

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



INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO:
MODALIDAD PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL

TÍTULO DEL PLAN:
APOYO EN EL ÁREA DE MARKETING Y DESARROLLO DE ESTRATEGIAS
DE MARCA PARA LA EMPRESA INVERSIONES KAREDO S.A. DE C.V. BAJO LA
MARCA DECOFFICE

PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIATURA EN MERCADEO INTERNACIONAL

PRESENTADO POR:
BR. MONICA ADRIANA CAMPOS ZELAYA CZ18001

DOCENTE ASESOR:
LICDA. MARTHA CRISTINA NOLASCO AGUIRRE

**SEPTIEMBRE DE 2025
SAN MIGUEL, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA**

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES CENTRALES



MSC. JUAN ROSA QUINTANILLA
RECTOR

MSC. EVELYN BEATRIZ FARFAN
VICERRECTORA

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ACADEMICO

LIC. CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA
FISCAL GENERAL

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL**



**MSC. IVAN FRANCO HERNANDEZ
DECANO**

**DRA. NORMA AZUCENA FLORES RETANA
VICEDECANA**

**MTRO. CARLOS DE JESUS SANCHEZ
SECRETARIO**

**MTRO. ARNOLDO ORLANDO SORTO MARTINEZ
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS**

**MBA. LINDA MARIANITA ACOSTA
COORDINADORA DEL PROCESO DE GRADO DE LA CARRERA
LICENCIATURA EN MERCADEO INTERNACIONAL.**

INDICE

AUTORIDADES CENTRALES	2
AUTORIDADES FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL	3
RESUMEN	5
ABSTRACT	6
INTRODUCCIÓN	7
1. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA RECEPTORA	8
1.1 DATOS GENERALES	8
1.1.2 RECURSOS	8
1.1.2.1 NATURALES:	8
1.1.2.2 INSTALACIONES Y EQUIPOS	8
1.1.2.3 HUMANOS	8
1.2 ACTIVIDADES ACTUALES	9
1.2.1 PRODUCCION PRINCIPAL:	9
1.2.2 SITUACION TECNICA	9
1.2.3 SITUACION ADMINISTRATIVA:	9
SITUACIÓN ADMINISTRATIVA.....	10
ORGANIGRAMA ORGANIZACIONAL.....	11
2. ANALISIS DE LA SITUACION DEL AREA DE LA PASANTIA DE PRACTICAS PROFESIONALES.....	12
3. METODOLOGÍA	13
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	15
5. CONCLUSIONES	16
6. RECOMENDACIONES	17
7. BIBLIOGRAFIA	18
8. ANEXOS	19

RESUMEN

El presente informe detalla la experiencia de pasantía profesional desarrollada en la empresa Inversiones Karedo S.A. de C.V., bajo la marca DECOFFICE, durante el período comprendido del 21 de julio al 12 de septiembre de 2025. El propósito principal fue consolidar y evaluar la ejecución de estrategias de marketing digital y tradicional, además de colaborar en el proceso de rebranding de la marca. Durante la pasantía, se realizaron diversas actividades orientadas a fortalecer la presencia digital y comercial de la empresa. Entre las principales se destacan la gestión y análisis de redes sociales, el diseño de publicaciones digitales, la planificación y ejecución de campañas publicitarias en Facebook Ads, la producción de videos promocionales, así como el levantamiento de información sobre la competencia. Esta experiencia permitió el desarrollo y fortalecimiento de competencias profesionales en áreas clave como marketing digital, diseño gráfico, branding, producción audiovisual y análisis de métricas. Asimismo, se contribuyó con propuestas estratégicas para el rediseño de la identidad corporativa y la mejora del posicionamiento de la marca en el mercado del mobiliario. En conclusión, la pasantía representó una oportunidad valiosa para aplicar conocimientos teóricos en un entorno real, aportando soluciones creativas e innovadoras a la empresa, al tiempo que se potenciaron habilidades técnicas, analíticas y comunicativas esenciales para el ejercicio profesional en el ámbito del marketing y la comunicación empresarial.

Palabras clave:

Marketing digital, branding, diseño gráfico, redes sociales, rebranding, producción audiovisual, posicionamiento de marca, identidad corporativa, mobiliario, comunicación empresarial.

ABSTRACT

This report details the professional internship experience carried out at Inversiones Karedo S.A. de C.V., under the DECOFFICE brand, during the period from July 21 to September 12, 2025. The main objective was to consolidate and evaluate the implementation of digital and traditional marketing strategies, as well as to collaborate in the brand's rebranding process. During the internship, various activities were performed to strengthen the company's digital and commercial presence. The main tasks included social media management and analysis, digital content design, planning and execution of advertising campaigns on Facebook Ads, production of promotional videos, and gathering information about competitors. This experience enabled the development and strengthening of professional competencies in key areas such as digital marketing, graphic design, branding, audiovisual production, and metrics analysis. In addition, strategic proposals were made to redesign the corporate identity and improve the brand's positioning in the furniture market. In conclusion, the internship represented a valuable opportunity to apply theoretical knowledge in a real-world context, providing creative and innovative solutions for the company, while enhancing technical, analytical, and communication skills essential for professional practice in the field of marketing and business communication.

Keywords: digital marketing, graphic design, social media, rebranding, audiovisual production, brand positioning, corporate identity, furniture, business communication.

INTRODUCCIÓN

Las pasantías de prácticas profesionales son espacios creados con la finalidad de que los estudiantes de último año de la carrera universitaria apliquen los conocimientos adquiridos en un entorno laboral real, permitiendo así fortalecer su desarrollo académico y profesional. En este contexto, el presente informe detalla las experiencias obtenidas durante la pasantía realizada en DECOFFICE, empresa dedicada al diseño y comercialización de mobiliario. El objetivo principal de la pasantía fue consolidar y evaluar la implementación de estrategias de marketing digital y tradicional, fortaleciendo la presencia de la marca en el mercado y contribuyendo al proceso de rebranding que la empresa estaba llevando a cabo. Entre las motivaciones principales para participar en esta experiencia se encuentran: aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera, obtener nuevas destrezas profesionales en áreas de comunicación y marketing, y aportar un valor agregado al crecimiento empresarial. El presente documento se estructura en diferentes apartados que permiten conocer de manera sistemática la información general de la empresa, el análisis de la situación en el área de trabajo, la metodología utilizada, los resultados obtenidos, así como conclusiones y recomendaciones finales.

1. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA RECEPTORA

1.1 DATOS GENERALES

Nombre de la empresa: Inversiones Karedo S.A. de C.V.

Marca: DECOFFICE

Ubicación: San Miguel, El Salvador

Actividad principal: Comercialización de mobiliario de oficina y hogar

Tamaño: Mediana empresa

Forma legal: Sociedad Anónima de Capital Variable

Fecha de ejecución de la pasantía: 21 de julio al 12 de septiembre de 2025

1.1.2 RECURSOS

1.1.2.1 NATURALES:

- Agua
- Papel
- Electricidad

1.1.2.2 INSTALACIONES Y EQUIPOS

- Oficina equipada
- Sillas
- Escritorios Impresoras
- Lapiz y lapiceros
- Computadoras
- WiFi

1.1.2.3 HUMANOS

- Docente Asesor: Licda. Martha Cristina Nolasco Aguirre.
- Tutora Empresarial: Licda. Evelyn María Iglesias Lovo
- Br. Monica Adriana Campos Zelaya.

1.2 ACTIVIDADES ACTUALES

1.2.1 PRODUCCIÓN PRINCIPAL:

DECOFFICE se dedica a la comercialización y distribución de mobiliario de oficina y hogar, brindando productos de calidad y con diseños innovadores para el mercado salvadoreño. Además de su actividad comercial, la empresa desarrolla acciones de marketing digital y tradicional, con el objetivo de consolidar su posicionamiento en la región oriental del país. Durante el período de la pasantía, se identificó que la empresa también estaba atravesando un proceso de rebranding, que incluyó la actualización de su identidad visual, la creación de campañas publicitarias y la optimización de su comunicación corporativa.

1.2.2 SITUACIÓN TECNICA

DECOFFICE cuenta con una estructura organizativa que combina recursos físicos, digitales y humanos para sostener sus operaciones:

- **Instalaciones y equipos:** Área de bodega para almacenamiento de mobiliario, equipos de oficina (computadoras, impresoras, proyectores) y herramientas de diseño gráfico y audiovisual.
- **Recursos digitales:** Uso de plataformas como Meta Business Suite para gestión de redes sociales, Canva y Photoshop para diseño gráfico, CapCut para edición audiovisual, y para campañas publicitarias.
- **Recursos Humanos:** Un equipo integrado por el área administrativa, el departamento de ventas y el área de marketing, coordinado por la gerencia general.
- **Logística y distribución:** La empresa cuenta con transporte propio para la entrega de productos a clientes locales y regionales.

1.2.3 SITUACIÓN ADMINISTRATIVA:

Nombre de la empresa: Inversiones Karedo S.A. de C.V. (DECOFFICE)

Actividad que realiza: Comercialización de mobiliario de oficina y hogar

Forma Legal: Sociedad anónima de capital variable.

Número de empleados: 9

Fortalezas:

- Atención personalizada y cercana.
- Flexibilidad para trabajar tanto en oficinas como en hogares.
- Variedad de productos mobiliario.

Oportunidades:

- Expansión hacia el mundo digital (ventas online, marketing en redes sociales).
- Empresas que quieren mejorar la imagen corporativa de sus oficinas para atraer clientes.

