

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
SECCION DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACION
EN GERENCIA ESTRATEGICA DE NEGOCIOS**

**TITULO DEL INFORME FINAL
PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA DYBAX**

**PARA OPTAR PARA EL GRADO ACADEMICO DE
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

PRESENTADO POR:

BONILLA ARGUETA, YANCY MARICRUZ	BA11022
DURÁN PERDOMO, DOUGLAS MOISÉS	DP19020
HERNÁNDEZ CHÉVEZ, XIOMARA ELIZABETH	HC19018
PÉREZ JUÁREZ, BRYAN ALEXANDER	PJ19004
VILLATORO FUENTES, ANA VICTORIA	VF19007

DOCENTE ASESOR

JORGE DANIEL BENÍTEZ ANDRADE

AGOSTO 2025, SAN MIGUEL, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES CENTRALES



MSC. JUAN ROSA QUINTANILLA
RECTOR

MSC. EVELYN BEATRIZ FARFAN
VICERRECTORA

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ACADEMICO

LIC. PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA
SECRETARIO GENERAL

LIC. CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA
FISCAL GENERAL

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL



MSC. CARLOS IVÁN FRANCO HERNÁNDEZ

DECANO

DRA. NORMA AZUCENA FLORES RETANA

VICEDECANA

LIC. CARLOS DE JESÚS SÁNCHEZ

SECRETARIO

LIC. ARNOLDO ORLANDO SORTO MARTÍNEZ

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS EMPRESARIALES

LICDA. LISSETH NOHEMY SALEH DE PERLA

**COORDINADORA DEL PROCESO DE GRADO DEL DEPARTAMENTO DE
CIENCIAS ECONOMICAS**

AGRADECIMIENTOS

Como grupo de trabajo, expresamos nuestras más sinceras muestras de agradecimiento a la Universidad de El Salvador, por brindarnos un espacio académico de calidad, en el cual hemos podido adquirir conocimientos, habilidades y valores que serán fundamentales en nuestro desarrollo profesional y personal.

Agradecemos a los docentes de la carrera, por su dedicación, compromiso y entrega constante, ya que con su experiencia y orientación supieron guiarnos a lo largo de este camino académico, inspirándonos a dar siempre lo mejor de nosotros.

De manera especial, expresamos nuestro agradecimiento al docente del curso de Pre-especialización, por su paciencia, apoyo y asesoría durante el desarrollo de este trabajo final de grado. Sus enseñanzas y observaciones fueron un pilar importante para fortalecer la calidad del proyecto, así como para motivarnos a alcanzar un alto nivel de exigencia y excelencia académica. A cada uno de ustedes, gracias por contribuir a la culminación de esta etapa tan importante en nuestra formación.

Con cariño y respeto de todo el grupo de trabajo.

En primer lugar, mi más sincera gratitud a mi Padre Celestial, quien con su amor infinito me ha regalado el don de la vida y la fortaleza para perseverar en los momentos más desafiantes. Sin su guía y protección, este logro no hubiera sido posible. A Él entrego mis pasos, mis anhelos y mis logros, pues todo lo que soy y lo que tengo proviene de su bendición.

A mi mami María Argueta por su ejemplo de entrega, sacrificio y amor incondicional. Gracias por ser mi refugio en las tormentas, por creer en mí incluso cuando yo dudaba, y por enseñarme que la constancia y la fe pueden vencer cualquier obstáculo. Tus palabras y tu apoyo han sido la luz que ha iluminado mi camino en cada momento difícil.

A mi hijo Oscar Mauricio Ortiz Bonilla, mi razón de ser y mi mayor motivación. Cada esfuerzo, cada desvelo y cada reto superado ha tenido como propósito brindarte un mejor futuro. Eres la inspiración que me impulsa a seguir adelante, el motor que me recuerda que siempre vale la pena luchar por los sueños.

A mi hermano Mario Bonilla, mis hermanas, Merilyn Gómez, Flor Bonilla y Katherine Bonilla que, con sus palabras de aliento, gestos de apoyo y muestras de cariño, me recordaron que la familia es un lazo irrompible. Gracias por estar presentes en cada etapa de este proceso, celebrando mis avances y brindándome fuerza en los momentos de debilidad.

A mis estimados docentes, el Licenciado Jorge Daniel Benítez Andrade, la Licenciada Lisseth Nohemy Saleh de Perla y licenciado Arnoldo Orlando Sorto, quienes con dedicación, paciencia y compromiso compartieron no solo conocimientos, sino también valores y enseñanzas que llevaré siempre conmigo. Su orientación ha sido fundamental para alcanzar este objetivo.

A mis compañeros de grupo, quienes se convirtieron en aliados en esta travesía. Gracias por el trabajo en equipo, por la colaboración y por los momentos compartidos que hicieron este

camino más ameno y enriquecedor. La amistad que se forja en medio de retos y aprendizajes es, sin duda, un tesoro que guardo con aprecio.

A todos ustedes, mi más profundo agradecimiento. Este logro no es solo mío, sino también de cada persona que me acompañó, me motivó y creyó en mí. Hoy, más que un final, celebro un nuevo comienzo, sabiendo que los sueños se alcanzan con esfuerzo, fe y amor.

Yancy Maricruz Bonilla Argueta

A lo largo de este camino académico, han sido muchas las personas que han contribuido de manera significativa a este logro. Hoy quiero dedicar unas palabras de gratitud a quienes me han acompañado y brindado su apoyo incondicional durante todo este proceso.

Agradezco, en primer lugar, a Dios por haberme dado la vida, la fuerza, la salud y la sabiduría para seguir adelante en cada etapa de este camino. Su presencia ha sido luz en los momentos de dificultad y guía constante en cada decisión

A mis padres, gracias por su amor incondicional, por los valores que me inculcaron y por su apoyo firme en cada paso. Su ejemplo de esfuerzo, compromiso y dedicación ha sido, y seguirá siendo, mi mayor inspiración.

A mi esposa, por ser mi compañera inquebrantable. Le agradezco profundamente su paciencia, su comprensión y su apoyo incondicional, así como su presencia a mi lado en cada momento de este camino.

A mis hermanos, que, con su cariño, sus palabras de aliento y su compañía han sido un soporte fundamental a lo largo de esta etapa.

A toda mi familia, cuyo amor y apoyo incondicional han sido fundamentales para alcanzar este logro. Gracias por sus valiosos consejos, su constante motivación y por estar siempre presentes a lo largo de este camino.

A los docentes que me guiaron durante mi formación académica, gracias por su dedicación, por compartir sus conocimientos con generosidad y por motivarme a dar siempre lo mejor de mí. Finalmente, a todas las personas que, de una u otra manera, aportaron a este proceso, gracias. Cada palabra de aliento, cada gesto de ayuda dejó una huella en este logro que hoy celebro con gratitud.

Douglas Moisés Durán Perdomo.

En primer lugar, agradezco profundamente a Dios y a la virgen María, quienes han sido mi guía y refugio en cada paso de este camino. A ellos, a quienes confiaba mis anhelos y preocupaciones, por brindarme sabiduría, fortaleza y protección, y por escuchar cada una de mis oraciones en los momentos de mayor desafío.

A mis padres, por ser el pilar fundamental de mi vida, por su amor incondicional su apoyo constante y por enseñarme, con su ejemplo, el valor del esfuerzo y perseverancia. A mis hermanos por sus palabras de aliento y por estar siempre dispuestos a ayudarme.

A mi familia, en especial a quienes me brindaron posada, apoyo y comprensión, haciendo de su hogar un lugar de refugio y motivación para continuar con mi proceso académico. A todos los familiares y amigos que, de una u otra manera, han estado presentes para alentarme y motivarme.

A mi grupo de trabajo, por la dedicación, compromiso y compañerismo que hicieron posible superar cada reto y alcanzar juntos nuestro objetivo.

Finalmente, al Licenciado encargado del curso de Pre-especialización, por su guía, paciencia y valiosa orientación, que fueron esenciales para la culminación de este proyecto.

Este logro representa no solo mi esfuerzo, sino también el de todas las personas que me han acompañado y creído en mí.

Xiomara Elizabeth Hernández Chévez.

En este momento tan significativo de mi vida, deseo expresar mi más profundo y sincero agradecimiento a todas aquellas personas que, han sido mi pilar, y han formado parte de este camino académico, brindándome su apoyo incondicional, motivación y confianza para alcanzar esta meta tan anhelada.

A mi madre, Silvia Morena, por ser el pilar fundamental en mi vida, por su amor inagotable, sus consejos llenos de sabiduría y por enseñarme que los sueños se alcanzan con esfuerzo, disciplina y fe. Gracias por acompañarme en cada paso, por tu paciencia y por nunca dejar de creer en mí, incluso en los momentos más difíciles.

A mi padre, José Otoniel, por su ejemplo de trabajo, compromiso y perseverancia. Gracias por mostrarme con tus acciones que el sacrificio y la responsabilidad son caminos seguros hacia el éxito, y por brindarme siempre tu apoyo y guía.

A mi hermana, Lisette, y a mi hermano, Otoniel, por ser una fuente constante de motivación, por sus palabras de ánimo y por recordarme siempre que los logros son más valiosos cuando se comparten con quienes amamos. A mi abuelita, Bersa, por su ternura, sus oraciones y su apoyo incondicional, que han sido una luz en los momentos de oscuridad.

De manera muy especial, a mi mejor amigo Luis, quien compartió conmigo largas jornadas de estudio, desvelos y desafíos académicos. Tu compañía, apoyo y amistad han hecho de este proceso una experiencia no solo académica, sino también de crecimiento personal, demostrando que las metas se alcanzan más fácilmente cuando se tiene al lado a personas que comparten el mismo espíritu de lucha.

