

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



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

**TÍTULO DEL INFORME FINAL:**  
APOYO EN EL ÁREA DE MERCADEO EN LA GESTIÓN Y CREACIÓN DE  
CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES DE MAR Y SOL HOTEL Y  
RESTAURANTE

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

**PRESENTADO POR:**  
ANA MARÍA VELÁSQUEZ PERDOMO N° CARNET VP18014

**DOCENTE ASESOR:**  
LIC. ARNOLDO ORLANDO SORTO MARTÍNEZ

MARZO 2026  
SAN MIGUEL, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

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



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

**DRA. EVELYN BEATRIZ FARFÁN**  
**VICERRECTORA ACADÉMICA**

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

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

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

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



**MCS. CARLOS IVÁN HERNÁNDEZ FRANCO**

**DECANO**

**DRA. NORMA AZUCENA FLORES RETANA**

**VICEDECANA**

**LIC. CARLOS DE JESÚS SÁNCHEZ**

**SECRETARIO**

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

**MBA. LINDA MARIANITA ACOSTA  
COORDINADORA DE PROCESOS DE GRADO DE LA CARRERA DE MERCADEO  
INTERNACIONAL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS.**

# ÍNDICE

## CONTENIDO

<b>1. RESUMEN .....</b>	<b>1</b>
<b>2. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>3. INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN RECEPTORA.....</b>	<b>4</b>
<b>3.1. DATOS GENERALES.....</b>	<b>4</b>
<b>3.1.1. LOCALIZACIÓN.....</b>	<b>4</b>
<b>3.1.2. ANTEDECENTES .....</b>	<b>4</b>
<b>3.1.3RECURSOS .....</b>	<b>5</b>
<b>3.1.3.1 INSTALACIONES Y EQUIPOS.....</b>	<b>5</b>
<b>3.1.3.2 HUMANOS .....</b>	<b>5</b>
<b>3.2 ACTIVIDADES ACTUALES .....</b>	<b>6</b>
<b>3.2.1PRODUCCION PRINCIPAL Y OTRAS.....</b>	<b>6</b>
<b>3.2.2SITUACIÓN TECNICA.....</b>	<b>6</b>
<b>3.2.4GENERALES DE COMERCIALIZACIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>4. METODOLOGÍA .....</b>	<b>10</b>
a) Trabajo de oficina y administrativo: .....	10
b) Trabajo de campo y activaciones promocionales: .....	11
c) Trabajo de campo y cobertura de eventos .....	11
d) Investigación y análisis de mercado .....	11
<b>5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>12</b>
• Conocimientos adquiridos: .....	12
• Destrezas adquiridas:.....	13
<b>6. CONCLUSIONES .....</b>	<b>13</b>
<b>7. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>15</b>
A la Universidad de El Salvador, FMO-UES:.....	15
A la empresa Mar y Sol Hotel y Restaurante:.....	15
<b>8. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>16</b>
<b>9. VISTO BUENO .....</b>	<b>17</b>
<b>10. ANEXOS .....</b>	<b>18</b>

## 1. RESUMEN

El presente informe corresponde a la pasantía de práctica profesional realizada por la Bachiller Ana María Velásquez Perdomo en el área de mercadeo de Mar y Sol Hotel y Restaurante, ubicado en Playa Las Tunas, departamento de La Unión. La experiencia se desarrolló del 03 de marzo al 14 de septiembre de 2025, con el propósito de aplicar los conocimientos adquiridos durante la formación académica en la carrera de Mercadeo Internacional y fortalecer competencias en marketing digital, gestión de contenido y comunicación estratégica con clientes.

El plan de trabajo se orientó principalmente a la gestión y creación de contenido digital para redes sociales, atención directa a clientes mediante plataformas digitales y análisis de la competencia del sector hotelero en la zona oriental del país. Asimismo, se brindó apoyo en actividades administrativas y en la organización y cobertura de eventos especiales, permitiendo una experiencia integral dentro del funcionamiento del área de mercadeo.

Entre las actividades más relevantes se destacan la producción de fotografías, videos, reels y TikToks; la cobertura de eventos como Día de la Mujer, Semana Santa, Festival de la Langosta, Día de la Madre, Día del Padre, Día del Maestro, vacaciones agostinas y Día de la Independencia; así como la elaboración de estudios comparativos de hoteles competidores y la proyección de tarifas para el año 2026. Estas acciones contribuyeron al fortalecimiento de la imagen digital del hotel y al posicionamiento de la marca en el entorno competitivo.