Debilidades:

- Falta de posicionamiento fuerte en redes o mercado.
- Procesos de logística y entrega que pueden mejorar.
- Escaso reconocimiento de marca frente a competidores grandes.

Amenazas:

- Alta competencia en el rubro de mobiliario.
- Cambios en la economía que reducen el poder adquisitivo de los clientes.
- Incremento en los costos de materiales e importaciones.

- **ORGANIGRAMA ORGANIZACIONAL.**



2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DEL ÁREA DE LA PASANTÍA DE PRACTICAS PROFESIONALES.

El área de marketing de DECOFFICE constituye un pilar esencial para la promoción de sus productos y servicios, así como para el fortalecimiento del posicionamiento de la marca en el mercado. Este departamento es responsable de proyectar la identidad corporativa hacia los diferentes públicos de interés y de mantener una comunicación efectiva que permita generar confianza, reconocimiento y fidelización. No obstante, al inicio de la pasantía se identificaron limitaciones importantes que obstaculizaban el desarrollo óptimo de las estrategias de marketing. Entre ellas, destacaban la falta de un equipo especializado en branding y comunicación, lo cual derivaba en que muchas actividades fueran ejecutadas de manera empírica, sin un sustento técnico ni una planificación estratégica sólida. Esta situación repercutía directamente en la coherencia de los mensajes, la calidad del contenido visual y la efectividad de las campañas implementadas.

Asimismo, se evidenció que la gestión de redes sociales no se desarrollaba de forma sistemática, ya que la programación de publicaciones era irregular, las interacciones con la comunidad digital eran limitadas y no existía un seguimiento riguroso de las métricas de desempeño. De igual manera, la creación de contenido gráfico carecía de lineamientos establecidos que garantizaran uniformidad visual y congruencia con la identidad institucional.

Frente a este panorama, la intervención de la pasantía resultó de gran relevancia. El aporte se centró en la generación de nuevas propuestas gráficas basadas en principios de diseño y en la consolidación de una paleta visual coherente, que reforzara la identidad de marca.

Además, se trabajó en la creación de mensajes clave orientados a fortalecer la comunicación corporativa y a transmitir los valores de la empresa de manera clara y atractiva.

En el ámbito digital, se contribuyó con la ejecución de campañas promocionales en redes sociales y plataformas pagadas, incorporando segmentaciones específicas que permitieron ampliar el alcance de la marca y mejorar su visibilidad en el mercado local. Asimismo, se implementó un proceso de monitoreo de métricas que proporcionó información valiosa sobre el comportamiento de la audiencia, el rendimiento de las publicaciones y las oportunidades de mejora en futuras estrategias.

De esta manera, la pasantía no solo ofreció apoyo operativo, sino que también aportó un enfoque técnico y estratégico, orientado a profesionalizar las acciones del área de marketing. Como resultado, se logró dinamizar la interacción con la comunidad digital, optimizar los recursos comunicacionales y contribuir a una mejor percepción de la marca DECOFFICE en su entorno competitivo.

3. METODOLOGÍA

La metodología aplicada durante el período de pasantía se fundamentó en la elaboración y ejecución de un plan de trabajo semanal estructurado en objetivos, metas y actividades específicas, con el propósito de garantizar un desarrollo sistemático y ordenado de las tareas asignadas. Este enfoque metodológico permitió organizar los procesos comunicacionales y de marketing de la institución, optimizando tanto la gestión digital como la tradicional.

Las actividades se distribuyeron de la siguiente manera:

- **Diseño y programación de contenidos digitales:** se elaboraron piezas gráficas adaptadas a las diferentes plataformas sociales, considerando criterios de diseño visual, segmentación de audiencia y adecuación a la identidad institucional. Dichos materiales fueron programados mediante herramientas de gestión para mantener la frecuencia y coherencia de las publicaciones.
- **Ejecución de campañas digitales pagadas:** se llevaron a cabo campañas en entornos digitales, aplicando criterios de segmentación geográfica y demográfica, con el fin de incrementar el alcance, la visibilidad y la interacción con los públicos meta.
- **Producción de material audiovisual:** se diseñaron y editaron videos breves, orientados a destacar atributos de productos y servicios, optimizados para su consumo en redes sociales y plataformas digitales de alta rotación.
- **Gestión de interacción en redes sociales:** se atendieron consultas, mensajes y comentarios de usuarios, priorizando la comunicación bidireccional y la construcción de una relación más cercana con la comunidad digital.
- **Apoyo al proceso de rebranding:** se participó en la elaboración de propuestas de identidad visual que incluyeron paletas de color, tipografías y mensajes clave, contribuyendo a la renovación y consolidación de la marca.
- **Investigación de mercado:** se realizó un análisis comparativo de la competencia directa, recopilando información sobre precios, promociones, estrategias publicitarias y canales de comunicación, con el objetivo de identificar oportunidades de mejora y posicionamiento.

Para el cumplimiento de estas actividades se emplearon herramientas digitales especializadas, entre las cuales se destacan:

- Meta Business Suite, utilizada para la programación y monitoreo de publicaciones en redes sociales.
- Canva, aplicadas al diseño y edición de material gráfico digital e impreso.
- CapCut, empleada en la producción y edición de videos cortos adaptados a las tendencias digitales.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados alcanzados reflejaron un cumplimiento del 100% de los objetivos planteados en el plan de trabajo.

Entre los principales logros se destacan:

- Consolidación de las estrategias de marketing digital y tradicional mediante campañas promocionales y publicaciones periódicas.
- Creación de un calendario de publicaciones que permitió mantener una comunicación constante con la audiencia.
- Incremento en la interacción con seguidores en redes sociales, evidenciado en un aumento de mensajes, comentarios y alcance de publicaciones.
- Elaboración de propuestas gráficas que contribuyeron al rebranding de la marca.
- Generación de un informe de análisis de la competencia que proporcionó información relevante para la toma de decisiones estratégicas.

La experiencia también permitió a la pasante adquirir competencias en el manejo de herramientas digitales, desarrollo de estrategias comunicacionales y resolución de problemas en escenarios prácticos.

5. CONCLUSIONES

La pasantía desarrollada en la empresa DECOFFICE representó una experiencia enriquecedora, que permitió aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera de Mercadeo Internacional en un contexto real. Se alcanzaron los objetivos planteados en su totalidad, aportando valor al crecimiento de la empresa y fortaleciendo la identidad visual de la marca. Asimismo, la pasantía brindó la oportunidad de desarrollar competencias profesionales en áreas de marketing digital, branding, producción audiovisual e investigación de mercado. Este proceso marcó un paso importante en la formación profesional de la pasante, consolidando tanto sus habilidades técnicas como sus capacidades de trabajo en equipo, creatividad y comunicación efectiva.

6. RECOMENDACIONES

A la Universidad de El Salvador – FMO:

- Actualizar el plan de estudios incorporando asignaturas de marketing digital, análisis de métricas y gestión de redes sociales.
- Fomentar más convenios con empresas privadas para garantizar espacios de pasantías prácticas.

A la empresa DECOFFICE:



- Continuar invirtiendo en estrategias digitales para ampliar su posicionamiento en el mercado.
- Implementar capacitaciones periódicas para el personal en áreas de branding y marketing.
- Fortalecer la planificación de campañas promocionales en fechas estratégicas.
- Mantener la apertura para recibir pasantes universitarios, fomentando así la transferencia de conocimientos y la innovación.

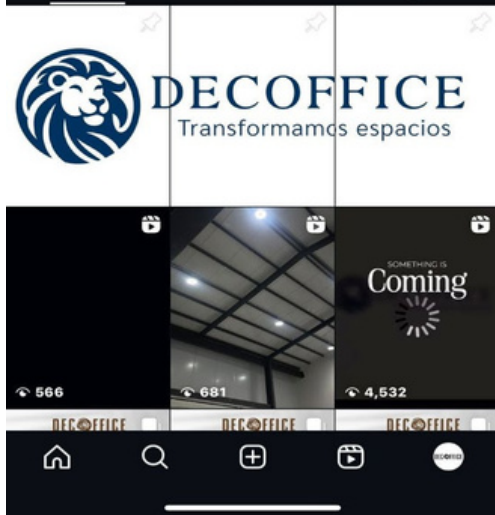
7. BIBLIOGRAFÍA

- Decoffice. (2025).
Estrategias de marketing digital y rebranding. Archivos internos.
- Meta Business Suite. (s.f.).
Herramienta de gestión de redes sociales.
- Canva. (s.f.).
Plataforma de diseño gráfico.
- CapCut. (s.f.).
Aplicación de edición de video.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016).
Dirección de marketing. Pearson Educación.