Bryan Alexander Pérez Juárez.

Agradezco a Dios, por darme la vida, la salud y la fortaleza para llegar hasta este momento tan importante y por permitirme culminar mi carrera universitaria.

A mis padres, Angélica y Carlos, por ser mi pilar y mi mayor ejemplo de amor, esfuerzo y dedicación, a mi querida abuela Nila, por su amor incondicional y por ser esa luz que siempre ilumina mi camino. Gracias por enseñarme a luchar por mis sueños, por estar conmigo en cada paso y por darme el apoyo que me ha sostenido en los momentos más difíciles.

A mis hermanos Patty, Andrés y Alejandra, por su cariño, compañía y por creer siempre en mí, siempre trate de ser un buen ejemplo para ustedes.

A mis tías Mary y Marina, por ser como segundas madres para mí, brindándome cuidado, apoyo y un amor que siempre guardaré en el corazón.

A mis tíos Andrés, Héctor y Nolberto, mi madrina Jaqui, por su afecto, apoyo constante y por estar presentes en mi vida con palabras de aliento y gestos de cariño que han significado mucho para mí.

A Jackson, una persona muy especial en mi vida, por su paciencia, por su apoyo incondicional y por acompañarme con cariño en cada etapa de este camino.

A mis docentes de la carrera y curso de Pre-especialización, por su guía, dedicación y compromiso con mi formación profesional.

A mis compañeros de universidad, quienes con su amistad, apoyo y colaboración hicieron más llevadero este camino. Gracias por cada trabajo en equipo, por cada conversación y por compartir juntos esta experiencia que hoy llega a su fin.

Ana Victoria Villatoro Fuentes

ÍNDICE

RESUMEN.....	18
PALABRAS CLAVE:	18
ABSTRACT	19
KEY WORDS:	19
INTRODUCCIÓN	20
OBJETIVOS	21
OBJETIVOS GENERALES	21
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
ANÁLISIS DE INDUSTRIA.....	21
PRINCIPALES COMPETIDORES.	21
BENCHMARKING DE LOS COMPETIDORES.	23
RETOS DE LA INDUSTRIA.	25
TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA.	26
ANÁLISIS DE NEGOCIO	27
ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE PRODUCTO.	27
Modelos de Negocio de la Empresa.....	27
LISTADO DE PRODUCTOS.....	27
INFORME DE VENTAS POR PRODUCTOS/SERVICIO.....	29
ESCALERA DE VALOR.....	31
PRECIOS DE PRODUCTOS/SERVICIOS.	31

	12
OBSERVACIONES EN CUANTO CALIDAD Y PRESENTACIÓN.....	31
POTENCIALES NUEVOS PRODUCTOS/SERVICIOS.....	35
MODELO DE SUSCRIPCIÓN.....	36
ESTRATEGIA DE MARKETING.....	38
BENEFICIOS PARA DYBAX CAFÉ.....	38
ESTRATEGIA DE VENTAS B2B.....	39
ADMINISTRACIÓN.....	40
FILOSOFÍA EMPRESARIAL.....	41
MISIÓN.....	41
VISIÓN.....	41
VALORES.....	41
ORGANIGRAMA.....	41
FACTURACION ERP.....	41
PLAN DE ESTRATÉGICO.....	42
OBSERVACIONES FODA.....	44
TALENTO HUMANO.....	46
PUESTOS Y FUNCIONES.....	46
DESCRIPCIONES DE PUESTOS IDENTIFICADOS.....	47
NECESIDADES DE CONTRATACIÓN.....	50
PROCESO DE CONTRATACIÓN.....	50
EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO.....	50
FINANZAS.....	51

	13
CALIFICACIÓN DE COSTOS DE LA EMPRESA.....	51
PUNTO DE EQUILIBRIO DE LA EMPRESA.....	53
GRAFICA - PUNTO DE EQUILIBRIO DE LA EMPRESA DYBAX CAFÉ.....	54
BALANCE GENERAL.....	55
INDICADORES FINANCIEROS.....	55
Rentabilidad.....	55
Margen de utilidad bruta.....	55
Margen de Utilidad Neta.....	55
ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADO.....	55
RESULTADO DE ANALISIS.....	57
PRODUCTO.....	57
OBSERVACIÓN.....	57
PUNTOS POSITIVOS.....	57
DIVERSIDAD EN LA OFERTA DE PRODUCTOS:.....	57
ÁREAS DE MEJORA.....	57
RECOMENDACIONES.....	58
ADMINISTACIÓN.....	59
OBSERVACIÓN.....	59
PUNTOS POSITIVOS.....	59
ÁREAS DE MEJORA.....	60
RECOMENDACIONES.....	61
OPERACIONES.....	62
OBSERVACIÓN.....	62

PUNTOS POSITIVOS.....	62
ÁREAS DE MEJORA.....	63
RECOMENDACIONES.....	64
MARKETING.....	65
OBSERVACIÓN.....	65
PUNTOS POSITIVOS.....	65
ÁREAS DE MEJORA.....	66
RECOMENDACIONES.....	67
PLAN ESTRATÉGICO.....	69
OBJETIVOS.....	69
PLAN ESTRATEGICO.....	72
CONCLUSIONES.....	81
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	82
ANEXOS.....	86
MANUAL DE PROCESOS.....	87

INDICE DE TABLAS

TABLA 1	29
INFORME DE VENTAS POR PRODUCTO, DYBAX CAFÉ.	29
TABLA 2.....	31
CUADRO DE TIPO DE PRODUCTOS DE DYBAX CAFÉ.....	31
TABLA 3.....	32
CUADRO DE CALIDAD Y PRESENTACIÓN.....	32
TABLA 4.....	37
MODELO DE PLAN DE SUSCRIPCIÓN DYBAX CAFÉ.....	37
TABLA 5.....	39
MODELO DE PAQUETES DE SUMINISTRO DYBAX CAFÉ.....	39
TABLA 6.....	42
FODA.....	42
TABLA 7.....	47
DESCRIPCIÓN DE PUESTO GERENTE GENERAL	47
TABLA 8.....	48
DESCRIPCIÓN DE PUESTO SUB GERENTE GENERAL	48
TABLA 9.....	48
DESCRIPCIÓN DE PUESTO ENCARGADO DEL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN.....	48

	16
TABLA 10.....	49
DESCRIPCIÓN DE PUESTO ENCARGADO DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS	49
TABLA 11	49
DESCRIPCIÓN DE PUESTO DEPARTAMENTO DE EMPAQUETADO	49
TABLA 12.....	50
DESCRIPCIÓN DE PUESTO ENCARGADO DE DISTRIBUCIÓN	50
TABLA 13.....	51
COSTO FIJO.....	51
TABLA 14.....	53
DATOS FINANCIEROS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO DE LA EMPRESA DYBAX CAFÉ	53
TABLA 15.....	54
ESTADO DE RESULTADO.....	54
TABLA 16.....	56
ANÁLISIS VERTICAL.....	56
TABLA 17.....	69
OBJETIVOS DEL PLAN ESTRATÉGICOS DE DYBAX CAFÉ	69
TABLA 18.....	72
PLAN ESTRATÉGICO A CORTO PLAZO (MENOS DE SEIS MESES).....	72

TABLA #19.....	74
PLAN ESTRATÉGICO A MEDIANO PLAZO (ENTRE SEIS MESES Y 2 AÑOS)	74
TABLA 20.....	76
PLAN ESTRATÉGICO A LARGO PLAZO (MÁS DE 2 AÑOS).....	76
TABLA 21.....	78
PRESUPUESTO DE IMPLEMENTACIÓN	78
TABLA 22.....	80
IMPACTO ECONÓMICO – MODELO DE SUSCRIPCIÓN DE CAFÉ (PROYECCIÓN)	80

ÍNDICE DE FIGURAS

IMAGEN 1.....	34
IMAGEN DEL EMPAQUE DEL CAFÉ EN CUANTO CALIDAD Y PRESENTACIÓN	34
IMAGEN 2.....	40
LIENZO CANVAS DEL NEGOCIO.....	40

RESUMEN

Con el propósito de salvaguardar la confidencialidad y anonimato de la empresa objeto de análisis, en el presente ensayo se empleó la denominación ficticia DYBAX, que entre sus aspectos positivos destacan su amplia trayectoria, su calidad, personal comprometido, fondos propios, diversidad de productos (puro, orgánico, gourmet, saborizados) y precios competitivos. Asimismo, mantiene una identidad artesanal que refuerza su posicionamiento como café local de calidad, con oportunidades de crecimiento en mercados vecinos y en la adopción de prácticas sostenibles.

Sin embargo, también se identifican aspectos negativos como la ausencia de un plan estratégico integral, procesos administrativos poco formalizados, escasa presencia digital, dependencia de mano de obra temporal, infraestructura limitada para aumentar la producción y falta de implementación de herramientas tecnológicas como un sistema ERP.

El estudio incluye un análisis del entorno competitivo, tendencias de consumo, retos del sector (como el cambio climático y la volatilidad de los precios internacionales) y oportunidades de diversificación. Se describen procesos productivos, estrategias potenciales de comercialización (suscripción, ventas B2B) y un análisis financiero que muestra un punto de equilibrio de 198 unidades mensuales y una utilidad neta de \$384.75. Las recomendaciones se centran en profesionalizar la gestión, optimizar la producción, fortalecer la presencia digital y aprovechar nichos de mercado, garantizando así la competitividad y sostenibilidad a largo plazo.