Al finalizar la pasantía, se logró cumplir satisfactoriamente con los objetivos establecidos, aportando estrategias de comunicación más dinámicas y orientadas al mercado. La experiencia permitió consolidar conocimientos teóricos, desarrollar habilidades prácticas en marketing digital y fortalecer la capacidad de análisis estratégico en el sector turístico.

**Palabras clave:** marketing digital; gestión de contenido; redes sociales; posicionamiento; sector hotelero.

## **ABSTRACT**

This report presents the professional internship carried out by Ana María Velásquez Perdomo in the marketing department of Mar y Sol Hotel y Restaurante, located in Playa Las Tunas, La Unión, El Salvador. The internship was conducted from March 3 to September 14, 2025, with the objective of applying the knowledge acquired throughout the International Marketing program and strengthening competencies in digital marketing, content management, and strategic customer communication.

The work plan focused primarily on the management and creation of digital content for social media platforms, direct customer interaction through digital channels, and competitive analysis within the hotel sector in eastern El Salvador. Additionally, administrative support and participation in the organization and coverage of special events were developed, allowing a comprehensive understanding of marketing operations within the hospitality industry.

Among the most relevant activities were the production of photographs, videos, reels, and TikToks; coverage of events such as International Women's Day, Easter Week, Lobster Festival, Mother's Day, Father's Day, Teacher's Day, August holidays, and Independence Day; as well as the development of competitive market studies and projected lodging rates for 2026. These actions contributed to strengthening the hotel's digital presence and brand positioning in a competitive environment.

Upon completion of the internship, the established objectives were successfully achieved, contributing dynamic and market-oriented communication strategies. This experience allowed the consolidation of theoretical knowledge, the development of practical digital marketing skills, and the strengthening of strategic analysis capabilities within the tourism sector.

**Keywords:** digital marketing; content management; social media; brand positioning; hospitality sector.

## **2. INTRODUCCIÓN**

Las prácticas profesionales constituyen una etapa determinante en la formación universitaria, ya que ofrecen la posibilidad de trasladar los conocimientos adquiridos en las aulas a un entorno real de trabajo. Esta experiencia permite al estudiante fortalecer sus competencias, adaptarse a las exigencias del mercado laboral y desarrollar habilidades prácticas que resultan indispensables para su futuro desempeño profesional.

El objetivo general de la pasantía fue apoyar al área de mercadeo mediante la gestión y creación de contenido digital para redes sociales, fortaleciendo así la presencia en línea y la proyección de Mar & Sol Hotel y Restaurante en el mercado. A partir de este se desprendieron objetivos específicos tales como: brindar atención a los clientes a través de plataformas digitales, elaborar contenido audiovisual atractivo, realizar estudios de mercado relacionados con la competencia, participar en la organización de eventos especiales y colaborar en la gestión administrativa del área.

Las actividades ejecutadas durante el período comprendido entre el 03 de marzo y el 14 de septiembre de 2025 incluyeron la cobertura de eventos institucionales y fechas conmemorativas (Día de la Mujer, Semana Santa, Festival de la Langosta, Día de la Madre, Día del Padre, Día del Maestro, vacaciones agostinas y Día de la Independencia), la producción de fotografías, videos, reels y TikToks, la atención a clientes en redes sociales y la realización de análisis comparativos de hoteles competidores. Todo ello contribuyó al fortalecimiento de la imagen digital del hotel y a la consolidación de aprendizajes significativos para la pasante.

### 3. INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN RECEPTORA

#### 3.1. DATOS GENERALES

##### 3.1.1. LOCALIZACIÓN

Mar & Sol Hotel y Restaurante está ubicado en Playa Las Tunas, jurisdicción de Conchagua, en el departamento de La Unión, El Salvador. Su localización estratégica en la zona oriental del país le permite aprovechar la belleza natural, ofreciendo a sus huéspedes experiencias de descanso, recreación y gastronomía frente al océano Pacífico.

##### 3.1.2. ANTEDECENTES

El hotel surgió como un proyecto impulsado por Grupo Campestre, al adquirir el inmueble anteriormente conocido como “Hotel Las Tunas” en subasta pública. En un inicio, el espacio estaba destinado a funcionar como centro recreativo para los colaboradores de la empresa, sin embargo, con el paso del tiempo se identificó el potencial turístico del lugar. A partir del 30 de marzo de 2015, se emprendieron remodelaciones y ampliaciones que incluyeron la construcción de nuevas habitaciones, la modernización de las instalaciones y la creación de espacios de entretenimiento.