8. ANEXOS

VISTO BUENO DE TUTOR EMPRESARIAL

ESTUDIANTE	TUTOR	FIRMA	SELLO
Monica Adriana Campos Zelaya	Licda. Evelyn Maria Iglesias Lovo		





Publicaciones
decofficesv

@decofficesv

@decofficesv

@decofficesv

7.5 mil · Ver estadísticas [Promocionar publicación](#)

14 2 2

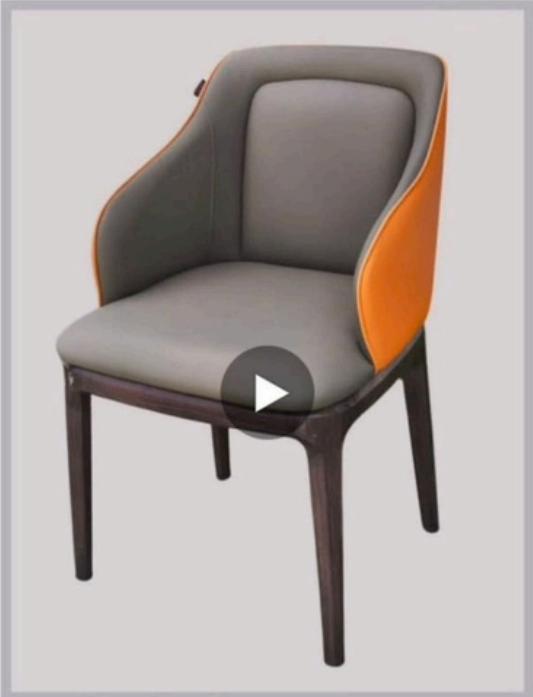
Les gusta a [decoobras.sm](#) y otros

decofficesv ✨ ¡Transforma tu espacio con estilo y elegancia! ✨ ... más



Decoffice SV
Publicidad · 🌐

Tu rincón favorito empieza con una silla bonita 😊.

📦 Envíos a todo el país.... [Ver más](#)



Elegante y cómoda, con respaldo curvo y asiento acolchado. Ideal para cualquier espacio.

 WhatsApp  WhatsApp

👍❤️ 15 2 comentarios 1 vez compartido



👁️ 1.2 mil · [Ver estadísticas](#) [Promocionar publicación](#)

👍❤️ 12 💬 1 🔄 📍 6 📌



DECOFFICE

San Miguel, 12 de septiembre de 2025


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

Presente.

La suscrita: Licda. Evelyn Maria Iglesias Lovo de Inversiones Karedo S.A.de C.V., HACE CONSTAR que, la Br. Monica Adriana Campos Zelaya, ha realizado satisfactoriamente su PASANTIA de prácticas profesionales en el proyecto "Apoyo en el area de Marketing y Desarrollo de Estrategias de Marca para la empresa INVERSIONES KAREDO S.A. DE C.V. bajo la marca DECOFFICE", habiendo iniciado en la fecha comprendida del 03 de marzo 2025, hasta el 12 de Septiembre de 2025, por un total de seis meses.

Y por los efectos que el interesado estime conveniente, se firma y sella la presente en la ciudad de San Miguel, a las trece horas del dia 12 de septiembre de 2025.

Atentamente.

F. 



Licda. Evelyn María Iglesias Lovo
Gerente de Mercadeo.

☎ 7696-0773

✉ decoffice.sv@gmail.com

📍 8. C PTE NO 506 San Miguel, San Miguel.

Formulario de evaluación del tutor asignado por la institución

Nombre del pasante: Monica Adriana Campos Zelaya	Carné: CZ18001
Título de la pasantía: "Apoyo en el área de Marketing y Desarrollo de Estrategias de Marca para la empresa Inversiones Karedo S.A. DE C.V. bajo la marca DECOFFICE"	
Institución receptora: INVERSIONES KAREDO S.A. DE C.V.	
Unidad de ejecución de la pasantía: AREA DE MERCADEO	
Nombre del tutor: Licda. Evelyn María Iglesias Lovo	
Fecha de evaluación: 12 de Septiembre 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%)	10	10	10	10	30%
Integración con equipo de trabajo (30%)	10	10	10	10	30%
Capacidad técnica (40%)	10	10	10	10	40%
				Nota final	100%

Observaciones:		
Recomendaciones:		
Fecha: 12 de Septiembre 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.

"Apoyo en el área de Marketing y Desarrollo de Estrategias de Marca para la empresa Inversiones Karedo S.A. de C.V. bajo la marca DECOFFICE".

PRESENTADO POR:

Br. Monica Adriana Campos Zelaya
CZ18001

MODALIDAD DE TRABAJO DE GRADO:

Pasantías de Prácticas Profesionales

DOCENTE ASESOR:

Licda. Martha Cristina Nolasco Aguirre

TUTOR DE LA EMPRESA:

Licda. Evelyn María Iglesias Lovo

FECHA DE EJECUCION:

03 de Marzo al 09 de Mayo 2025.

**Ciudad Universitaria Oriental, 16 de Mayo 2025
San Miguel, El Salvador, Centroamérica**

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



"Apoyo en el área de Marketing y Desarrollo de Estrategias de Marca para la empresa Inversiones Karedo S.A. de C.V. bajo la marca DECOFFICE".

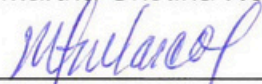
PRESENTADO POR:

Br. Monica Adriana Campos Zelaya

F.  _____

DOCENTE ASESOR:

Licda. Martha Cristina Nolasco Aguirre

F.  _____



TUTOR DE LA EMPRESA:

Licda. Evelyn María Iglesias Lovo

F.  _____



Ciudad Universitaria Oriental, 16 de Mayo 2025
San Miguel, El Salvador, Centroamérica

INTRODUCCIÓN

Durante el primer bimestre de ejecución de la práctica profesional en la empresa DECOFFICE, se han llevado a cabo diversas actividades encaminadas al cumplimiento del plan de trabajo previamente aprobado. Estas actividades han estado centradas, principalmente, en brindar apoyo al equipo de Marketing y Desarrollo de Marca, con el objetivo de contribuir de manera efectiva al fortalecimiento de la imagen corporativa y al posicionamiento estratégico de la empresa en el mercado.

Las tareas desarrolladas han abarcado la ejecución de estrategias de comunicación interna y externa, la realización de investigaciones de mercado para conocer mejor el comportamiento del consumidor, la gestión y optimización de contenido en redes sociales, así como la colaboración en diversas labores administrativas que han complementado las acciones del departamento. Estas experiencias han sido fundamentales para adquirir una visión más amplia del funcionamiento empresarial y para entender cómo cada área se interrelaciona para lograr objetivos comunes.

Este período inicial ha representado una etapa clave de adaptación al entorno laboral, permitiendo familiarizarse con la cultura organizacional de DECOFFICE, así como con sus procesos internos, metodologías de trabajo y herramientas tecnológicas. Además, ha brindado la oportunidad de poner en práctica los conocimientos teóricos adquiridos durante la formación académica en la carrera de Mercadeo Internacional, comprobando su aplicabilidad en un contexto profesional real.

Asimismo, se ha trabajado con un enfoque estratégico orientado a generar valor para la empresa, aportando ideas creativas y soluciones prácticas que respondan a las necesidades del mercado y a las tendencias actuales del sector. Todo ello con el propósito de contribuir activamente al posicionamiento de DECOFFICE como una marca moderna, elegante e innovadora, especializada en ofrecer soluciones de mobiliario tanto para oficinas como para el hogar.

En resumen, esta primera etapa de la práctica profesional ha sido enriquecedora tanto a nivel personal como profesional, marcando el inicio de un proceso de aprendizaje continuo y de desarrollo de competencias clave para el ejercicio futuro de la profesión.

I. ACTIVIDADES PLANEADAS REALIZADAS

A continuación, se describen las principales actividades realizadas durante el curso de la pasantía:

		
OBJETIVO GENERAL Contribuir al fortalecimiento del posicionamiento de la marca DECOFFICE mediante la ejecución de estrategias de marketing digital y tradicional, optimización de la comunicación visual, y análisis del comportamiento del consumidor para mejorar la conexión con el público objetivo y aumentar la visibilidad de los productos en el mercado.		
OBJETIVO ESPECÍFICO Diseñar y ejecutar campañas promocionales creativas en redes sociales, basadas en las preferencias del consumidor y en las tendencias actuales del mercado, con el fin de incrementar la interacción digital, generar reconocimiento de marca y apoyar el crecimiento de las ventas en línea y en tienda física.		
ACTIVIDAD: Proceso de inducción y planificación de estrategias.		
META: Identificar oportunidades de mejora en comunicación visual		
SEMANA 01		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
03 al 07 de Marzo 2025	Inducción general, conocimiento de la empresa, áreas de trabajo y funciones del área de Marketing. Presentación del plan de trabajo.	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos
ACTIVIDAD: Diseño de estrategias y gestión digital		
META: Diseñar y ejecutar acciones promocionales en medios digitales.		
SEMANA 02		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
10 al 14 de Marzo 2025	Diseño y planificación de campañas digitales. Activación de marca en redes sociales. Monitoreo de interacción.	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos
ACTIVIDAD: Creación y análisis de contenido para redes sociales		
META: Diseñar y publicar contenido visual alineado con la identidad de marca		
SEMANA 03		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
17 al 21 de Marzo 2025	Creación de contenido para redes sociales. Desarrollo visual alineado a la identidad de marca. Análisis de desempeño de publicaciones.	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos

ACTIVIDAD: Estudio de mercado		
META: Analizar competencia y percepción de marca en la zona oriental.		
SEMANA 04		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
24 al 28 de Marzo 2025	Aplicación de encuestas a clientes frecuentes. Análisis comparativo de precios, promociones y canales de venta de la competencia.	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos

ACTIVIDAD: Desarrollo de marca y soporte gráfico		
META: Optimizar coherencia visual en materiales promocionales y redes sociales.		
SEMANA 05		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
31 de Marzo al 04 de Abril 2025	Revisión de identidad visual, propuesta de mejoras gráficas, actualización de catálogos y diseño de nuevos contenidos para redes y punto de venta.	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos

ACTIVIDAD: Atención al cliente y respuesta digital		
META: Mantener comunicación activa y empática con usuarios de redes sociales.		
SEMANA 06		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
07 al 11 de Abril 2025	Gestión desde Meta Business Suite	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos

ACTIVIDAD: Atención al cliente a través de redes sociales, desarrollo visual de la marca y creación de contenido digital.