PALABRAS CLAVE:

Café de especialidad, fortalezas, debilidades, plan estratégico, competitividad, diversificación, tendencias, retos, modelo de negocio, punto de equilibrio, café gourmet, marketing

ABSTRACT

To safeguard the confidentiality and anonymity of the company under study, the fictitious name DYBAX was used in this essay. Among its positive aspects are its extensive history, quality, committed staff, proprietary funds, product diversity (pure, organic, gourmet, flavored), and competitive prices. It also maintains an artisanal identity that reinforces its position as a quality local coffee, with growth opportunities in neighboring markets and the adoption of sustainable practices.

However, negative aspects are also identified, such as the absence of a comprehensive strategic plan, poorly formalized administrative processes, limited digital presence, dependence on temporary labor, limited infrastructure to increase production, and lack of implementation of technological tools such as an ERP system.

The study includes an analysis of the competitive environment, consumer trends, industry challenges (such as climate change and international price volatility), and opportunities for diversification. Production processes, potential marketing strategies (subscription, B2B sales), and a financial analysis are described, showing a break-even point of 198 units per month and a net profit of \$384.75. Recommendations focus on professionalizing management, optimizing production, strengthening the digital presence, and leveraging market niches, thus ensuring long-term competitiveness and sustainability.

KEY WORDS:

Specialty coffee, strengths, weaknesses, strategic plan, competitiveness, diversification, trends, challenges, business model, break-even point, gourmet coffee, marketing.

INTRODUCCIÓN

El café es uno de los productos agrícolas más representativos de El Salvador, no solo por su relevancia histórica y cultural, sino también por su contribución a la economía. En este contexto, DYBAX CAFÉ se ha consolidado como una empresa agroindustrial con muchos años de trayectoria en el cultivo, procesamiento y comercialización de café, destacando por su origen desde la zona alta de Perquín, Morazán, y por ofrecer un producto con identidad artesanal y calidad reconocida.

Entre sus fortalezas sobresalen la experiencia acumulada, el uso de insumos propios, una amplia variedad de productos, precios competitivos y un compromiso con el control de calidad. Estas características le han permitido mantenerse vigente en un mercado competitivo y con tendencias cambiantes, además de contar con oportunidades para diversificarse hacia cafés de especialidad, servicios complementarios y expansión a nuevos canales de venta gracias a este trabajo de investigación que puede ayudarle a realizar muchos cambios positivos

No obstante, la empresa también enfrenta debilidades y retos que limitan su crecimiento, como la ausencia de un plan estratégico integral, la carencia de procesos administrativos estandarizados, la baja presencia digital y la dependencia de mano de obra temporal. Asimismo, su infraestructura y tecnología requieren modernización para competir en mercados más exigentes, y la falta de ciertos permisos y licencias representa un riesgo operativo y legal.

En un escenario marcado por el cambio climático, la diversidad de precios y el aumento de la demanda de café de especialidad, este trabajo busca diagnosticar la situación actual de DYBAX CAFÉ, identificando sus fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas que enfrenta. Con base en este análisis, se proponen estrategias y acciones para potenciar su competitividad, mejorar su gestión interna y asegurar su sostenibilidad en el tiempo.

OBJETIVOS

Objetivos Generales

1. Analizar la situación actual de DYBAX CAFÉ, identificando tanto sus fortalezas como sus debilidades, para orientar estrategias que fortalezcan lo positivo y mejoren las áreas críticas.
2. Proponer acciones que impulsen la competitividad, sostenibilidad y posicionamiento de la empresa, aprovechando las oportunidades del mercado y minimizando el impacto de las amenazas externas.

Objetivos Específicos

1. Evaluar los aspectos internos de la empresa (estructura administrativa, procesos, personal, tecnología, finanzas) y su entorno externo (competencia, tendencias, retos), resaltando elementos favorables y desfavorables.
2. Identificar oportunidades de diversificación de productos y expansión comercial, alineadas con las fortalezas y capacidades de la empresa.
3. Diseñar recomendaciones para superar debilidades detectadas, tales como la falta de planificación estratégica, la escasa presencia digital y la informalidad en procesos administrativos.

ANÁLISIS DE INDUSTRIA

Principales competidores.

DYBAX CAFÉ, el ser una empresa agroindustrial destacada en el municipio de Perquín, Morazán, enfocada en el café de alta calidad y con una fuerte relación con productores locales, enfrenta competencia tanto a nivel local como nacional.

En la región de Morazán, El Salvador, DYBAX CAFÉ enfrenta competencia de diversas entidades dedicadas a la producción procesamiento y comercialización de café.

A continuación, se destacan algunos de los principales competidores locales:

Cooperativa de producción agropecuaria San Carlos Dos, ubicada en Osicala, Morazán: Historia y Operaciones: Fundada en la década de 1980 como resultado de las reformas agrarias en El Salvador, esta cooperativa abarca 672 hectáreas de terreno que se extienden desde los 1,100 hasta los 1,665 metros sobre el nivel del mar en el Cerro Cacahuatique. Actualmente, está compuesta por 126 familias asociadas que trabajan colectivamente en la producción de café. En 2017, lograron exportar su primer contenedor de café de especialidad en colaboración con Falcon Coffees. (El Salvador, San Carlos Dos, CMG, 2020).

Prácticas Sostenibles: La cooperativa ha implementado prácticas agrícolas sostenibles, como la construcción de 338 pozos de infiltración para mejorar la gestión del agua y la salud del suelo, contribuyendo así al abastecimiento hídrico de la comunidad de Osicala.

Asociación Agropecuaria Caficultora de la Sierra Lenca de Morazán (ACALEM de R.L.), ubicada en la Zona Norte de Morazán. Historia y Operaciones: Establecida en 2009 con 50 cooperativistas y un patrimonio inicial de aproximadamente 100 manzanas de terreno, ACALEM de R.L. ha crecido hasta contar con 70 asociados y 150 manzanas de terreno cultivable para 2011. La cooperativa fue fundada con el apoyo del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) a través del Programa de Desarrollo Rural para la Zona Oriental (MAG PRO de MORO).

Marca y Comercialización: La cooperativa produce café bajo la marca “Lencafé” y ha desarrollado planes para expandir la comercialización de su café tostado y molido en supermercados, con el objetivo de fortalecer su presencia en el mercado nacional. (edu.sv).

Benchmarking de los competidores.

Bean of fire, empresa salvadoreña que se enfoca en cafés de especialidad con identidad artesanal. Se distingue por su tostado propio, diseño moderno y una fuerte presencia en redes sociales. Tiene presencia en cafeterías locales, tiendas especializadas y canales digitales. (Bean of Fire).

Propuesta de valor: Café de especialidad con identidad contemporánea, pensado para un público joven, exigente y conectado digitalmente.

Fortalezas: Imagen de marca moderna, atractiva y bien construida, tostado propio y enfoque en calidad sensorial, presencia activa en redes sociales y enfoque en experiencias de café.

Oportunidades de mejora: Expandir su presencia en supermercados o exportación, ampliar el portafolio para atraer a públicos tradicionales, incorporar certificaciones para reforzar su compromiso con la sostenibilidad.

Café majado, empresa salvadoreña bien posicionada a nivel nacional, con amplia distribución en supermercados y una sólida estrategia de exportación.

Propuesta de valor: Café salvadoreño de alta calidad con enfoque comercial accesible y presencia consolidada. (Café Majada –Home, cafemajada.eu).

Fortalezas: Fuerte presencia nacional e internacional, capacidad de distribución y marca reconocida, amplia variedad de productos.

Oportunidades de mejora: Modernizar su imagen y presencia digital, mayor comunicación de sus prácticas sostenibles, enfocarse más en productos de valor agregado.

Café Montecristo, marca con enfoque en café de origen único proveniente de Ataco, Ahuachapán. Se especializa en cafés especiales y microlotes. (Monte Cristo natural, sucafina.com).

Propuesta de valor: Café artesanal con trazabilidad y fuerte identidad regional.

Fortalezas: Producción especializada con alto valor agregado, imagen de marca coherente y boutique, posicionamiento en nichos de café gourmet.

Oportunidades de mejora: Escalar su presencia nacional, fortalecer alianzas comerciales locales e internacionales, continuar innovando en empaque y métodos de consumo.

Café barrios, marca que ha logrado posicionarse por su imagen renovada y su apuesta por café de calidad. Aunque tiene un enfoque tradicional, ha buscado conectar con públicos jóvenes a través de diseño y redes sociales. (Sociedad Cooperativa de Cafetaleros de Ciudad Barrios de RL. (2018, 6 de febrero).

Propuesta de valor: Café de calidad con identidad salvadoreña, enfocado tanto en tradición como en renovación visual.

Fortalezas: Diseño atractivo y moderno en sus empaques, presencia creciente en supermercados y tiendas especializadas, buena estrategia de marca para conectar con nuevos consumidores.

Oportunidades de mejora: Reforzar su presencia internacional, invertir en canales digitales (e-commerce), explorar microlotes o cafés de origen para posicionarse en el segmento de especialidad.

Retos de la Industria.

A nivel global, la industria cafetalera enfrenta retos como el cambio climático, que afecta directamente y agresivamente la producción y calidad del grano del café, afectando de manera económica y limitando el nivel de cosechas.

En El Salvador, según una nota del periódico la prensa gráfica publicada en enero en este año, nuestro país es afectado por el cambio climático ya que en el ciclo 2024-2025 llegaría a los 714,640 quintales, un 20% menos que la temporada anterior, estima la unión de cooperativas cafetaleras de El Salvador. (Alfaro, K. 2025).