Con estas transformaciones, Mar & Sol se abrió al público en general, consolidándose como un referente turístico en el oriente del país. Actualmente, es un destino que combina hospedaje, gastronomía, eventos y recreación, manteniendo un firme compromiso con la calidad del servicio y la promoción del turismo local.

**Misión:** Ofrecer una experiencia de hospitalidad auténtica y confortable, que brinde a los huéspedes momentos inolvidables mediante un servicio de excelencia, fomentando al mismo tiempo el respeto por la cultura salvadoreña y el entorno natural.

**Visión:** Ser reconocidos como uno de los principales destinos turísticos de la costa oriental de El Salvador, destacando por la calidad de nuestros servicios, la innovación constante y la contribución al desarrollo sostenible de la región.

**Valores:**

- ✓ Calidad y excelencia en el servicio.
- ✓ Hospitalidad y trato personalizado.
- ✓ Respeto y compromiso con el medio ambiente.
- ✓ Innovación y mejora continua.
- ✓ Responsabilidad social y apoyo a la comunidad local.

### **3.1.3 RECURSOS**

#### **3.1.3.1 INSTALACIONES Y EQUIPOS**

Mar & Sol cuenta con habitaciones estándar y Deluxe con vista al mar, salones para eventos con capacidad de hasta 160 personas, restaurante a la carta, bar, dos piscinas (una de agua dulce y otra de agua salada), áreas verdes, zonas de descanso y estacionamiento. Además, dispone de mobiliario y equipo necesario para la organización de actividades sociales, empresariales y familiares.

En el área de marketing, la empresa dispone de oficinas administrativas en Grupo Campestre y específicamente en el departamento de Mercadeo de Mar & Sol, equipadas con tecnología informática, software de gestión y herramientas digitales.

El espacio de trabajo asignado está dotado de mobiliario y recursos necesarios para el desarrollo de las actividades, entre ellos: escritorio, silla, computadora portátil, celular, impresora, lapiceros, lápices, engrapadora, calculadora, así como acceso a los sistemas internos de Grupo Campestre y SAP, además de conexión a internet inalámbrica (Wi-Fi)

#### **3.1.3.2 HUMANOS**

El hotel se apoya en un equipo multidisciplinario conformado por gerencia, personal administrativo, área de mercadeo y ventas, recepción, cocina, meseros, bartenders, personal de limpieza, mantenimiento y seguridad. Cada área contribuye al cumplimiento de los objetivos institucionales, destacándose la coordinación entre operaciones y mercadeo para garantizar experiencias satisfactorias a los clientes.

El departamento de mercadeo de Mar & Sol Hotel y Restaurante cuenta con personal en funciones específicas, entre ellos: gerente de mercadeo / ventas, coordinador de mercadeo / ventas, community manager.

Como principal personal se desglosa de la siguiente forma:

- Lic. Arnoldo Orlando Sorto Martínez - Tutor interno asignado por la universidad.
- Lcda. Silvia Oneyda Sánchez de Martínez - Tutor externo asignado por la empresa.
- Br. Ana María Velásquez Perdomo - Pasante en el área de marketing.

### **3.2 ACTIVIDADES ACTUALES**

#### **3.2.1 PRODUCCION PRINCIPAL Y OTRAS**

La principal actividad de Mar & Sol Hotel y Restaurante es la prestación de servicios turísticos, con énfasis en hospedaje, day pass y restaurante. A ello se suman actividades complementarias como la organización de eventos sociales y corporativos, y la oferta de experiencias de recreación en sus instalaciones.

Entre sus otras actividades, Mar & Sol y su área de mercadeo desarrolla y ejecuta estrategias de marketing orientadas a fortalecer la marca y fidelizar clientes. Estas incluyen la planificación y realización de campañas y celebraciones de fechas festivas.

Además, capacita a su personal para asegurar la eficiencia en la atención al cliente y la operación del hotel, mantiene una presencia activa en redes sociales y canales digitales como parte de sus estrategias de comunicación y posicionamiento en el mercado.

#### **3.2.2 SITUACIÓN TECNICA**

El hotel se encuentra en un proceso de modernización constante, incorporando equipos y mobiliario adecuados para garantizar el confort de los huéspedes. En el área de mercadeo, se utilizan herramientas digitales para la gestión de redes sociales, diseño de campañas y monitoreo de la competencia. Asimismo, se cuenta con sistemas administrativos que permiten controlar reservas, facturación y flujo de caja, lo cual facilita la eficiencia operativa.