META: Obtener material para catálogo digital y publicaciones

SEMANA 07		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
14 al 18 de Abril 2025	Atención al cliente en redes sociales. Desarrollo de marca y creación de contenido.	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos

ACTIVIDAD: Actualización de catálogos digitales e implementación de acciones estratégicas de marketing para el posicionamiento de marca.

META: Actualizar los catálogos de productos con información visual y textual precisa, y desarrollar estrategias promocionales que incrementen la visibilidad y percepción positiva de la marca en los canales digitales.

SEMANA 08		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
21 al 25 de Abril julio 2025	Se actualizó el catálogo digital de productos, incorporando nuevas referencias, fotografías, descripciones y precios.	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos

ACTIVIDAD: Atención al cliente en redes sociales, activación de marca y monitoreo de estrategias digitales.

META: Gestionar la comunicación con clientes en redes, ejecutar acciones de branding en línea y analizar los indicadores de rendimiento de las publicaciones para ajustar las estrategias según resultados obtenidos.

SEMANA 09

FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
28 de Abril al 02 de Mayo 2025	Se realizó el monitoreo del rendimiento de publicaciones anteriores (alcance, interacciones, clics).	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos

ACTIVIDAD: Creación de contenido visual y textual, activación de marca y seguimiento en redes sociales.

META: Diseñar contenido atractivo y alineado a los valores de DECOFFICE, promover la interacción con la audiencia mediante campañas de activación, y realizar seguimiento continuo al comportamiento de las publicaciones para optimizar el engagement.

SEMANA 10

FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
05 al 09 de Mayo 2025	Se diseñaron nuevas piezas gráficas (estáticas y animadas) para redes sociales. Se elaboraron textos persuasivos (copys) y llamados a la acción para aumentar interacción.	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos

I. ACTIVIDADES EMERGENTES

A continuación, se describen las principales actividades emergentes realizadas durante el curso de la pasantía:

- **Fotografía de mobiliario instalado:** Se realizaron sesiones fotográficas profesionales de productos ya instalados, las cuales fueron utilizadas en catálogos digitales, redes sociales y presentaciones comerciales.
- **Gestión de crisis en redes sociales:** Se atendieron situaciones imprevistas como comentarios negativos y consultas urgentes. Se dio respuesta rápida y empática, manteniendo la coherencia con la identidad de la marca y fortaleciendo la reputación digital.
- **Apoyo en gestión de inventario promocional:** Se colaboró en la identificación de productos con baja rotación y se diseñaron estrategias promocionales, como combos y descuentos, que ayudaron a mejorar el flujo de inventario y estimular las ventas en canales digitales.

II. ESTIMACION DE LOGRO DE OBJETIVOS

Durante el segundo bimestre de pasantía, se ha logrado un avance significativo en el cumplimiento de los objetivos planteados en el plan de trabajo. Las actividades realizadas han permitido consolidar estrategias de marketing, fortalecer la presencia digital de la marca y mejorar la relación con los clientes, cumpliendo con lo planificado y respondiendo oportunamente a las necesidades emergentes de la empresa.

OBJETIVO	% de Avance	EVIDENCIA DEL CUMPLIMIENTO
Diseñar y ejecutar estrategias de marketing digital y tradicional	60%	Desarrollo de conceptos promocionales, planificación de campañas enfocadas en productos clave.
Gestionar redes sociales y crear contenido visual atractivo	55%	Creación de contenido visual y textual, primeras publicaciones, interacción básica con usuarios.
Realizar investigación de mercado y análisis de la competencia	50%	Aplicación parcial de encuestas, recopilación de información competitiva inicial.
Apoyar en el fortalecimiento de la identidad visual de la marca	65%	Actualización de catálogos y propuestas de mejora en elementos gráficos de la marca.
Contribuir a la organización de la nueva apertura del local	30%	Participación en reuniones preliminares y aporte de ideas para la campaña de lanzamiento.

Promedio general de avance: 52%

El progreso alcanzado hasta la fecha refleja un compromiso constante y una participación en cada una de las tareas asignadas. Con base en la evaluación de los objetivos, se estima un **promedio general de avance del 52%**, lo cual indica un desarrollo sólido y estructurado, con amplio potencial para alcanzar el 100% al cierre del siguiente período bimensual.

III. RECURSOS UTILIZADOS

RECURSOS HUMANOS	RECURSOS MATERIALES
Docente Asesor: Licda. Martha Cristina Nolasco Aguirre	✓ Laptop. ✓ Lápiz. ✓ Lapicero. ✓ Papel. ✓ Celular. ✓ Herramientas y programas de marketing digital
Responsable empresa: Licda. Evelyn Maria Iglesias Lovo	
Pasante: Br. Monica Adriana Campos Zelaya	

IV. RESUMEN DE ASISTENCIA

DIAS LABORADOS	HORARIOS	AUSENCIAS JUSTIFICADAS
44 días	Lunes a viernes 08:00 a.m. – 12:00 m.d.	Ninguna

V. MODIFICACIONES AL PROYECTO DE PASANTIAS

No se han realizado cambios al proyecto de pasantía a la fecha. El plan inicial se ha seguido de acuerdo con lo aprobado por la Junta Directiva, sin desviaciones significativas.

VI. VALORACION GENERAL DE PROGRESOS

Durante los primeros dos meses de pasantía, se ha evidenciado un crecimiento significativo en las competencias del pasante, especialmente en áreas clave como el diseño de estrategias promocionales, la gestión de redes sociales, el análisis del comportamiento del cliente y la creación de contenido publicitario.

El pasante ha demostrado una rápida capacidad de adaptación a los cambios del entorno comercial, mostrando iniciativa para proponer ideas innovadoras y contribuir a la mejora continua de los resultados de las campañas. Asimismo, se ha integrado eficazmente al equipo de trabajo, colaborando de manera estrecha con sus colegas para alcanzar los objetivos organizacionales.

Este avance refleja un desarrollo integral tanto de habilidades prácticas como analíticas, fortaleciendo notablemente su perfil profesional en el área de marketing.

VII. VISTO BUENO TUTOR EMPRESARIAL

NOMBRE DEL TUTOR EXTERNO	FIRMA	SELLO DE LA EMPRESA
Licda. Evelyn Iglesias		



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



BITÁCORA SEMANAL DE ACTIVIDADES DE LA PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL.

FECHA	ACTIVIDADES	HORA DE ENTRADA	HORA DE SALIDA	FIRMA
3/3/2025	Orientación e inducción	8:00 a. m.	12:00 md	
4/3/2025	Orientación e inducción	8:00 a. m.	12:00 md	
5/3/2025	Diseño y ejecución de estrategias de marketing	8:00 a. m.	12:00 md	
10/3/2025	Actualización de redes sociales	8:00 a. m.	12:00 md	
11/3/2025	Activación de marca en redes sociales	8:00 a. m.	12:00 md	
12/3/2025	Activación de marca en redes sociales	8:00 a. m.	12:00 md	
13/3/2025	Activación de marca en redes sociales	8:00 a. m.	12:00 md	
14/3/2025	Monitoreo y análisis de estrategias	8:00 a. m.	12:00 md	
19/3/2025	creación de contenido	8:00 a. m.	12:00 md	
20/3/2025	Desarrollo de marca	8:00 a. m.	12:00 md	
21/3/2025	Desarrollo de marca	8:00 a. m.	12:00 md	
24/3/2025	Reunión sobre ideas de nuevos productos	8:00 a. m.	12:00 md	
25/3/2025	Activación de marca en redes sociales	8:00 a. m.	12:00 md	
26/3/2025	Activación de marca en redes sociales	8:00 a. m.	12:00 md	
27/3/2025	Monitoreo y análisis de estrategias	8:00 a. m.	12:00 md	
28/3/2025	Atención al cliente en redes sociales y en punto de venta	8:00 a. m.	12:00 md	
29/3/2025	creación de contenido	8:00 a. m.	12:00 md	
31/3/2025	Diseño de estrategias de promoción para aumentar la visibilidad	8:00 a. m.	12:00 md	
1/4/2025	Desarrollo de acciones estratégicas de marketing para potenciar el reconocimiento de la marca.	8:00 a. m.	12:00 md	
2/4/2025	Monitoreo del desempeño de estrategias de marketing	8:00 a. m.	12:00 md	
3/4/2025	Actualización de catálogos	8:00 a. m.	12:00 md	

