:00	Apoyo en edición	<i>[Signature]</i>
2/9/25	8:00	12:00	Apoyo en edición	<i>[Signature]</i>
3/9/25	8:00	12:00	Apoyo en edición	<i>[Signature]</i>
4/9/25	8:00	12:00	Apoyo en edición	<i>[Signature]</i>
5/9/25	8:00	12:00	Apoyo en edición	<i>[Signature]</i>
8/9/25	8:00	12:00	Apoyo en area cobros	<i>[Signature]</i>
9/9/25	8:00	12:00	Apoyo en area cobros	<i>[Signature]</i>

**OBSERVACIONES:**
**FIRMA DEL PASANTE:**
*[Signature]*
**FIRMA Y SELLO DEL TUTOR EXTERNO:**
*[Signature]*




UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
 FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL  
 DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS  
 SECCION DE MERCADO INTERNACIONAL

SUPERVISIÓN DE PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL

FORMULARIO DE VISITA A LA INSTITUCIÓN RECEPTORA DEL PASANTE

Nombre del Docente Asesor: Lcda. Martha Cristina Nolasco Aguirre

Nombre del estudiante: Stefany Gabriela Claros Zelaya

Nombre de la institución: OCTO S.A de C.V

Lugar de la visita: 6ª calle poniente y 7 av. norte #602, Barrio San Felipe, San Miguel

Fecha: 9/Sept/25 Hora: 9:00am

Recibido por: Claudia Patricia Ramos

Motivo de la visita: Supervisar asistencia y trabajo que se esta realizando la pasante.

Comentarios u observaciones:

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

F:

Lcda. Martha Cristina Nolasco Aguirre

Docente Asesor

F:

Estudiante: Stefany Gabriela Claros Zelaya



F:

Lcda. Claudia Patricia Ramos de Lovo

Asesor Profesional/o tutor de la empresa



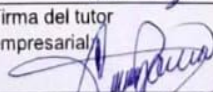
### Formato para evaluación del pasante por la institución receptora

#### Formulario de evaluación del tutor asignado en la institución

Nombre del pasante: Stefany Gabriela Claros Zelaya	DUE: CZ20005
Institución receptora: OCTO S.A de C.V.	
Nombre del tutor: Licda. Claudia Patricia Ramos de Lovo.	
Unidad de ejecución de la pasantía: Área de Ventas	
Periodo de evaluación: Bimensual Fecha inicio: 03 de Julio Fecha de finalización: 12 de Septiembre	
Fecha de evaluación: 12 de Septiembre del 2025.	

**INDICACIÓN.** Cada criterio debe ser evaluado asignando a cada aspecto una calificación de cero a diez con dos decimales. Posteriormente se obtendrá la nota promedio y se multiplicará por el respectivo porcentaje.

CRITERIOS	CALIFICACIÓN	
	Nota	Porcentaje
<b>Responsabilidad (30%)</b>		
Cumplimiento de tareas asignadas, cumple el horario de trabajo, puntualidad, cumple las normas y reglas establecidas por la organización.	10	3.0
<b>Integración con equipo de trabajo (30%)</b>		
Actitud frente al desempeño del cargo, cooperación con el equipo de trabajo e iniciativa y creatividad	10	3.0
<b>Capacidad técnica (40%)</b>		
Destreza en el desempeño de tareas, adquisición de habilidades en el campo de trabajo, manejo y conservación de equipos asignados y ejecución de tareas según procedimientos establecidos	10	4.0
	<b>Total:</b> 30	10.0

Observaciones u otros aspectos a considerar en evaluación:		
<i>ninguna</i>		
Recomendaciones:		
<i>ninguna</i>		
Fecha de la evaluación: 12 de Septiembre del 2025	Firma del tutor empresarial: 	Sello de la organización receptora: 