DYBAX CAFÉ es cosechado en la zona alta de Perquín Morazán, con un clima tropical, aunque en los meses de marzo y abril son un poco más calurosos lo que pudiera llegar afectar las cosechas si el cambio climático les afectara de manera agresiva en dichos meses del año.

A lo largo del tiempo DYBAX CAFÉ, ha logrado sobrevivir a los cambios repentinos del clima en nuestro país y gracias a ello poder suplir las exigencias de los consumidores.

Otro reto al que se enfrenta la industria del café y que es muy notable es la tecnología, ya que la modernización de los procesos para la producción de café puede llegar a ser muy costosa, DYBAX CAFÉ posee molinos tradicionales y máquina para pelar el grano de café lo que hace que no estén adentrándose de lleno a otras tecnologías. Tal puede ser el caso de la implementación de drones (Orellana, J. 2018) para poder hacer más eficientes los procesos en los cultivos de café, la falta de inversión en la tecnología puede llegar a ser un reto muy difícil de vencer debido a la resistencia al cambio o la incertidumbre por no saber si la calidad del café sería la misma, disminuiría o caso contrario mejorara de manera efectiva y eficiente.

Tendencias de la Industria.

Las tendencias son patrones de cambio o comportamientos que se desarrollan a lo largo del tiempo, la cosecha del café no ha sido la excepción para estar dentro de las tendencias que existen en todo el mundo.

Las practicas sostenibles: es un tema un tanto ecológico que, si puede ser una tendencia muy interesante, las practicas sostenibles en la producción del café están ganando terreno y han ido impulsando una transformación positiva en la industria. (TECH, R.T.F. 2024) Desde el manejo del agua como implementar prácticas de riego y tratamientos de aguas residuales que consiste en plantar árboles de distintas especies con el único fin de proporcionar sombra a los cultivos de café pueden llegar a ser parte de DYBAX CAFÉ y tener un plus en su funcionamiento y una nueva faceta más sostenible y amigable con el medio ambiente.

A nivel global se observa un fuerte crecimiento en el consumo de café de especialidad lo que puede llegar a ser tendencia en nuestro país. Enfocarse en poder dar un café de especialidad con mejor calidad y precio puede ser una opción de adaptabilidad a las tendencias del mercado.

El café es la segunda bebida con mayor demanda en el mundo, hoy los consumidores son más exigentes (Lena, J. 2024) y buscan experiencias más únicas a la hora de consumir dicha bebida, es por ello que la cosecha del café de especialidad puede ser una tendencia ya que los consumidores podrían estar dispuestos a pagar más por el café de especialidad ya que es un tipo de café que por ser producido en las zonas más altas puede llegar a ser un tanto mejor hablando de términos de calidad en comparación a otros granos de café. El propietario de DYBAX CAFÉ, es dueño de una porción de terreno ubicado en las Sabanetas en el país vecino de honduras, por su ubicación que es considerado de altura la producción de café de especialidad puede llegar a ser

considerado el producto estrella, lo haría aún más especial el hecho de ser cosechado en las zonas más altas de dicha zona haciéndolo así más atractivo y despertando aún más el interés de los consumidores.

ANÁLISIS DE NEGOCIO

Análisis y Diagnóstico de Producto.

Modelos de Negocio de la Empresa.

DYBAX CAFÉ mantiene un modelo de negocio tradicional el cual es la venta directa, pues la empresa vende sus productos directamente al consumidor final sin intermediarios, esto permite a la empresa mantener un control sobre la calidad y frescura del café, además de establecer una conexión más cercana con sus clientes. La venta se realiza principalmente en su establecimiento ubicado en Pequín, Morazán, y a través de contacto directo, como llamadas telefónicas.

Listado de Productos.

DYBAX CAFÉ ofrece los siguientes tipos de café:

- Café Puro.
- Café Súper Especial.
- Café Especial Orgánico.
- Café Saborizante de Vainilla.
- Café Saborizante de Canela.
- Café Saborizante de Pimienta.

- Café Saborizante de Pimienta y Canela.
- Café Saborizante de Cacao.
- Café Tostado en Grano.
- Café Gourmet Especial.

Informe de Ventas por Productos/Servicio.

Tabla 1**Informe de ventas por producto, DYBAX CAFÉ.**

	Producto	Costo	Unidades vendidas	Precio unitario	Ventas totales	Rentabilidad	Porcentaje de ventas	Clasificación
1	Café Puro	\$ 2.50	225	\$5.00	\$1,125.00	50.00%	39.40%	A
2	Café Super Especial	\$ 2.50	75lb	\$5.00	\$375.00	50.00%	13.13%	A
3	Café Tostado en Grano	\$ 2.00	75lb	\$4.00	\$300.00	50.00%	10.51%	A
4	Café Saborizante de Vainilla	\$ 2.00	75lb	\$4.00	\$300.00	50.00%	10.51%	A
5	Café Especial Orgánico	\$ 2.50	50lb	\$5.00	\$200.00	50.00%	7.01%	B
6	Café Saborizante de Canela	\$ 2.00	40lb	\$4.00	\$160.00	50.00%	5.60%	B
7	Café Saborizante de Pimienta y Canela	\$ 2.50	25lb	\$5.00	\$125.00	50.00%	4.38%	B

8	Café Saborizante de Pimienta	\$ 2.00	30lb	\$4.00	\$120.00	50.00%	4.20%	B
9	Café Saborizante de Cacao	\$ 2.50	20lb	\$5.00	\$100.00	50.00%	3.50%	B
10	Café Gourmet Especial	\$ 2.50	10lb	\$5.00	\$50.00	50.00%	1.75%	C
	Total				\$2,855.00			

Fuente: Elaboración propia.

Escalera de Valor.

No aplica para la empresa DYBAX CAFÉ.

Precios de Productos/Servicios.

Tabla 2.

Cuadro de Tipo de productos de DYBAX CAFÉ.

	TIPO DE CAFÉ	Precio unitario
1	Café Puro	\$5.00
2	Café Super Especial	\$5.00
3	Café Tostado en Grano	\$4.00
4	Café Saborizante de Vainilla	\$4.00
5	Café Especial Orgánico	\$5.00
6	Café Saborizante de Canela	\$4.00
7	Café Saborizante de Pimienta y Canela	\$5.00
8	Café Saborizante de Pimienta	\$4.00
9	Café Saborizante de Cacao	\$5.00
10	Café Gourmet Especial	\$5.00

Fuente: Elaboración Propia.

Observaciones en Cuanto Calidad y Presentación.

La presentación de DYBAX CAFÉ destaca por su variedad y colorido en el empaque, lo cual llama la atención del consumidor. El uso de bolsas metálicas y de yute brinda una imagen artesanal y auténtica, lo que puede asociarse con un producto natural y de calidad. La información en la etiqueta es clara, especificando el peso (1 libra), el sabor (ej. pimienta

o canela), y su origen (montañas de Perquín), lo cual refuerza la identidad del producto como café local con valor agregado.

En general, DYBAX CAFÉ transmite una imagen de producto artesanal con identidad salvadoreña, ideal para mercados que valoran lo tradicional y natural.

Tabla 3.

Cuadro de calidad y presentación.

TIPO DE CAFE	CALIDAD	PRESENTACIÓN
Café Puro	<ul style="list-style-type: none"> -Grano cultivado en altura, ideal para un perfil balanceado. - Buen cuerpo, notas tostadas suaves, acidez moderada. - Recomendado usar variedad arábica de la región. 	<ul style="list-style-type: none"> -Empaque rústico-elegante, tonos café y tierra. - Información del origen: "Cultivado en las montañas de Perquín". - Resaltar frescura y tradición local.
Café Super Especial	<ul style="list-style-type: none"> - Selección de perfil sensorial refinado. - Tueste medio o medio claro para resaltar complejidad. - Notas florales, frutales o chocolate fino. 	<ul style="list-style-type: none"> - Empaque premium con detalles dorados o metálicos. - Incluye altitud, finca específica, variedad de grano y fecha de tueste.
Café Especial Orgánico	<ul style="list-style-type: none"> - Cultivado sin químicos, ideal para destacar prácticas sostenibles. - Perfil limpio, con acidez viva y dulzura natural. - Puede incluir procesos naturales o honey para acentuar su carácter. 	<ul style="list-style-type: none"> - Empaque biodegradable o de papel kraft. - Certificación orgánica visible si aplica.
	<ul style="list-style-type: none"> - Base de café suave, arábica de tueste medio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Etiqueta con tonos crema y vainilla, detalles de vaina de vainilla.

Café Saborizante de Vainilla	<ul style="list-style-type: none"> - Vainilla natural salvadoreña o esencia de calidad premium. - Sabor cálido, agradable al paladar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Enfatizar que es un café aromatizado de origen. - Ideal para consumo casual o como café de sobremesa.
Café Saborizante de Canela	<ul style="list-style-type: none"> - Café con notas naturales que complementen la canela (como cacao o frutos secos). - Canela salvadoreña molida o esencia artesanal. - Ideal en tueste medio a medio-oscuro. 	<ul style="list-style-type: none"> - Colores cálidos (canela, rojizos). - Diseño que evoque lo artesanal, tradicional y hogareño. - Ideal para promociones navideñas o de temporada.
Café Saborizante de Pimienta	<ul style="list-style-type: none"> - Perfil atrevido, para consumidores que buscan experiencias nuevas. - Pimienta negra o pimienta rosa como toque exótico. - Base de café fuerte (tueste oscuro preferible). 	<ul style="list-style-type: none"> - Imagen moderna y disruptiva, tonos oscuros o picantes (negro, rojo).
Café Saborizante de Pimienta y Canela	<ul style="list-style-type: none"> - Mezcla especiada, con balance entre picor y dulzura. - Ideal para un café con carácter, cuerpo medio-alto. - Perfecto en métodos de preparación como prensa francesa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Empaque elegante y llamativo, mezcla de tonos fuego y tierra. - Ideal para líneas de autor o ediciones limitadas.
Café Saborizante de Cacao	<ul style="list-style-type: none"> - Cacao local fino, combinado con café arábica de altura. - Tueste medio-oscuro para resaltar notas achocolatadas. - Sabor redondo, sedoso. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tonos marrones y dorados, evocando chocolate fino. - Ideal para cafeterías o packs de regalo.
Café Tostado en Grano	<ul style="list-style-type: none"> - Granos seleccionados a mano, sin defectos. - Tostado en pequeñas cantidades para conservar frescura. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bolsa de yute - Imagen artesanal pero profesional. - Sello de “Tueste artesanal de montaña”.