4/4/2025	Realizar estudio de mercadeo- encuesta a clientes	8:00 a. m.	12:00 md	
7/4/2025	Incorporación de nuevos productos	8:00 a. m.	12:00 md	
8/4/2025	Incorporación de nuevos productos	8:00 a. m.	12:00 md	
9/4/2025	Actualización de catálogos	8:00 a. m.	12:00 md	
10/4/2025	Activación de marca en redes sociales	8:00 a. m.	12:00 md	
11/4/2025	Activación de marca en redes sociales	8:00 a. m.	12:00 md	
14/4/2025	Atención al cliente en redes sociales y en punto de venta	8:00 a. m.	12:00 md	
15/4/2025	Atención al cliente en redes sociales y en punto de venta	8:00 a. m.	12:00 md	
16/4/2025	Desarrollo de marca	8:00 a. m.	12:00 md	
17/4/2025	Desarrollo de marca	8:00 a. m.	12:00 md	
18/4/2025	creación de contenido	8:00 a. m.	12:00 md	
21/4/2025	Actualización de catálogos	8:00 a. m.	12:00 md	
22/4/2025	Actualización de catálogos	8:00 a. m.	12:00 md	
23/4/2025	Desarrollo de acciones estratégicas de marketing para potenciar el reconocimiento de la marca.	8:00 a. m.	12:00 md	
28/4/2025	Atención al cliente en redes sociales y en punto de venta	8:00 a. m.	12:00 md	
29/4/2025	Atención al cliente en redes sociales y en punto de venta	8:00 a. m.	12:00 md	
30/4/2025	Monitoreo y análisis de estrategias	8:00 a. m.	12:00 md	
2/5/2025	Activación de marca en redes sociales	8:00 a. m.	12:00 md	
5/5/2025	creación de contenido	8:00 a. m.	12:00 md	
6/5/2025	creación de contenido	8:00 a. m.	12:00 md	
7/5/2025	Activación de marca en redes sociales	8:00 a. m.	12:00 md	
8/5/2025	Atención al cliente en redes sociales y en punto de venta	8:00 a. m.	12:00 md	
9/5/2025	Atención al cliente en redes sociales y en punto de venta	8:00 a. m.	12:00 md	
FIRMA DEL PASANTE		FIRMA Y SELLO DEL TUTOR EXTERNO:		
 MONICA ADRIANA CAMPOS ZELAYA		 LICDA. EVELYN MARIA IGLESIAS LOVO		
				



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
SECCION DE MERCADEO 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: Monica Adriana Campos Zelaya

Nombre de la institución: Inversiones Karedo S.A de C.V

Lugar de la visita: 5 avenida norte bis, #201, Barrio San Felipe, San Miguel

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

Recibido por: Evelyn Maria Iglesias


Motivo de la visita: Supervisar asistencia y trabajo que se esta desarrollando por el pasante

Comentarios u observaciones:

F: [Signature]
Lcda. Martha Cristina Nolasco Aguirre
Docente Asesor



F: [Signature]
Lcda. Evelyn María Iglesias Lovo
Asesor Profesional/o tutor de la empresa




F: [Signature]
Estudiante: Monica Adriana Campos Zelaya

Nombre del pasante: Monica Adriana Campos Zelaya	DUE: CZ18001
Institución receptora: INVERSIONES KAREDO S.A. DE C.V.	
Nombre del tutor: Evelyn María Iglesias Lovo	
Unidad de ejecución de la pasantía:	
Periodo de evaluación: 6 Meses	Fecha inicio: 3 de marzo
	Fecha de finalización: 12 de septiembre
Fecha de evaluación: 16 de Mayo 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
Responsabilidad (30%)		
Cumplimiento de tareas asignadas, cumple el horario de trabajo, puntualidad, cumple las normas y reglas establecidas por la organización.	10	30%
Integración con equipo de trabajo (30%)		
Actitud frente al desempeño del cargo, cooperación con el equipo de trabajo e iniciativa y creatividad	10	30%
Capacidad técnica (40%)		
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	40%
	Total: 100%	

Observaciones u otros aspectos a considerar en evaluación:		
Recomendaciones:		
Fecha de la evaluación: 16 de Mayo 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.

"Apoyo en el área de Marketing y Desarrollo de Estrategias de Marca para la empresa Inversiones Karedo S.A. de C.V. bajo la marca DECOFFICE".

PRESENTADO POR:

Br. Monica Adriana Campos Zelaya
CZ18001

MODALIDAD DE TRABAJO DE GRADO:

Pasantías de Prácticas Profesionales

DOCENTE ASESOR:

Licda. Martha Cristina Nolasco Aguirre

TUTOR DE LA EMPRESA:

Licda. Evelyn María Iglesias Lovo

FECHA DE EJECUCION:

12 de Mayo al 18 de Julio 2025.

**Ciudad Universitaria Oriental, 28 de Julio 2025
San Miguel, El Salvador, Centroamérica**

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



"Apoyo en el área de Marketing y Desarrollo de Estrategias de Marca para la empresa Inversiones Karedo S.A. de C.V. bajo la marca DECOFFICE".

PRESENTADO POR:

Br. Monica Adriana Campos Zelaya

F.  _____

DOCENTE ASESOR:

Licda. Martha Cristina Nolasco Aguirre

F.  _____



TUTOR DE LA EMPRESA:

Licda. Evelyn María Iglesias Lovo

F.  _____



Ciudad Universitaria Oriental, 28 de Julio 2025
San Miguel, El Salvador, Centroamérica

INTRODUCCIÓN

Durante el segundo bimestre de ejecución de la práctica profesional en la empresa **DECOFFICE**, se ha continuado con el desarrollo y ejecución de estrategias de marketing orientadas al fortalecimiento del posicionamiento de la marca en el mercado. Esta etapa ha sido clave para consolidar las bases establecidas en el primer bimestre y dar seguimiento a actividades relacionadas con el análisis de mercado, diseño de contenido digital, campañas promocionales y atención al cliente a través de plataformas digitales.

Las acciones ejecutadas se han centrado en la mejora de la presencia de la marca en redes sociales, mediante una planificación más estratégica de las publicaciones y el uso de herramientas digitales que han permitido optimizar la calidad visual y la frecuencia del contenido. Además, se ha incrementado la interacción con la audiencia, obteniendo retroalimentación directa de los usuarios y generando una comunidad más activa y comprometida con la marca.

En conclusión, este segundo bimestre ha representado un período de consolidación y crecimiento dentro del proceso de prácticas, aportando significativamente al desarrollo profesional y permitiendo aplicar de manera efectiva los conocimientos adquiridos durante la formación académica. La experiencia sigue siendo enriquecedora tanto a nivel personal como técnico, abriendo oportunidades para nuevas propuestas que impulsen el reconocimiento de la marca.

I. ACTIVIDADES PLANEADAS REALIZADAS

A continuación, se describen las principales actividades realizadas durante el curso de la pasantía

		
OBJETIVO GENERAL		
Contribuir al fortalecimiento del posicionamiento de la marca DECOFFICE mediante la ejecución de estrategias de marketing digital y tradicional, optimización de la comunicación visual, y análisis del comportamiento del consumidor para mejorar la conexión con el público objetivo y aumentar la visibilidad de los productos en el mercado.		
OBJETIVO ESPECÍFICO		
Diseñar y ejecutar campañas promocionales creativas en redes sociales, basadas en las preferencias del consumidor y en las tendencias actuales del mercado, con el fin de incrementar la interacción digital, generar reconocimiento de marca y apoyar el crecimiento de las ventas en línea y en tienda física.		
ACTIVIDAD: Revisión de identidad de marca		
META: Identificar oportunidades de mejora en comunicación visual		
SEMANA 11		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
12 al 16 de mayo 2025	Análisis de elementos gráficos y redacción de propuestas.	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos
ACTIVIDAD: Investigación de mercado inicial		
META: Diseñar y aplicar encuestas a clientes potenciales		
SEMANA 12		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
19 al 23 de mayo 2025	Aplicación de encuestas y entrevistas breves.	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos
ACTIVIDAD: Análisis de competencia		
META: Comparar 3 marcas similares en el mercado local		
SEMANA 13		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
26 al 30 de mayo 2025	Elaboración de matriz comparativa de precios y canales	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos
ACTIVIDAD: Diseño de campaña promocional		
META: Desarrollar concepto visual y mensajes clave		
SEMANA 14		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
02 al 06 de junio 2025	Bocetos y redacción de copy publicitario	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos

ACTIVIDAD: Creación de contenido visual		
META: Diseñar piezas gráficas para redes sociales y catálogo		
SEMANA 15		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
09 al 13 de junio 2025	Producción de imágenes y edición con Canva	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos
ACTIVIDAD: Programación en redes sociales		
META: Publicar contenido 3 veces por semana		
SEMANA 16		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
16 al 20 de junio 2025	Gestión desde Meta Business Suite	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos
ACTIVIDAD: Fotografía de producto instalado		
META: Obtener material para catálogo digital y publicaciones		
SEMANA 17		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
23 al 27 de junio 2025	Sesión de fotos en oficinas y edición básica	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos
ACTIVIDAD: Creación de reels y microvideos		
META: Producir 3 videos para uso en redes		
SEMANA 18		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
30 junio al 04 de julio 2025	Grabación y edición en CapCut	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos
ACTIVIDAD: Monitoreo de resultados		
META: Analizar interacción y rendimiento de contenido		
SEMANA 19		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
07 al 11 de julio 2025	Reporte de estadísticas en Meta	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos
ACTIVIDAD: Diseño final de catálogo digital		
META: Presentar documento interactivo con precios y productos		
SEMANA 20		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
14 al 18 de julio 2025	Armado del catálogo en Canva y revisión final	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos

II. ACTIVIDADES EMERGENTES

Actividades emergentes realizadas durante el período del 12 de mayo al 18 de julio de 2025, fuera del plan inicial, pero que surgieron por necesidades prácticas en la empresa DECOFFICE.