La empresa cuenta con un departamento administrativo y contable, encargado

de la coordinación de recursos humanos, contabilidad y control financiero, asegurando el cumplimiento de obligaciones tributarias y la correcta gestión de los recursos de la empresa.

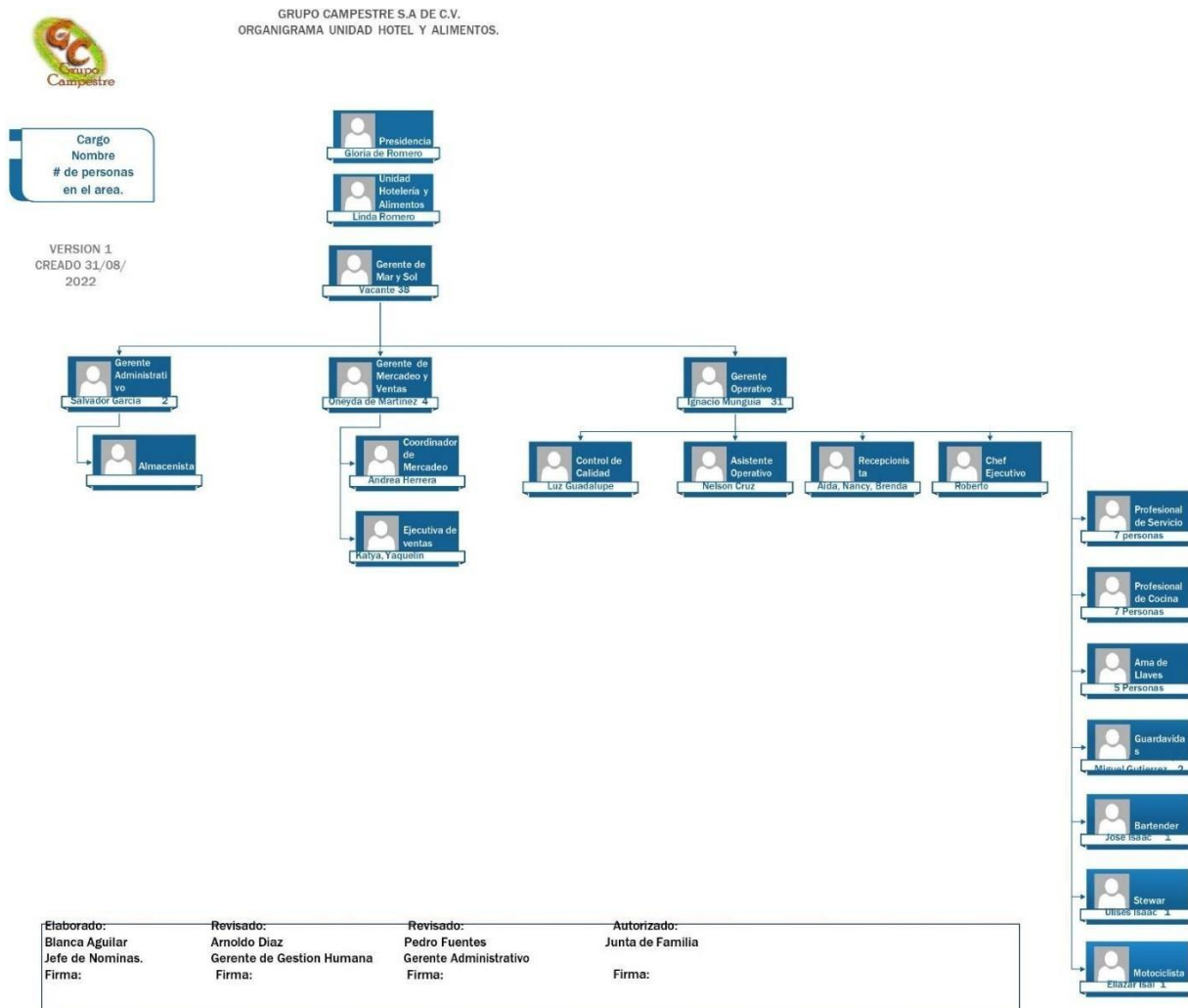
El equipo de operaciones organiza y supervisa la atención al cliente, el correcto funcionamiento de todas las áreas del hotel y restaurante. Garantiza que los estándares de calidad, higiene y servicio se cumplan.