	- Ideal para clientes con molino en casa o baristas.	
Café Gourmet Especial	- Café de especialidad con puntuación alta. - Puede incluir variedades exóticas. - Procesos natural.	- Diseño minimalista y elegante, con colores neutros o mate. - Información técnica completa.

Fuente: Elaboración Propia.

Imagen 1

Imagen del empaque del café en cuanto calidad y presentación



Fuente: Elaboración Propia.

Potenciales Nuevos Productos/Servicios.

1. Nuevos Productos de Café.

DYBAX CAFÉ, ya ofrece una variedad de cafés saborizados y de especialidad, pero se pueden explorar nuevas opciones para diversificar su portafolio y aumentar su competitividad:

Café con sabor a almendra o avellana: Estos sabores son populares en mercados internacionales y pueden atraer consumidores que buscan experiencias de café gourmet.

Café con infusión de frutas deshidratadas (naranja, mora, arándano): Combinaciones innovadoras que pueden captar la atención de consumidores interesados en mezclas artesanales.

Línea de café descafeinado orgánico: Dirigido a clientes que buscan reducir su consumo de cafeína sin sacrificar el sabor ni la calidad.

Cápsulas de café compatibles con máquinas de expreso: Este segmento del mercado ha crecido significativamente y permitiría expandirse a consumidores con cafeteras de cápsulas.

Café enlatado listo para beber: Una alternativa moderna para consumidores con un estilo de vida activo.

2. Nuevos Servicios.

Además de la producción y venta de café, DYBAX CAFÉ podría ampliar su oferta de servicios para fortalecer su presencia en el mercado:

Club de suscripción de café: Ofrecer a los clientes la posibilidad de recibir mensualmente diferentes variedades de café, incentivando la lealtad de marca.

Experiencias de cata de café en línea o presenciales: Dirigidas a consumidores y negocios que deseen aprender más sobre el café de especialidad.

Talleres de barismo y preparación de café: Un servicio educativo para emprendedores o entusiastas del café. (Moreno, E. (2021).

Asesoría en producción y procesamiento de café para pequeños productores: Apoyando a otros caficultores a mejorar la calidad y comercialización de sus productos.

Expansión a servicio de catering con café gourmet. Para eventos, empresas y reuniones que buscan ofrecer café de alta calidad.

3. Expansión Digital y Comercial.

Para mejorar su alcance y ventas, DYBAX CAFÉ podría implementar:

- Plataforma de e-commerce para venta directa y suscripciones.
- Colaboraciones con influencers y cafeterías internacionales para expandir su presencia.
- Uso de estrategias de marketing digital con contenido en redes sociales y blogs especializados.
- Potenciales Nuevos Modelos de Negocio a Adoptar.

Modelo de suscripción.

El modelo de suscripción consiste en ofrecer a los clientes la posibilidad de recibir café en sus hogares de forma periódica (semanal, quincenal o mensual). Este servicio se dirige a consumidores que buscan comodidad y acceso regular a café de calidad sin tener que desplazarse a comprarlo. (Read. (s/f). Bean of Fire. (2025).

Cómo Implementarlo en DYBAX CAFÉ.

Segmentación del Mercado.

Para definir la estrategia de suscripción, DYBAX CAFÉ debe segmentar su público objetivo en:

- Consumidores individuales: Personas que disfrutan del café en casa y buscan comodidad.
- Pequeñas oficinas y negocios: Empresas que desean un suministro constante de café para empleados y clientes.
- Entusiastas del café: Personas interesadas en probar nuevas variedades y sabores de café de especialidad.

Creación de los Planes de Suscripción.

Se pueden ofrecer varios niveles de suscripción para adaptarse a las necesidades de cada cliente:

Plan de Suscripción.

Tabla 4.

Modelo de plan de suscripción DYBAX CAFÉ.

Plan	Contenido	Precio Estimado	Frecuencia
Básico	1 bolsa de 250g de café puro o saborizado	\$8 - \$10	Mensual
Intermedio	2 bolsas de 250g (mezcla de especialidad) + ficha informativa sobre el café	\$15 - \$18	Mensual
Premium	2 bolsas de 500g + acceso a catas en línea + taza personalizada.	\$25 - \$30	Mensual

Fuente: Elaboración Propia.

Opcionalmente, se puede permitir a los suscriptores elegir entre café molido o en grano.

Canales de Venta y Distribución.

Plataforma de e-commerce: Crear una tienda en línea optimizada para suscripciones con opciones de pago recurrente.

Redes sociales y WhatsApp Business: Permitir que los clientes se suscriban y paguen de manera sencilla a través de estas plataformas.

Aliados logísticos: Asociarse con empresas de mensajería local para garantizar entregas rápidas y eficientes.

Estrategia de Marketing.

Ofertas de prueba: Promocionar el primer mes a precio reducido o con una muestra gratuita.

Programa de referidos: Ofrecer descuentos o regalos a clientes que recomienden el servicio.

Publicidad segmentada: Usar anuncios en Facebook, Instagram y Google Ads dirigidos a amantes del café y profesionales.

Beneficios para DYBAX CAFÉ.

- Ingresos recurrentes y previsibilidad financiera.
- Mayor fidelización de clientes.
- Diferenciación en el mercado al ofrecer una experiencia más personalizada.

Modelo de Proveedor de Café para Hoteles y Restaurantes (B2B).

Descripción del Modelo.

Este modelo implica vender café a granel a negocios como cafeterías, hoteles, restaurantes y oficinas que necesitan un suministro constante de café para sus clientes o empleados. (Morelos, M. (2025).

Cómo Implementarlo en DYBAX CAFÉ (Identificación del Público Objetivo).

DYBAX CAFÉ debe enfocarse en:

- Hoteles boutique y resorts que buscan café de calidad para mejorar su oferta gastronómica. (Proveedores de café para Hoteles, (s/f). (2025))
- Restaurantes y cafeterías especializadas que desean ofrecer café premium como parte de su menú. (Hidden coffee roasters, (s/f). (2021))
- Oficinas corporativas que necesitan un suministro constante de café para empleados y reuniones.
- Creación de Paquetes de Suministro.
- Se pueden ofrecer diferentes opciones según las necesidades del cliente:

- Paquetes de Suministros.

Tabla 5.

Modelo de paquetes de suministro DYBAX CAFÉ.

Paquete	Contenido	Precio Estimado	Frecuencia
Básico	5 libras de café puro o saborizado	\$25 - \$30	Semanal
Intermedio	10 libras de café especial en grano o molido + asesoría en preparación	\$50 - \$55	Mensual
Premium	20 libras + capacitación en barismo + soporte técnico	\$100 - \$120	Mensual

Fuente: Elaboración Propia.

Estrategia de Ventas B2B.

Para captar clientes corporativos, DYBAX CAFÉ debe:

- Crear un equipo comercial que visite y ofrezca muestras de café a potenciales clientes.
- Participar en ferias y exposiciones para dar a conocer la marca en el sector hotelero y gastronómico.
- Desarrollar material de venta profesional, incluyendo catálogos y presentaciones con beneficios del producto.
- Implementar un programa de lealtad B2B, ofreciendo descuentos progresivos según el volumen de compra.

Logística y Distribución.

- Producción a escala: Asegurar un stock suficiente para atender la demanda empresarial.
- Entregas programadas: Ofrecer envíos semanales o mensuales para garantizar disponibilidad.

- Opciones de personalización: Permitir a los clientes elegir la molienda, empaques con su marca y formatos especiales.