- Atención de comentarios negativos: se dio respuesta empática a reclamos en publicaciones.
- Organización de inventario promocional: Se propusieron descuentos especiales.
- Apoyo en planificación de apertura: Revisión de diseño gráfico para invitaciones, apoyo en propuesta de campaña y activaciones de marca.

ESTIMACION DE LOGRO DE OBJETIVOS

Durante el segundo bimestre de pasantía, se ha logrado un avance significativo en el cumplimiento de los objetivos planteados en el plan de trabajo. Las actividades realizadas han permitido consolidar estrategias de marketing, fortalecer la presencia digital de la marca y mejorar la relación con los clientes, cumpliendo con lo planificado y respondiendo oportunamente a las necesidades emergentes de la empresa.

OBJETIVO	% de Avance	EVIDENCIA DEL CUMPLIMIENTO
Diseñar y ejecutar estrategias de marketing digital y tradicional	80%	Desarrollo de campañas mensuales, creación de contenido gráfico y audiovisual.
Gestionar redes sociales y crear contenido visual atractivo	90%	Publicaciones frecuentes, interacción con usuarios, aumento en seguidores e impresiones.
Realizar investigación de mercado y análisis de la competencia	70%	Aplicación de encuestas, elaboración de informes, análisis de marcas similares.
Apoyar en el fortalecimiento de la identidad visual de la marca	85%	Diseño de catálogos, revisión de elementos gráficos, desarrollo de nueva señalética.
Contribuir a la organización de la nueva apertura del local	50%	Participación en la fase de planificación e ideas iniciales para la campaña de lanzamiento.

Promedio general de avance: 75%

Este nivel de cumplimiento refleja un compromiso constante con las tareas asignadas y una adaptación efectiva a los requerimientos de la empresa. Se proyecta el cierre del 100% de los objetivos al finalizar el siguiente bimestre, considerando que algunas acciones ya se encuentran en fase de implementación o en su etapa final de ejecución.

III. RECURSOS UTILIZADOS

RECURSOS HUMANOS	RECURSOS MATERIALES
Docente Asesor: Licda. Martha Cristina Nolasco Aguirre	✓ Laptop. ✓ Lapiz. ✓ Lapicero. ✓ Papel. ✓ Celular. ✓ Herramientas y programas de marketing digital
Responsable empresa: Licda. Evelyn Maria Iglesias Lovo	
Pasante: Br. Monica Adriana Campos Zelaya	

IV. RESUMEN DE ASISTENCIA

DIAS LABORADOS	HORARIOS	AUSENCIAS JUSTIFICADAS
48 dias	Lunes a viernes 08:00 a.m. – 12:00 m.d.	Ninguna

V. MODIFICACIONES AL PROYECTO DE PASANTIAS

Durante la planificación y ejecución del proyecto este periodo no se realizó ninguna modificación al mismo.

VI. VALORACION GENERAL DE PROGRESOS

Durante el período comprendido entre el 12 de mayo y el 18 de julio de 2025, se ha evidenciado un avance significativo en mi desarrollo profesional. Las actividades ejecutadas han permitido no solo cumplir con los objetivos del plan de trabajo, sino también adquirir conocimientos aplicados, desarrollar competencias clave y fortalecer destrezas prácticas que serán esenciales para su desempeño futuro en el ámbito laboral.

A nivel de **CONOCIMIENTO**, se ha logrado una comprensión profunda sobre el comportamiento del consumidor, el diseño de estrategias promocionales efectivas, el uso de herramientas digitales para la gestión de redes sociales (como Meta Business Suite, Canva y CapCut), así como la planificación de campañas con

objetivos medibles y enfocados en el crecimiento del alcance digital y la conversión de audiencia en clientes.

En cuanto a **COMPETENCIAS** adquiridas, se destacan el pensamiento estratégico, la capacidad de análisis de métricas, el diseño de contenido visual alineado con la identidad de marca, y la aplicación de principios de branding y marketing digital. Además, se ha potenciado la habilidad para interpretar información del mercado y transformarla en propuestas de valor reales para la empresa.

Respecto a las **DESTREZAS** desarrolladas, se ha fortalecido la capacidad de trabajo autónomo y en equipo, la resolución de problemas en tiempo real (especialmente en redes sociales), la comunicación efectiva tanto interna como externa, y la toma de decisiones basadas en datos. También se ha demostrado proactividad en el desarrollo de materiales visuales y propuestas estratégicas para futuras campañas.

VII. VISTO BUENO TUTOR EMPRESARIAL

NOMBRE DEL TUTOR EXTERNO	FIRMA	SELLO DE LA EMPRESA
Licda. Evelyn Iglesias		



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



BITÁCORA SEMANAL DE ACTIVIDADES DE LA PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL.

FECHA	ACTIVIDADES	HORA DE ENTRADA	HORA DE SALIDA	FIRMA
12/05/2025	Revisión de identidad de marca	8:00 a. m.	12:00 md	
13/05/2025	Inicio de análisis de logotipo, tipografías y paleta de colores.	8:00 a. m.	12:00 md	
14/05/2025	Evaluación de coherencia visual en publicaciones pasadas.	8:00 a. m.	12:00 md	
15/05/2025	Identificación de oportunidades de mejora en comunicación visual.	8:00 a. m.	12:00 md	
16/05/2025	Presentación preliminar de observaciones al tutor empresarial.	8:00 a. m.	12:00 md	
19/05/2025	Revisión del inventario	8:00 a. m.	12:00 md	
20/05/2025	Activación de marca en redes sociales	8:00 a. m.	12:00 md	
21/05/2025	Activación de marca en redes sociales	8:00 a. m.	12:00 md	
22/05/2025	creación de contenido	8:00 a. m.	12:00 md	
23/05/2025	creación de contenido	8:00 a. m.	12:00 md	
26/05/2025	Análisis de competencia	8:00 a. m.	12:00 md	
27/05/2025	Identificación de tres marcas competidoras locales.	8:00 a. m.	12:00 md	
28/3/2025	Recolección de información sobre precios y promociones.	8:00 a. m.	12:00 md	
29/05/2025	Análisis de canales de venta utilizados por la competencia.	8:00 a. m.	12:00 md	
27/05/2025	Revisión y retroalimentación con tutor empresarial.	8:00 a. m.	12:00 md	
28/05/2025	Diseño de campaña promocional	8:00 a. m.	12:00 md	
02/06/2025	Lluvia de ideas para definir concepto visual.	8:00 a. m.	12:00 md	
03/06/2025	Selección de mensajes clave y enfoque de campaña.	8:00 a. m.	12:00 md	
04/06/2025	Redacción de copy publicitario.	8:00 a. m.	12:00 md	
05/06/2025	Revisión de propuestas y ajustes sugeridos.	8:00 a. m.	12:00 md	
06/06/2025	Creación de contenido visual	8:00 a. m.	12:00 md	
09/06/2025	Producción de imágenes gráficas en Canva.	8:00 a. m.	12:00 md	

10/06/2025	Edición y adaptación de diseños para distintas plataformas.	8:00 a. m.	12:00 md	
11/06/2025	Desarrollo de piezas gráficas para catálogo digital.	8:00 a. m.	12:00 md	
12/06/2025	Ajuste de elementos visuales alineados con identidad de marca.	8:00 a. m.	12:00 md	
13/06/2025	Programación en redes sociales	8:00 a. m.	12:00 md	
16/06/2025	Planificación del calendario de publicaciones.	8:00 a. m.	12:00 md	
17/06/2025	Programación de contenido en Meta Business Suite.	8:00 a. m.	12:00 md	
18/06/2025	Monitoreo de interacción de publicaciones previas.	8:00 a. m.	12:00 md	
19/06/2025	Revisión de engagement con tutor empresarial.	8:00 a. m.	12:00 md	
20/06/2025	Fotografía de producto	8:00 a. m.	12:00 md	
23/06/2025	Preparación de espacios de oficina para sesión fotográfica.	8:00 a. m.	12:00 md	
24/06/2025	Selección de mejores tomas.	8:00 a. m.	12:00 md	
25/06/2025	Edición básica de fotografías.	8:00 a. m.	12:00 md	
26/06/2025	Organización del material para catálogo digital.	8:00 a. m.	12:00 md	
27/06/2025	Creación de reels y microvideos.	8:00 a. m.	12:00 md	
30/06/2025	Grabación de clips en oficinas.	8:00 a. m.	12:00 md	
01/07/2025	Edición de videos en CapCut.	8:00 a. m.	12:00 md	
02/07/2025	Producción de reels promocionales.	8:00 a. m.	12:00 md	
03/07/2025	Monitoreo de resultados	8:00 a. m.	12:00 md	
04/07/2025	Análisis de interacción (likes, comentarios, compartidos).	8:00 a. m.	12:00 md	
08/07/2025	Evaluación del alcance de publicaciones y reels.	8:00 a. m.	12:00 md	
09/07/2025	Atención de comentarios negativos en redes sociales.	8:00 a. m.	12:00 md	
10/07/2025	Organización de inventario promocional y propuesta de descuentos.	8:00 a. m.	12:00 md	
FIRMA DEL PASANTE		FIRMA Y SELLO DEL TUTOR EXTERNO:		
 MONICA ADRIANA CAMPOS ZELAYA		  LICDA. EVELYN MARIA IGLESIAS LOVO		



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



BITÁCORA SEMANAL DE ACTIVIDADES DE LA PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL.