Finalmente, el área de tecnología y sistemas da soporte a los procesos de marketing y operaciones, gestionando herramientas digitales, redes sociales, software de métricas, bases de datos y la comunicación interna entre departamentos, asegurando que la información fluya eficientemente.

### 3.2.3 SITUACIÓN ADMINISTRATIVA

<b>Nombre de la empresa:</b>	Hotelería y Turismo S.A de C.V.
<b>Actividad o Giro económico:</b>	Hoteles.
<b>Tamaño de la empresa:</b>	Mediana.
<b>Forma legal:</b>	Sociedad anónima de capital variable
<b>Número de empleados:</b>	Aproximadamente 40-60 colaboradores.

<p><b>Fortalezas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación estratégica frente al mar.</li> <li>• Instalaciones modernas</li> <li>• Atención personalizada</li> <li>• Variedad de servicios (hospedaje, restaurante, eventos, pasadías)</li> <li>• Posicionamiento en redes sociales.</li> <li>• Campañas de marketing efectivas y presencia en redes sociales.</li> <li>• Organización eficiente en operaciones, administración y logística.</li> </ul>	<p><b>Oportunidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creciente interés por el turismo interno.</li> <li>• Alianzas con agencias de viajes y Tour operadores.</li> <li>• Diversificación de paquetes turísticos.</li> <li>• Participación en ferias y festivales gastronómicos.</li> <li>• Mayor participación en eventos con patrocinio.</li> </ul>
<p><b>Debilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dependencia de temporadas altas para mayor rentabilidad</li> <li>• Área rocosa por lo que no siempre cuentan con playa.</li> <li>• Necesidad de mayor automatización en procesos administrativos.</li> </ul>	<p><b>Amenazas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia de hoteles y restaurantes de la zona.</li> <li>• Factores climáticos que afectan la afluencia turística.</li> <li>• Fluctuaciones económicas que reducen el consumo.</li> <li>• Estado de la carretera.</li> </ul>



### 3.2.4 GENERALES DE COMERCIALIZACIÓN

Los generales de comercialización de Mar & Sol Hotel y Restaurante se refieren a los principios, estrategias y procesos fundamentales que la empresa utiliza para llevar sus servicios. Estos generales abarcan los elementos estratégicos del marketing, conocidos como las 4 P:

- Producto:** Hospedaje en habitaciones estándar y Deluxe, restaurante a la carta especializado en mariscos, paquetes de pasadía, organización de eventos,

piscinas recreativas y servicios complementarios como bar.

- **Precio:** Estrategia de precios competitivos, con tarifas ajustadas según temporada alta y baja; además de promociones en fechas especiales y descuentos a través de redes sociales.
- **Plaza (distribución):** Servicios ofrecidos directamente en las instalaciones del hotel; reservas y consultas atendidas por teléfono, correo electrónico, redes sociales y alianzas con plataformas digitales de turismo.
- **Promoción:** Uso activo de redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok), campañas audiovisuales, participación en festivales gastronómicos y promociones en fechas conmemorativas como Día de la Madre, Día del Padre, Semana Santa y vacaciones agostinas.

#### 4. METODOLOGÍA

La pasantía profesional en el área de mercadeo de Mar & Sol Hotel y Restaurante se llevó a cabo bajo distintas modalidades de trabajo que permitieron una formación integral, combinando labores administrativas, digitales, de campo y de análisis de la competencia. Este enfoque permitió a la pasante aplicar conocimientos teóricos de mercadeo, fortalecer competencias prácticas y participar activamente en procesos estratégicos de la empresa.

##### a) Trabajo de oficina y administrativo:

En el área administrativa, se apoyó en procesos internos vinculados a la gestión de mercadeo, lo que incluyó:

- Elaboración de requisiciones de compras y reintegros de viáticos.
- Emisión y control de certificados de regalo para clientes.
- Manejo básico de facturación y uso de la herramienta SAP.

- Organización y sistematización de documentos internos relacionados con campañas y promociones.

Estas actividades facilitaron la comprensión de la dinámica operativa del área y fortalecieron competencias en gestión administrativa aplicada al sector turístico.

#### **b) Trabajo de campo y activaciones promocionales:**

Una parte central de la pasantía fue la gestión de redes sociales del hotel. Entre las acciones más relevantes se destacan:

- Creación de fotografías, videos, reels y TikToks para la promoción de servicios.
- Programación y publicación de contenido en fechas estratégicas.
- Respuesta a mensajes, comentarios y solicitudes de clientes en redes sociales.
- Coordinación de material gráfico y audiovisual para campañas temáticas.