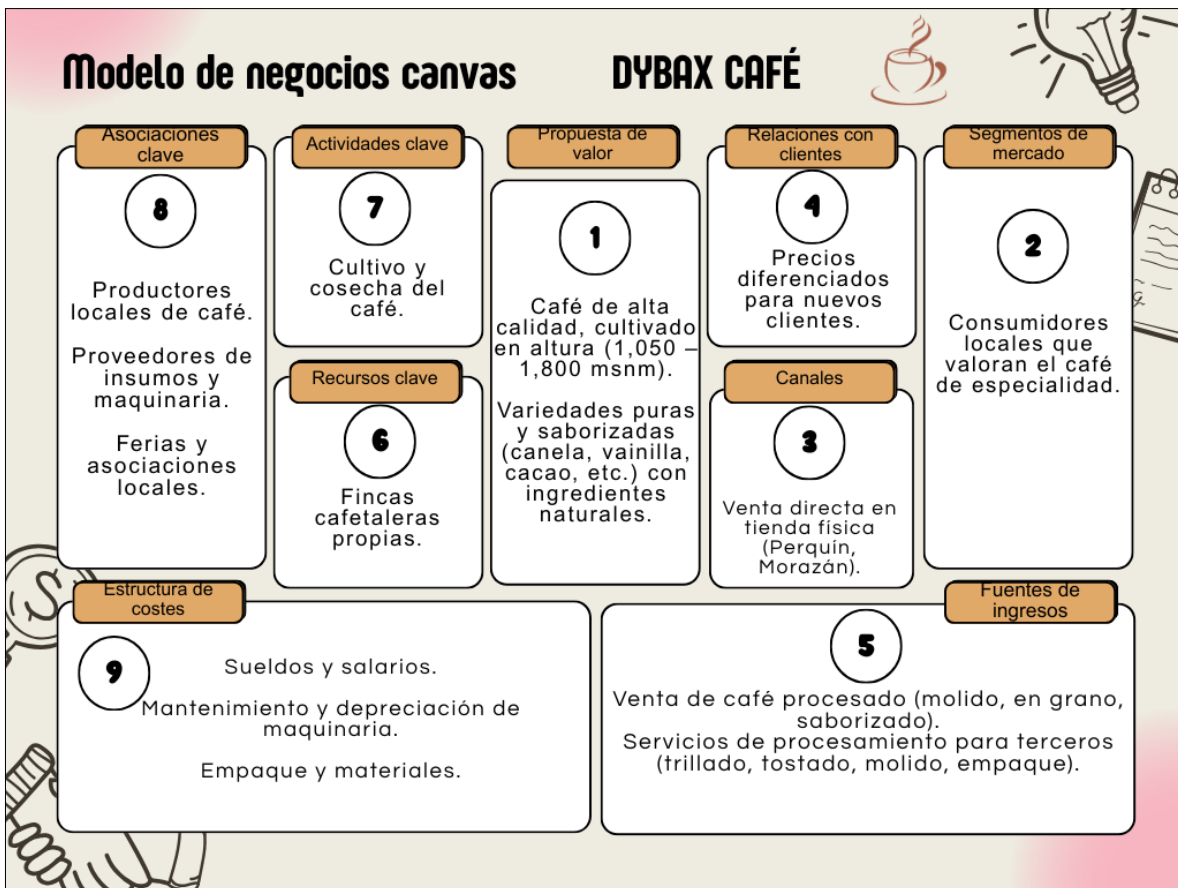
Beneficios para DYBAX CAFÉ.

- Volumen de ventas más alto en comparación con clientes individuales.
- Relaciones comerciales a largo plazo que generan ingresos recurrentes.
- Mayor estabilidad financiera con contratos firmados con clientes empresariales.

ADMINISTRACIÓN

Imagen 2

Lienzo Canvas del Negocio.



Fuente: Elaboración Propia

FILOSOFÍA EMPRESARIAL

MISIÓN

Ofrecer un producto y servicio que cumpla la satisfacción y necesidades de los clientes.

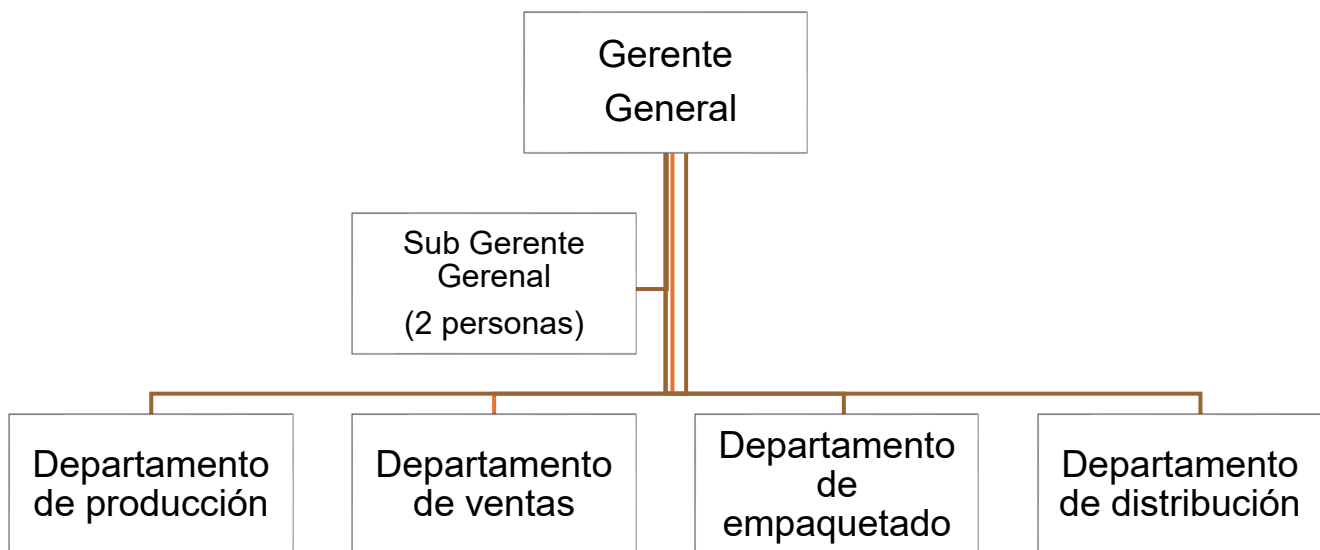
VISIÓN

Ser una empresa líder en el producto de ventas de café y ser reconocida por brindar un producto y servicio de calidad y eficiencia.

VALORES

- Responsabilidad.
- Respeto.
- Lealtad.
- Compromiso.
- Puntualidad.

ORGANIGRAMA



Fuente: Elaboración Propia

FACTURACION ERP

La empresa aún no dispone de un sistema integrado de ventas, facturación o ERP. No obstante, se reconoce que estos sistemas son fundamentales para optimizar la gestión comercial, administrativa y contable, por lo que se contempla su implementación dentro de nuestro plan de fortalecimiento organizacional.

Plan de estratégico

La empresa actualmente cuenta con un plan de exportación que es guía de las acciones en ese ámbito específico.

Sin embargo, no disponemos de un plan estratégico la empresa. Pero si reconoce que es una herramienta clave para definir objetivos a largo plazo, alinear esfuerzos y tomar decisiones fundamentadas, por lo que su desarrollo es una necesidad identificada.

Tabla 6

FODA

ANALISIS INTERNO		ANALISIS EXTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Administración	Administración	Microambiente	Macroambiente
Planeación:	Organización:	Estrategias:	Factores políticos:
DYBAX CAFÉ cuenta con misión y visión y sus propios objetivos.	No cuenta con una estructura definida para sus trabajadores.	Aprovechar la concentración de la explotación de café en San Fernando para optimizar los procesos productivos y mejorar el rendimiento de los cafetales. Esto podría incluir la implementación de	Cambios en las políticas locales o nacionales que puedan afectar la producción o distribución del café en la zona de San Fernando, lo que podría incrementar los costos operativos o restringir las

		técnicas agrícolas avanzadas y una mejora en la infraestructura de distribución, asegurando una cadena de suministro más eficiente y rentable.	oportunidades de exportación del producto.
Dirección: Tienen trabajadores responsables y comprometidos ayudando con el cultivo de café hasta la terminación del producto.	Mercadológico: Tiene presencia en las redes de Facebook, pero no le dan seguimiento de actualización de su producto.	Características económicas en el sector industria-mercado: Potencial para desarrollar una producción de café más eficiente debido a la alta concentración de explotación en San Fernando. Oportunidad de mejorar el rendimiento del café de media altura mediante la adopción de nuevas tecnologías y prácticas agrícolas. Posibilidad de incrementar la calidad del café producido en la región, lo que abriría puertas a nuevos mercados y	Factores económicos: Posible variabilidad en los rendimientos de los cafetales de media altura, lo que puede afectar la rentabilidad a largo plazo, especialmente si no se optimizan las técnicas agrícolas. Fluctuaciones en el precio internacional del café, lo que podría reducir los márgenes de ganancia y dificultar la competitividad del café producido en la zona norte de Morazán.

		segmentos interesados en café de mayor valor agregado.	
Control: Poseen control de calidad en la producción del café.	Producción: Dependencia de trabajadores contratados por temporadas.		Factores ambientales: Vulnerabilidad a enfermedades y plagas que afecten a los cultivos de café.
Mercadológico: La empresa posee su nombre, logo y marca registrada.			
Finanzas: Fondos propios. Producción: Las fincas son propias para la producción de café.			

Fuente: Elaboración Propia.

Observaciones FODA

Estrategias FO (Fortalezas + Oportunidades).

Usar las fortalezas para aprovechar oportunidades:

Aprovechar que cuentan con misión, visión y objetivos claros para orientar la adopción de tecnologías agrícolas avanzadas que mejoren el rendimiento del café.

Utilizar el control de calidad y el compromiso de los trabajadores para producir un café de mayor calidad y posicionarse en mercados especializados o gourmet.

Emplear los fondos propios y la tenencia de fincas para invertir en infraestructura que optimice la cadena de suministro, aprovechando la concentración cafetalera de San Fernando.

Impulsar el valor de marca ya registrada para explorar nuevos segmentos de mercado interesados en café de origen y con valor agregado.

Estrategias DO (Debilidades + Oportunidades).

Superar debilidades aprovechando oportunidades:

Crear una estructura organizativa definida para los trabajadores, apoyándose en la necesidad de profesionalizar procesos y aprovechar nuevas prácticas agrícolas.

Establecer un plan de comunicación digital, mejorando el uso de redes sociales como Facebook, para fortalecer la presencia de marca y captar nuevos mercados.

Reducir la dependencia de trabajadores temporales mediante programas de capacitación continua o alianzas con instituciones agrícolas locales, mejorando la eficiencia y calidad del cultivo.