FECHA	ACTIVIDADES	HORA DE ENTRADA	HORA DE SALIDA	FIRMA
11/07/2025	Apoyo en la planificación de apertura del nuevo local (invitaciones, campaña y activaciones).	8:00 a. m.	12:00 md	
14/07/2025	Armado del catálogo en Canva.	8:00 a. m.	12:00 md	
15/07/2025	Colaboración en la elaboración de mensajes promocionales para redes sociales.	8:00 a. m.	12:00 md	
16/07/2025	Revisión del diseño y alineación con identidad visual	8:00 a. m.	12:00 md	
17/07/2025	Ajustes finales tras retroalimentación.	8:00 a. m.	12:00 md	
18/07/2025	Apoyo en la planificación de apertura del nuevo local (invitaciones, campaña y activaciones).	8:00 a. m.	12:00 md	
FIRMA DEL PASANTE		FIRMA Y SELLO DEL TUTOR EXTERNO:		
 MONICA ADRIANA CAMPOS ZELAYA.		 LICDA. EVELYN MARIA IGLESIAS LOVO 		



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
 FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
 DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
 SECCION DE MERCADEO 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: Monica Adriana Campos Zelaya

Nombre de la institución: Inversiones Karedo S.A de C.V

Lugar de la visita: 5 avenida norte bis, #201, Barrio San Felipe, San Miguel

Fecha: 29/Julio/25 Hora: 9:00am

Recibido por: Evelyn Iglesias Lovo

Motivo de la visita: Supervisar la asistencia del pasante y el desarrollo de sus actividades

Comentarios u observaciones:

F: [Signature]
 Lcda. Martha Cristina Nolasco Aguirre
 Docente Asesor



F: [Signature]
 Lcda. Evelyn María Iglesias Lovo
 Asesor Profesional/o tutor de la empresa

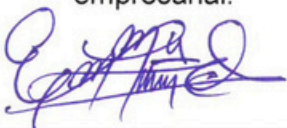



F: [Signature]
 Estudiante: Monica Adriana Campos Zelaya

Nombre del pasante: Monica Adriana Campos Zelaya	DUE: CZ18001
Institución receptora: INVERSIONES KAREDO S.A. DE C.V.	
Nombre del tutor: Evelyn María Iglesias Lovo	
Unidad de ejecución de la pasantía:	
Periodo de evaluación: 6 Meses	Fecha inicio: 3 de marzo
	Fecha de finalización: 12 de septiembre
Fecha de evaluación: 28 de Julio 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
Responsabilidad (30%)		
Cumplimiento de tareas asignadas, cumple el horario de trabajo, puntualidad, cumple las normas y reglas establecidas por la organización.	10	30%
Integración con equipo de trabajo (30%)		
Actitud frente al desempeño del cargo, cooperación con el equipo de trabajo e iniciativa y creatividad	10	30%
Capacidad técnica (40%)		
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	40%
	Total: 100%	

Observaciones u otros aspectos a considerar en evaluación:		
Recomendaciones:		
Fecha de la evaluación: 28 de Julio 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 3.

"Apoyo en el área de Marketing y Desarrollo de Estrategias de Marca para la empresa
Inversiones Karedo S.A. de C.V. bajo la marca DECOFFICE".

PRESENTADO POR:

Br. Monica Adriana Campos Zelaya CZ18001

MODALIDAD DE TRABAJO DE GRADO:

Pasantías de Prácticas Profesionales

DOCENTE ASESOR:

Licda. Martha Cristina Nolasco Aguirre

TUTOR DE LA EMPRESA:

Licda. Evelyn María Iglesias Lovo

FECHA DE EJECUCION:

21 de Julio 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



"Apoyo en el área de Marketing y Desarrollo de Estrategias de Marca para la empresa Inversiones Karedo S.A. de C.V. bajo la marca DECOFFICE".

PRESENTADO POR:

Br. Monica Adriana Campos Zelaya

F.  _____

DOCENTE ASESOR:

Licda. Martha Cristina Nolasco Aguirre

F.  _____



TUTOR DE LA EMPRESA:

Licda. Evelyn María Iglesias Lovo

F.  _____



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

INTRODUCCIÓN

En este tercer y último informe bimensual se presentan las actividades realizadas del 21 de julio al 12 de septiembre de 2025. Durante este período se consolidaron las estrategias de marketing digital y tradicional previamente planificadas, se ejecutaron campañas promocionales y se continuó con la gestión de redes sociales.

De igual forma, se brindó apoyo en el proceso de rebranding de la marca DECOFFICE, colaborando en la definición de lineamientos gráficos, mensajes clave y material promocional actualizado. Esta labor fortaleció la identidad corporativa de la empresa y su posicionamiento en el mercado de mobiliario.

I. ACTIVIDADES PLANEADAS REALIZADAS

A continuación, se describen las principales actividades realizadas durante el curso de la pasantía.

		
OBJETIVO GENERAL		
Consolidar y evaluar la implementación de estrategias de marketing digital y tradicional en Decoffice, fortaleciendo el posicionamiento de la marca y midiendo su impacto en el mercado de mobiliario.		
OBJETIVO ESPECÍFICO		
Gestionar las redes sociales de Decoffice mediante la creación de contenido, monitoreo de métricas e interacción con la comunidad digital, así como apoyar en la elaboración del rebranding de la marca para optimizar su identidad visual y comunicacional.		
ACTIVIDAD: Diseño de campaña digital		
META: Elaborar posts y reels para redes sociales		
SEMANA 21		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
21 al 25 julio 2025	Se diseñaron piezas gráficas y se planificó el calendario de publicaciones en Facebook e Instagram.	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos
ACTIVIDAD: Lanzamiento de anuncios digitales		
META: Publicar anuncios pagados en redes sociales con segmentación local.		
SEMANA 22		

FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
28 de julio 1 de agosto 2025	Se activaron campañas pagadas en Facebook Ads dirigidas a San Miguel.	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos
ACTIVIDAD: Promoción tradicional		
META: Diseñar y distribuir material impreso para fortalecer presencia física		
SEMANA 23		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
4 al 8 de agosto 2025	Se elaboraron flyers y banners colocados en zonas estratégicas de la ciudad.	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos
ACTIVIDAD: Apoyo al rebranding de Decoffice		
META: Colaborar en el diseño de lineamientos de marca actualizados		
SEMANA 24		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
11 al 15 de agosto 2025	Se elaboraron propuestas gráficas y mensajes clave para fortalecer la nueva imagen de Decoffice.	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos

ACTIVIDAD: Gestión de redes sociales		
META: Publicar al menos 3 contenidos en la semana		
SEMANA 25		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
18 al 22 agosto 2025	Se programaron publicaciones y se mantuvo interacción con seguidores.	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos
ACTIVIDAD: Producción audiovisual		
META: Crear videos cortos para destacar productos		
SEMANA 26		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
25 al 29 agosto 2025	Se grabaron y editaron clips mostrando algunos productos.	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos
ACTIVIDAD: Interacción con la comunidad		
META: Responder al 100% de mensajes y comentarios en redes sociales		
SEMANA 27		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1 al 5 de septiembre 2025	Se atendieron consultas de seguidores y se compartió información de productos.	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos
ACTIVIDAD: Investigación de mercado		
META: Levantar información de 3 competidores directos		
SEMANA 28		
FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
8 al 12 de septiembre 2025	Se recopilaron precios, promociones y líneas de producto de marcas locales.	-Licda. Evelyn Iglesias -Pasante: Br. Monica Campos

II. ACTIVIDADES EMERGENTES

Actividades emergentes realizadas durante el período del 21 de julio al 12 de septiembre de 2025, fuera del plan inicial, pero que surgieron por necesidades prácticas en la empresa DECOFFICE:

- Apoyo en el proceso de rebranding de la marca: colaboración en la definición de lineamientos gráficos, actualización de tipografías y paleta de colores, además de propuestas para la comunicación visual.
- Refuerzo de campañas digitales en fechas estratégicas: implementación de promociones especiales durante agosto para impulsar las ventas online.

ESTIMACION DE LOGRO DE OBJETIVOS

Durante el tercer bimestre de pasantía se alcanzó el **100% de cumplimiento** de los objetivos planteados en el plan de trabajo. Las actividades realizadas consolidaron la estrategia digital y tradicional, fortalecieron la presencia en el mercado y culminaron con el apoyo en el rebranding de la marca.

OBJETIVO	% de Avance	EVIDENCIA DEL CUMPLIMIENTO
Diseñar y ejecutar estrategias de marketing digital y tradicional	100%	Ejecución de campañas digitales, diseño de flyers y banners distribuidos en puntos estratégicos.
Gestionar redes sociales y crear contenido visual atractivo	100%	Publicaciones (posts, reels y videos), incremento de seguidores

Realizar investigación de mercado y análisis de la competencia	100%	Informe final con análisis de precios, promociones y tendencias de competidores.
Apoyar en el fortalecimiento de la identidad visual de la marca.	100%	Propuestas gráficas y mensajes clave para el proceso de rebranding.
Contribuir a la organización de la nueva apertura del local	100%	Apoyo en planificación, diseño de materiales promocionales y coordinación de actividades de lanzamiento.

Promedio general de avance: 100%

Este nivel de cumplimiento refleja la conclusión satisfactoria de todas las actividades planteadas en el plan de trabajo, así como la atención a necesidades emergentes de la empresa.