Estas tareas permitieron fortalecer la presencia digital de la marca y mejorar la comunicación directa con el público objetivo.

#### **c) Trabajo de campo y cobertura de eventos**

Participación en eventos y actividades especiales realizadas por el hotel. Algunas de las más importantes fueron:

- Día de la Mujer, Semana Santa, Festival de la Langosta, Día de la Madre, Día del Padre, Día del Maestro, vacaciones agostinas y Día de la Independencia.
- Cobertura audiovisual de las actividades, incluyendo música en vivo, dinámicas recreativas, ambientación y entrega de detalles a clientes.
- Apoyo en la logística y atención al público durante eventos y fechas festivas.

La presencia en estas actividades permitió comprender la importancia del mercadeo experiencial y su impacto en la percepción de los clientes.

#### **d) Investigación y análisis de mercado**

Como parte de la pasantía se desarrollaron actividades de investigación orientadas a:

- Estudiar a la competencia hotelera de la zona oriental.
- Analizar tarifas, promociones y servicios ofertados por otros hoteles.
- Elaborar una proyección de precios de hospedaje para el año 2026.
- Identificar tendencias de consumo y estrategias digitales utilizadas en el sector.

El análisis de la competencia brindó insumos valiosos para la toma de decisiones del área de mercadeo y permitió reforzar la visión estratégica de la empresa.

En conjunto, estas modalidades de trabajo ofrecieron una experiencia completa, que integró aspectos administrativos, técnicos y estratégicos, contribuyendo al desarrollo profesional de la pasante y al fortalecimiento de la gestión de mercadeo de Mar & Sol Hotel y Restaurante.

## **5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Durante la pasantía profesional en el área de mercadeo de Mar & Sol Hotel y Restaurante, se alcanzaron resultados significativos que aportaron al fortalecimiento del área de marketing digital de la empresa y al mismo tiempo favorecieron el desarrollo de competencias profesionales de la pasante.

### **• Conocimientos adquiridos:**

Se reforzaron conocimientos prácticos en la gestión de marketing digital, especialmente en la creación, diseño y programación de publicaciones en redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok. Asimismo, se adquirió experiencia en la planificación y cobertura de eventos conmemorativos y promocionales, tales como Día de la Mujer, Semana Santa, Festival de la Langosta, Día de la Madre, Día del Padre, Día del Maestro, vacaciones agostinas y Día de la Independencia. También se fortalecieron los conocimientos en análisis competitivo, realizando estudios sobre hoteles de la zona oriental, sus precios, promociones y servicios,

lo que permitió aportar información útil para la proyección de tarifas 2026 y el posicionamiento del hotel frente a la competencia.

- **Habilidades desarrolladas:**

Se consolidaron habilidades en la gestión administrativa vinculada al área de mercadeo, mediante la elaboración de requisiciones, control de viáticos, emisión de certificados de regalo y manejo de procesos básicos en SAP. A su vez, se potenciaron las competencias en el manejo de herramientas digitales para edición de fotografías y videos, creación de reels y TikToks, y en la atención de clientes a través de redes sociales. Además, se fortaleció la capacidad de planificación y coordinación en la cobertura de eventos, participando tanto en la logística como en la difusión digital de las actividades realizadas por el hotel.

- **Destrezas adquiridas:**

Se desarrollaron destrezas en la interacción directa con los clientes mediante redes sociales, aplicando una comunicación clara, efectiva y personalizada. También se adquirió mayor destreza en la producción y edición de contenido audiovisual atractivo, alineado con los objetivos de mercadeo del hotel. Asimismo, se perfeccionó la capacidad de recopilar, organizar y analizar información estratégica del entorno competitivo, lo que facilitó la elaboración de recomendaciones prácticas para la toma de decisiones en el área de mercadeo.

En general, los resultados obtenidos evidencian una experiencia enriquecedora que permitió aplicar la teoría en un contexto real, aportando valor tanto al desarrollo profesional de la pasante como al fortalecimiento de la imagen digital de Mar & Sol Hotel y Restaurante.

## **6. CONCLUSIONES**

La pasantía profesional desarrollada en el área de mercadeo de Mar & Sol Hotel y Restaurante permitió cumplir con el objetivo general de apoyar en la gestión digital y en la planificación de actividades promocionales, logrando una experiencia práctica enriquecedora que fortaleció tanto los procesos internos del hotel como la formación profesional de la pasante.