Aprovechar la oportunidad de mejorar el rendimiento de los cafetales para estabilizar la producción frente a la falta de estructura organizacional.

Estrategias FA (Fortalezas + Amenazas).

Usar las fortalezas para minimizar amenazas externas:

Aprovechar el control de calidad y la propiedad de las fincas para enfrentar la amenaza de fluctuaciones en el precio del café, mejorando la rentabilidad con productos diferenciados.

Usar el compromiso de los trabajadores y la misión clara para adaptarse rápidamente a cambios políticos que puedan afectar la producción o distribución.

Emplear los fondos propios para mitigar el impacto de enfermedades o plagas, invirtiendo en prevención y prácticas agrícolas resilientes.

Estrategias DA (Debilidades + Amenazas).

Reducir debilidades y evitar amenazas:

Definir claramente una estructura organizativa para gestionar mejor el riesgo ante cambios políticos o económicos que afecten la industria.

Mejorar la capacitación del personal y la continuidad laboral para enfrentar las plagas y enfermedades de los cultivos, reduciendo la dependencia de mano de obra temporal.

Crear un plan de actualización constante en redes sociales como canal alternativo ante limitaciones en la exportación, evitando la pérdida de visibilidad del producto.

Optimizar el sistema productivo para reducir la vulnerabilidad ante la variabilidad de los rendimientos del café de media altura.

TALENTO HUMANO

Actualmente no cuenta con manuales ni procesos de contratación formalmente establecidos.

Sin embargo, reconocen que son herramientas fundamentales para asegurar una selección adecuada del personal para mayor eficiencia en el proceso y coherencia con los valores de la empresa.

PUESTOS Y FUNCIONES

Si tiene identificados los puestos con cada uno de sus funciones: Gerente General, Sub-Gerente, encargado de ventas, encargado del departamento de producción, encargado del departamento de empaquetado y departamento de distribución.

En el proceso productivo del café, desde la siembra hasta la distribución del producto final, el talento humano representa el recurso más valioso de la organización. Cada etapa desde el cultivo, cosecha, pelado, secado, molienda, empaquetado y entrega requiere no solo conocimientos técnicos, sino también compromiso, responsabilidad y pasión por el trabajo bien hecho.

Identificación de Puestos y Funciones.

- GERENTE GENERAL: Es el responsable de liderar y supervisar toda la operación de la empresa, asegurando que cada área cumpla sus objetivos estratégicos y operativos.
- SUB GERENTE: Apoyan al gerente general en la coordinación operativa de las distintas áreas, asegurando el cumplimiento de los procesos desde el campo hasta el empaque.
- ENCARGADO DEL DEPARTAMENTO DE PRODUCCION: Supervisa las labores agrícolas relacionadas con la siembra, el mantenimiento del cultivo y la recolección del café.
- ENCARGADO DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS: Se encarga de comercializar el café producido, gestionar relaciones con los clientes y buscar nuevas oportunidades de negocio.
- ENCARGADO DEL DEPARTAMENTO DE EMPAQUETADO: Administra el área de empaque, asegurando que el café molido o en grano sea sellado y etiquetado correctamente, listo para su distribución.
- ENCARGADO DEL DEPARTAMENTO DE DISTRIBUCIÓN: Planifica y ejecuta la entrega del producto final a los clientes o puntos de venta, asegurando el cumplimiento de tiempos y condiciones adecuadas.

Descripciones de Puestos Identificados.

Nombre del puesto: Gerente General

Tabla 7

Descripción de puesto Gerente General

GERENTE GENERAL	
HABILIDADES INTERPERSONALES	HABILIDADES TECNICAS
Capacidad para negociar con proveedores y compradores	Gestión de empresas agrícolas y agroindustriales
Resolución de conflictos laborales y comerciales	Conocimiento del ciclo completo del café (desde la siembra hasta el empaque)
Ética y responsabilidad ambiental	Supervisión de normativas sanitarias y de calidad

Fuente: *Elaboración propia.*

Nombre del puesto: Sub Gerente General

Tabla 8

Descripción de puesto Sub Gerente General

SUB GERENTE GENERAL	
HABILIDADES INTERPERSONALES	HABILIDADES TECNICAS
Liderazgo operativo. Coordinación entre áreas (siembra, corte, procesamiento, empaque). Trabajo en equipo con supervisores de campo y planta.	Supervisión de maquinaria de procesamiento de café. Conocimiento técnico en agricultura y cosecha de café. Manejo de cronogramas de cosecha y producción.

Fuente: Elaboración propia

Nombre del puesto: Encargado del departamento de Producción

Tabla 9

Descripción de puesto encargado del departamento de producción

ENCARGADO DEL DEPARTAMENTO DE PRODUCCION	
HABILIDADES INTERPERSONALES	HABILIDADES TECNICAS
Supervisión de personal jornalero. Comunicación clara con agricultores y técnicos. Organización de labores agrícolas.	Planificación y ejecución de jornadas de corte. Identificación de plagas y enfermedades. Uso eficiente de insumos agrícolas.

Fuente: Elaboración propia.

Nombre del puesto: Encargado del departamento de ventas

Tabla 10

Descripción de puesto Encargado del departamento de ventas

ENCARGADO DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS	
HABILIDADES INTERPERSONALES	HABILIDADES TECNICAS
Atención al cliente institucional y comercial. Persuasión y relaciones personales. Habilidad para comunicar el valor agregado del café producido.	Conocimiento del mercado cafetalero. Gestión de pedidos, contratos y entregas. Capacidad para ofrecer café en distintas presentaciones (molido, en grano, empaque especial).

Fuente: Elaboración propia.

Nombre del puesto: Encargado del departamento empaquetado

Tabla 11

Descripción de puesto departamento de empaquetado

ENCARGADO DEL DEPARTAMENTO DE EMPAQUETADO	
HABILIDADES INTERPERSONALES	HABILIDADES TECNICAS
Trabajo minucioso y orientado al detalle Orden y disciplina en procesos finales Colaboración activa con otros departamentos	Manejo de máquinas selladoras de sacos y empaques de café Conocimiento de tipos de empaques (Kraft, al vacío, bolsas metalizadas) Control de calidad visual y físico del producto terminado

Fuente: Elaboración propia.

Nombre del puesto: Encargado del departamento distribución

Tabla 12

Descripción de puesto Encargado de distribución

ENCARGADO DEL DEPARTAMENTO DE DISTRIBUCIÓN	
HABILIDADES INTERPERSONALES	HABILIDADES TECNICAS
Liderazgo en logística rural Comunicación clara con transportistas y clientes Capacidad de resolver imprevistos	Planificación logística desde finca a centros de distribución Carga, descarga y almacenamiento seguro del café Conocimiento en transporte terrestre (vehículos adecuados para zonas rurales)

Fuente: Elaboración propia.

Necesidades de Contratación.

Las necesidades de contratación pueden ser solo temporales para los meses de la siembra o la recolecta es por ello que se maneja la contratación temporal de personal, no tienen la necesidad de contratar más personal permanente si no se requiera de más ayuda.

Proceso de Contratación.

En DYBAX CAFÉ no hay un proceso como tal establecido de contratación, solo se hace una entrevista en la cual se le solicita información personal, de contacto y si posee conocimientos en el rubro cafetalero, como su cultivo, uso de máquinas y proceso de empaquetado.

Evaluación de Desempeño.

No se evalúa el desempeño como tal del empleado, sin embargo, si se solicita trabajar en tiempo y forma según lo requerido de las actividades.

Necesidades de Capacitación (Técnicas y de Habilidades).

DYBAX CAFÉ está en crecimiento y busca mejorar su presencia en el mercado, por lo que es fundamental que tanto el personal actual como el nuevo cuenten con las habilidades necesarias para ofrecer un producto de calidad y una experiencia excepcional al cliente.

Atención al cliente y habilidades interpersonales:

Formación en comunicación efectiva, tratos amables, resolución de quejas y enfoque en la experiencia del cliente.

Manipulación de alimentos y normas de higiene:

Capacitación en buenas prácticas de limpieza, manejo de maquinarias, control de temperatura y uso adecuado de vestimenta y guantes para cumplir con normas sanitarias.

Conocimiento del producto y de la marca:

Formación sobre DYBAX CAFÉ, sus procesos, sabores y valores de marca para que el personal de venta pueda transmitirlo al cliente con confianza.

FINANZAS

Calificación de Costos de la Empresa.

Tabla 13

Costo Fijo

COSTO FIJO	MONTO
Alquiler de instalación	\$75.00
Sueldos administrativos o permanentes	\$620.00
Servicios públicos básicos	
Agua	\$7.50
Luz	\$125.00
Alcaldía	\$12.00
Mantenimiento de maquinaria	\$50.00 (= \$150/3)
TOTAL	\$889.50

Fuente: Elaboración Propia

Porcentaje de ventas 50.00%

$$39.40 + 13.13 + 10.51 + 10.51 = 73.55$$

Porcentaje de ventas 50.00%

$$7.02 + 5.60 + 4.38 + 4.20 + 3.50 + 1.75 = 26.45$$

Interpretación de los datos

- Grupo 1: 69.17%
- Grupo 2: 30.83%

$$50.00 \times 0.7355 = 36.78$$

$$50.00 \times 0.2645 = 13.22$$

MCP (Margen de Contribución Promedio):

$$MC = 36.78 + 13.22 = 50.00 \rightarrow MCP$$

$$PE = \frac{889.50}{0.50} = \$1779.00$$

Punto de Equilibrio de la Empresa.