III. RECURSOS UTILIZADOS

RECURSOS HUMANOS	RECURSOS MATERIALES
Docente Asesor: Licda. Martha Cristina Nolasco Aguirre	<input checked="" type="checkbox"/> Laptop. <input checked="" type="checkbox"/> Lapiz. <input checked="" type="checkbox"/> Lapicero. <input checked="" type="checkbox"/> Papel. <input checked="" type="checkbox"/> Celular. <input checked="" type="checkbox"/> Herramientas y programas de marketing digital
Responsable empresa: Licda. Evelyn Maria Iglesias Lovo	
Pasante: Br. Monica Adriana Campos Zelaya	

IV. RESUMEN DE ASISTENCIA

DIAS LABORADOS	HORARIOS	AUSENCIAS JUSTIFICADAS
40 días	Lunes a viernes 08:00 a.m. – 12:00 m.d.	Ninguna

V. MODIFICACIONES AL PROYECTO DE PASANTIAS

Durante la planificación y ejecución del proyecto este periodo no se realizó ninguna modificación al mismo.

VI. VALORACION GENERAL DE PROGRESOS

Durante el período comprendido entre el 21 de julio y el 12 de septiembre de 2025, se consolidó de manera significativa mi desarrollo profesional dentro de la empresa DECOFFICE. Las actividades realizadas en este último bimestre no solo permitieron alcanzar el 100% de los objetivos planteados en el plan de trabajo, sino también profundizar en áreas clave de marketing, gestión de marca y estrategias digitales, aportando valor directo al posicionamiento de la empresa.

En el área de **CONOCIMIENTO**, se fortaleció la comprensión sobre el impacto del marketing digital y tradicional en la captación de clientes, el diseño de campañas publicitarias con objetivos medibles, el manejo de herramientas digitales (Meta Business Suite, Canva, CapCut y Google Ads), y la importancia del rebranding como estrategia de diferenciación en mercados competitivos. Asimismo, se adquirió experiencia en la medición de indicadores de desempeño y en la elaboración de informes de resultados basados en métricas reales.

En cuanto a **COMPETENCIAS** adquiridas, destacan la capacidad de diseñar y ejecutar estrategias de branding, la interpretación de métricas de redes sociales para la toma de decisiones, la creatividad en la generación de contenido audiovisual, y la planificación de actividades publicitarias integrales. También se consolidó la competencia en la investigación de

mercado y análisis de la competencia, generando propuestas de mejora alineadas a las tendencias del sector mobiliario.

Respecto a las **DESTREZAS**, se fortaleció la autonomía en la gestión de proyectos, la capacidad de trabajo colaborativo con el equipo de marketing y ventas, la comunicación efectiva en la atención al cliente digital, y la toma de decisiones estratégicas bajo escenarios de presión. De igual manera, se potenció la habilidad para dar soluciones rápidas a comentarios en redes sociales, coordinar campañas promocionales en fechas clave y colaborar activamente en el proceso de rebranding de la marca DECOFFICE.

VII. VISTO BUENO TUTOR EMPRESARIAL

NOMBRE DEL TUTOR EXTERNO	FIRMA	SELLO DE LA EMPRESA
Licda. Evelyn Iglesias		



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



BITÁCORA SEMANAL DE ACTIVIDADES DE LA PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL.


FECHA	ACTIVIDADES	HORA DE ENTRADA	HORA DE SALIDA	FIRMA
21/07/2025	Revisión del calendario de publicaciones y lineamientos gráficos.	8:00 a. m.	12:00 md	
22/07/2025	Diseño de piezas gráficas en Canva (posts y reels).	8:00 a. m.	12:00 md	
23/07/2025	Ajuste de colores y tipografías en los diseños.	8:00 a. m.	12:00 md	
24/07/2025	Organización del calendario de publicaciones en Meta Business Suite.	8:00 a. m.	12:00 md	
25/07/2025	Presentación de propuestas de diseño al tutor empresarial.	8:00 a. m.	12:00 md	
28/07/2025	Configuración de cuenta publicitaria en Meta Business.	8:00 a. m.	12:00 md	
29/07/2025	Segmentación de público objetivo.	8:00 a. m.	12:00 md	
30/07/2025	Creación de campañas pagadas en Facebook Ads.	8:00 a. m.	12:00 md	
31/07/2025	Monitoreo inicial de rendimiento de anuncios.	8:00 a. m.	12:00 md	
01/08/2025	Reporte preliminar de alcance e interacciones	8:00 a. m.	12:00 md	
04/08/2025	Diseño de flyers promocionales.	8:00 a. m.	12:00 md	
05/08/2025	Revisión y corrección de diseños para impresión.	8:00 a. m.	12:00 md	
06/08/2025	Revisión y corrección de diseños	8:00 a. m.	12:00 md	
07/08/2025	Revisión y corrección de diseños	8:00 a. m.	12:00 md	
08/08/2025	Elaboración de contenido.	8:00 a. m.	12:00 md	
11/08/2025	Revisión de identidad visual previa de Decoffice.	8:00 a. m.	12:00 md	
12/08/2025	Diseño de propuestas gráficas para el rebranding.	8:00 a. m.	12:00 md	
13/08/2025	Redacción de mensajes clave para la marca.	8:00 a. m.	12:00 md	
14/08/2025	Actualización de paleta de colores y tipografías.	8:00 a. m.	12:00 md	
15/08/2025	Actualización de paleta de colores y tipografías.	8:00 a. m.	12:00 md	


18/08/2025	Programación de publicaciones en Facebook e Instagram.	8:00 a. m.	12:00 md	
19/08/2025	Creación de contenido gráfico adicional.	8:00 a. m.	12:00 md	
20/08/2025	Revisión de métricas de publicaciones recientes.	8:00 a. m.	12:00 md	
21/08/2025	Interacción con seguidores (comentarios y reacciones).	8:00 a. m.	12:00 md	
22/08/2025	Respuesta a consultas básicas recibidas en redes sociales.	8:00 a. m.	12:00 md	
25/08/2025	Planificación de guion para clips de productos.	8:00 a. m.	12:00 md	
26/08/2025	Grabación de videos cortos en tienda.	8:00 a. m.	12:00 md	
27/08/2025	Edición de videos en CapCut.	8:00 a. m.	12:00 md	
28/08/2025	Incorporación de efectos y música en los clips.	8:00 a. m.	12:00 md	
29/08/2025	Publicación de videos en redes sociales.	8:00 a. m.	12:00 md	
01/09/2025	Revisión de mensajes y comentarios en redes sociales.	8:00 a. m.	12:00 md	
02/09/2025	Respuesta a consultas sobre precios y disponibilidad.	8:00 a. m.	12:00 md	
03/09/2025	Envío de información de productos vía mensajes.	8:00 a. m.	12:00 md	
04/09/2025	Seguimiento a clientes interesados en mobiliario.	8:00 a. m.	12:00 md	
05/09/2025	Registro de interacciones y reporte semanal.	8:00 a. m.	12:00 md	
08/09/2025	Identificación de tres competidores locales.	8:00 a. m.	12:00 md	
09/09/2025	Recopilación de precios de productos similares.	8:00 a. m.	12:00 md	
10/09/2025	Recopilación de precios de productos similares.	8:00 a. m.	12:00 md	
11/09/2025	Comparación de líneas de productos ofrecidos.	8:00 a. m.	12:00 md	
12/09/2025	Elaboración de informe de investigación de mercado.	8:00 a. m.	12:00 md	

FIRMA DEL PASANTE

FIRMA Y SELLO DEL TUTOR EXTERNO:


MONICA ADRIANA CAMPOS ZELAYA


LICDA. EVELYN MARIA IGLESIAS LOVO





UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
SECCION DE MERCADEO 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: Monica Adriana Campos Zelaya

Nombre de la institución: Inversiones Karedo S.A de C.V

Lugar de la visita: 5 avenida norte bis, #201, Barrio San Felipe, San Miguel

Fecha: 9/sep/25 Hora: 10:00am

Recibido por: Evelyn Iglesias

Motivo de la visita: Supervisor al pasante y la asistencia en el desarrollo de sus actividades

Comentarios u observaciones:

F:

Martha Cristina Nolasco Aguirre

Docente Asesor

F:

Monica Adriana Campos Zelaya
Estudiante: Monica Adriana Campos Zelaya



F:

Evelyn María Iglesias Lovo

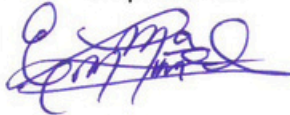
Asesor Profesional/o tutor de la empresa



Nombre del pasante: Monica Adriana Campos Zelaya	DUE: CZ18001
Institución receptora: INVERSIONES KAREDO S.A. DE C.V.	
Nombre del tutor: Evelyn María Iglesias Lovo	
Unidad de ejecución de la pasantía:	
Periodo de evaluación: 6 Meses	Fecha inicio: 3 de marzo
	Fecha de finalización: 12 de septiembre
Fecha de evaluación: 12 de Septiembre 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
Responsabilidad (30%)		
Cumplimiento de tareas asignadas, cumple el horario de trabajo, puntualidad, cumple las normas y reglas establecidas por la organización.	10	30%
Integración con equipo de trabajo (30%)		
Actitud frente al desempeño del cargo, cooperación con el equipo de trabajo e iniciativa y creatividad	10	30%
Capacidad técnica (40%)		
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	40%
	Total: 100%	

Observaciones u otros aspectos a considerar en evaluación:		
Recomendaciones:		
Fecha de la evaluación: 12 de Septiembre 2025.	Firma del tutor empresarial: 	Sello de la organización receptora: 