Se logró realizar un análisis de la competencia hotelera de la zona oriental,

identificando precios, servicios y estrategias de promoción en redes sociales. Esta información se convirtió en un recurso importante para la proyección de tarifas 2026 y el diseño de estrategias que contribuyen al posicionamiento del hotel frente al mercado turístico.

Las labores administrativas, entre ellas la elaboración de requisiciones, control de viáticos, emisión de certificados de regalo y manejo básico de SAP, facilitaron el funcionamiento del área de mercadeo y permitieron optimizar la organización de recursos.

La participación en eventos y celebraciones especiales como el Día de la Mujer, Semana Santa, Festival de la Langosta, Día de la Madre, Día del Padre, Día del Maestro, vacaciones agostinas y Día de la Independencia brindó la oportunidad de aplicar conocimientos de mercadeo en un entorno real. Estas actividades contribuyeron a fortalecer la interacción con los clientes, mejorar la imagen digital del hotel y promover la fidelización de los visitantes.

Asimismo, la producción constante de contenido audiovisual (fotografías, videos, reels y TikToks) permitió reforzar la presencia digital de la marca y conectar de manera más efectiva con el público objetivo, utilizando estrategias visuales y comunicacionales acordes a las tendencias actuales del mercado.

En conclusión, la pasantía representó un espacio de formación integral que favoreció el desarrollo de competencias profesionales como el análisis crítico, la planificación estratégica, la gestión de información, la resolución de problemas, la comunicación efectiva y la capacidad de adaptación. Estos aprendizajes constituyen una base sólida para el futuro desempeño laboral de la pasante en el campo del mercadeo internacional.

## **7. RECOMENDACIONES**

### **A la Universidad de El Salvador, FMO-UES:**

1. Ampliar las oportunidades de pasantías en áreas vinculadas al turismo y la hospitalidad, dado el potencial de crecimiento de este sector en la región oriental del país.
2. Incorporar otros métodos de enseñanza en la carrera, como laboratorios de marketing digital o proyectos de simulación empresarial, que preparen a los estudiantes para el manejo de herramientas y escenarios reales y se genere un vínculo más estrecho entre la formación académica y la experiencia laboral.
3. Implementar un programa de mentoría entre egresados y estudiantes en prácticas, para que los primeros compartan experiencias y consejos que fortalezcan la inserción laboral de los pasantes.

### **A la empresa Mar y Sol Hotel y Restaurante:**

1. Potenciar la capacitación del personal en atención al cliente y comunicación digital, asegurando un trato más eficiente y coherente en todos los canales de contacto.
2. Establecer un plan de investigación de mercado de forma periódica, que permita anticiparse a las tendencias, ajustar tarifas y diseñar promociones más competitivas.
3. Invertir en la actualización tecnológica de los sistemas administrativos y de reservas, con el objetivo de agilizar procesos internos y mejorar la experiencia de los clientes.
4. Continuar impulsando estrategias de marketing digital innovadoras, aprovechando el contenido audiovisual como medio principal para proyectar la marca.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

Expedia. (s.f.). *Mar y Sol Hotel y Restaurante*. <https://www.expedia.com/>

Hotelería y Turismo S.A. de C.V. / Grupo Campestre. (2025). *Archivos internos y procesos administrativos*.

Mar y Sol Hotel y Restaurante. (s.f.). *Sitio web*. <https://www.hotel-marysol.com/>

Mar y Sol Hotel y Restaurante. (s.f.). *Publicaciones oficiales en Facebook, Instagram y TikTok*.

Silvia Oneyda Sánchez. (2025). *Entrevista personal*.

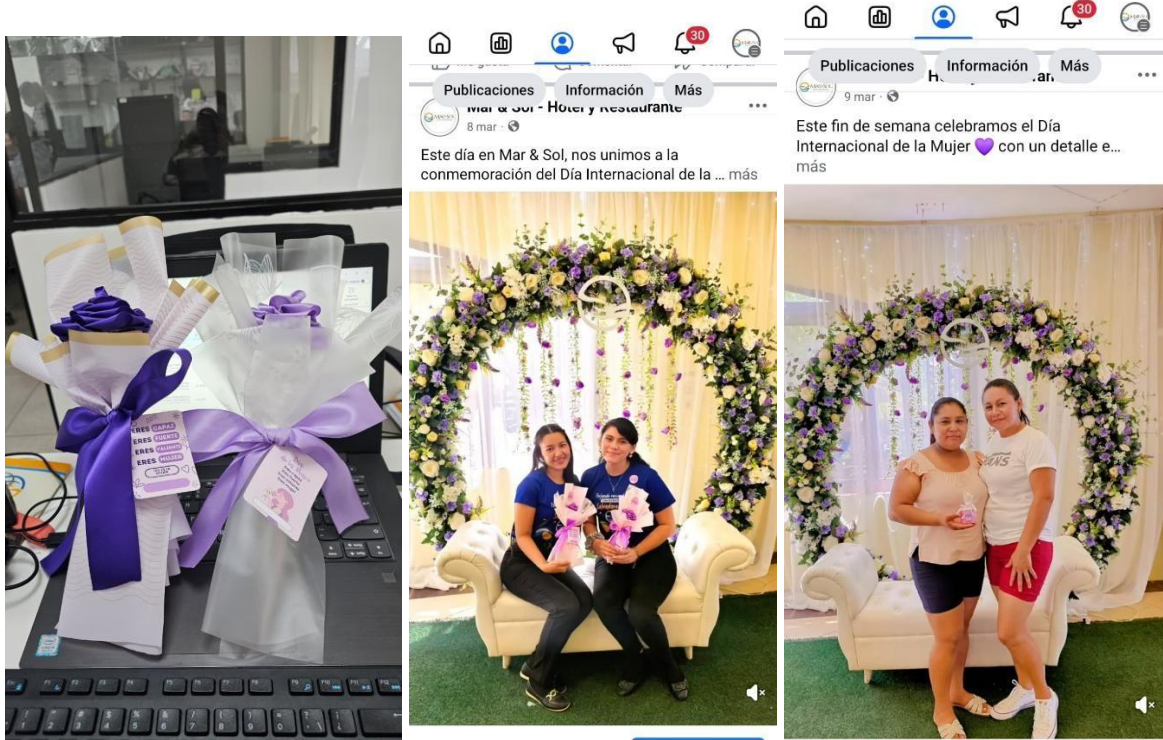
## 9. VISTO BUENO

## VISTO BUENO DEL TUTOR EMPRESARIAL

TUTOR	FIRMA	SELLO EMPRESARIAL
Lcda. Silvia Oneyda Sánchez de Martínez		

## 10. ANEXOS

*Toma de fotografías y videos a clientas y colaboradoras el 08 de marzo durante la entrega de obsequios y de las actividades especiales del día.*



*Participación en el Festival de la Langosta*





Mar & Sol - Hotel y Resta...

Mar & Sol - Hotel y Restaurante  
5 abr ·

Este día participamos en el 3º Festival de la Langosta apoyando el crecimiento y el turismo en nuestra zona.

Realizamos una dinámica especial para la rifa de un 1 Day Pass doble en la cual los asistentes pudieron participar y la afortunada ganadora fue Reina Isabel Bardales. ¡Felicidades!

Nos encanta contribuir y ser parte de eventos que impulsan el turismo.

#playa #lastunas #marysol #launion  
#FestivalDeLaLangosta #turismo #hotel



Comentar como Mar & Sol - Hotel y Restaurante

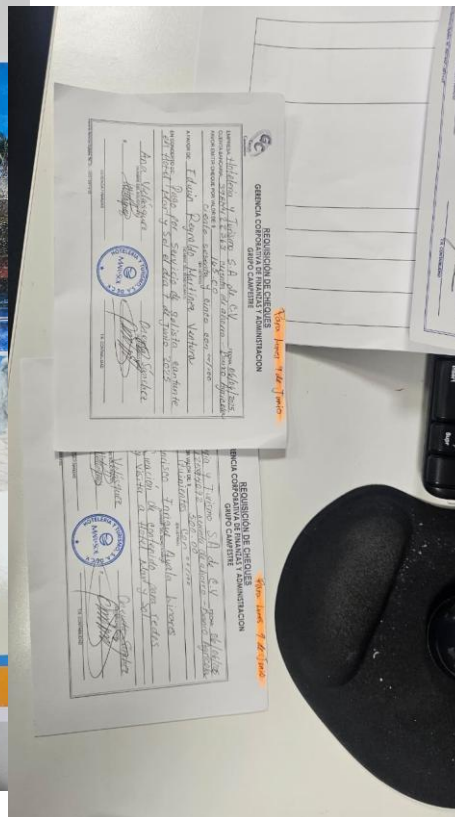
*Participación en sesiones fotográficas.*



Levantamiento y gestión de contenido para campaña mes de la madre.



Ingreso de facturas y elaboración de requisiciones.



*Levantamiento de contenido para campaña septiembre.*



*Montaje de decoraciones.*