Tabla 14

Datos financieros del punto de equilibrio de la empresa DYBAX CAFÉ

Fuente: *Elaboración Propia*

Datos financieros del punto de equilibrio de la empresa DYBAX CAFÉ	
CFT:	\$889.50
P.Vu:	\$5.00, \$4.00
C.Vu	\$2.50, \$2.00
M.C	4.50

$$M.C = PVu - CVu$$

$$MC. = \$5.00 - 2.50 = 2.50$$

$$MC. = \$4.00 - 2.00 = 2.00$$

$$P.E = \frac{CFT}{PVu - CVu} = \frac{\$889.50}{\$5.00 - \$2.50} = \frac{\$889.50}{2.50} = 355.8$$

$$P.E = \frac{CFT}{PVu - CVu} = \frac{\$889.50}{\$4.00 - \$2.00} = \frac{\$889.50}{2.00} = 444.75$$

$$355.8 + 444.75 = 800.55$$

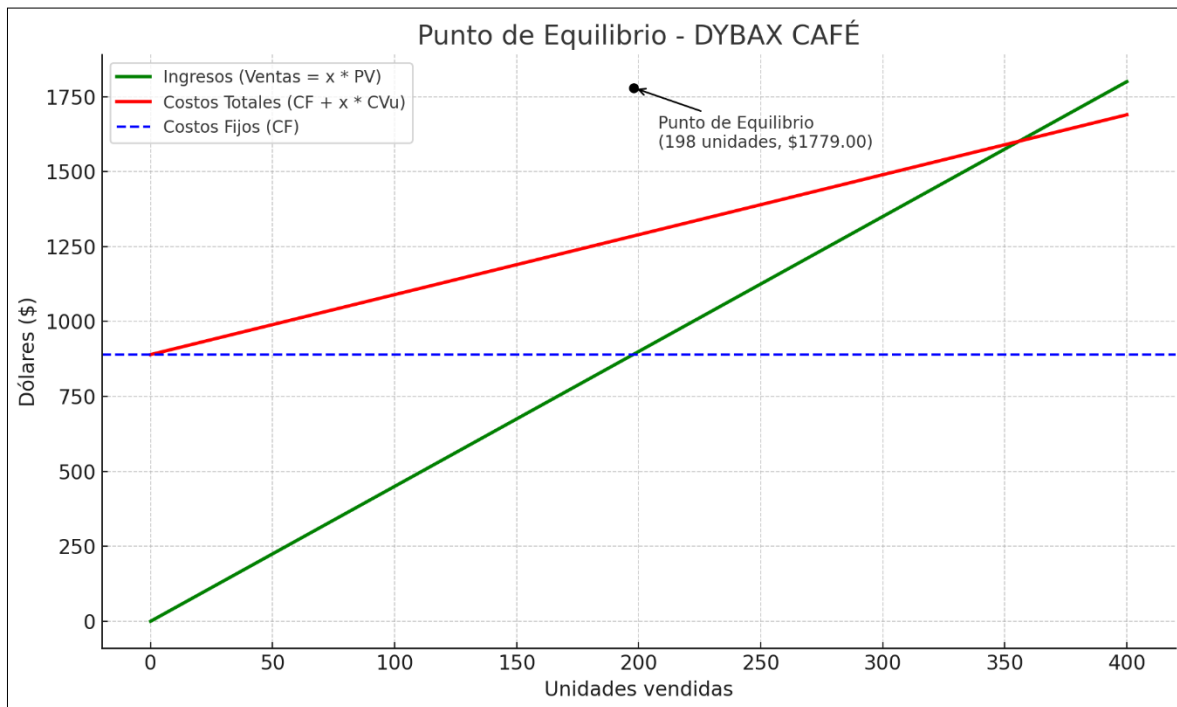
$$P.E = \frac{889.50}{2.50 + 2.00} = \frac{889.50}{4.50} = 197.66 \approx 198 \text{ Unidades}$$

$$PE = \frac{889.50}{0.50} = \$1779.00$$

Se deben vender aproximadamente **198 unidades de café al mes a un costo de \$1779.00** para cubrir la totalidad de los costos fijos del negocio DYBAX CAFÉ.

Grafica - Punto de Equilibrio de la empresa DYBAX CAFÉ

Grafica 1



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 15

Estado de Resultado.

ESTADO DE RESULTADO	
DYBAX CAFÉ	
(EXPRESADO EN DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA)	
VENTAS TOTALES	\$2855.00
COSTO FIJOS TOTALES	\$1,452.50
MC	\$1402.50
COSTO FIJO	\$889.50
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$513.00
IMPUESTO (25%)	\$128.25
UTILIDAD NETA	\$384.75

Fuente: Elaboración propia.

Balance General.

No pudimos obtener información para construir el balance general, pues desconocemos el activo y capital de la empresa solamente conocemos que no poseen deudas.

Indicadores Financieros.

Rentabilidad.

Margen de utilidad bruta.

$$M. \textit{utilidad Bruta} = \frac{\textit{utilidad bruta}}{\textit{ventas netas}}$$

$$M. \textit{utilidad Bruta} = \frac{\$513.00}{\$2855.00} = 0.1796$$

$$M. \textit{utilidad Bruta} = 0.18$$

En la empresa DYBAX CAFÉ por cada dólar que vende su margen de utilidad bruta es del 0.18 centavos.

Margen de Utilidad Neta

$$M. \textit{utilidad neta} = \frac{\textit{utilidad neta}}{\textit{ventas netas}}$$

$$M. \textit{utilidad neta} = \frac{\$384.76}{\$2855.00} = 0.1347$$

$$M. \textit{utilidad neta} = 0.13$$

Por cada dólar que la empresa vende, gana 0.13 centavos como utilidad neta y el otro 0.87 se van a costos, gastos operativos e impuestos.

Análisis Vertical del Estado de Resultado.

Tabla 16

Análisis Vertical.

ESTADO DE RESULTADO		
DYBAX CAFÉ		
(EXPRESADO EN DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA)		
VENTAS TOTALES	\$2855.00	100.00%
COSTO FIJOS TOTALES	\$1,452.50	50.87%
MC	\$1402.50	49.12%
COSTO FIJO	\$889.50	31.16%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$513.00	17.97%
IMPUESTO (25%)	\$128.25	4.49%
UTILIDAD NETA	\$384.75	13.48%

Fuente: Elaboración propia.

DYBAX CAFÉ muestra una estructura de costos relativamente eficiente y una rentabilidad saludable:

Buen margen de contribución (49.12%)

Utilidad operativa sólida (17.97%)

Margen neto positivo (13.48%)

El negocio está bien manejado desde el punto de vista de costos y tiene margen para reinversión o crecimiento.

RESULTADO DE ANALISIS

PRODUCTO.

OBSERVACIÓN.

PUNTOS POSITIVOS.

Diversidad en la oferta de productos:

DYBAX CAFÉ no solo ofrece café en grano, sino también molido, en cápsulas, bebidas frías y repostería. Esto permite llegar a diferentes tipos de clientes y aumentar las ventas promedio.

Diversificación de la Oferta:

Amplia variedad de productos: café puro, saborizado (vainilla, canela, cacao, pimienta), orgánico, entre otros.

Producción Propia + Servicio a Terceros:

Posee capacidad de producción interna y ofrece servicios a terceros, ampliando fuentes de ingreso.

Precios Accesibles con Buena Relación Calidad-Precio:

Estrategia de precios competitiva y descuentos por volumen para atraer clientes mayoristas.

ÁREAS DE MEJORA.

Limitado alcance en el mercado interno:

Aunque tienen presencia en algunos puntos de venta y ferias, podrían mejorar la distribución nacional, tanto en tiendas físicas como en plataformas digitales.

Procesos Dependientes del Clima y Mano de Obra Temporal:

Producción sujeta a condiciones climáticas y dependencia de trabajadores de temporada sin un sistema de retención o capacitación.

Infraestructura limitada para escalar operaciones:

La empresa podría beneficiarse de inversiones en tecnología, maquinaria o personal capacitado para aumentar su capacidad productiva.

Imagen de Marca Mejorable:

El empaque y diseño visual aún pueden profesionalizarse para competir en mercados más exigentes como el de cafés de especialidad internacionales.

RECOMENDACIONES.

1. Expansión y distribución:

Ampliar canales de venta: Incorporar más puntos de distribución a nivel nacional, tanto en supermercados como en tiendas especializadas.

Participación en eventos estratégicos: Asistir a ferias internacionales de café para ganar visibilidad y contactos comerciales.

Modalidades de suscripción: paquetes básicos, premium o edición limitada según la cantidad y tipo de café.

2. Fortalecimiento productivo:

Reducir dependencia climática: Invertir en técnicas de cultivo bajo sombra, sistemas de riego y almacenamiento que minimicen el impacto de la temporada.

Capacitación y retención de personal temporal: Crear programas de formación para trabajadores estacionales y ofrecer incentivos para que retornen cada año.

Actualizar infraestructura: Adquirir maquinaria de procesamiento y empaque más eficiente para aumentar la capacidad y mantener estándares de calidad altos.

3. Mejora de imagen de marca:

Rediseñar empaques: Contratar un diseñador especializado para crear empaques atractivos y alineados con tendencias de cafés de especialidad internacionales.

Estrategia de branding: Desarrollar un manual de identidad visual y un relato de marca que resalte el origen, proceso y calidad del café.

Certificaciones de calidad: Obtener sellos como “orgánico”, “fair trade” o denominaciones de origen para reforzar la credibilidad.

4. Innovación y diversificación:

Nuevos productos: Introducir líneas como cold brew listo para tomar, cafés de edición limitada o colaboraciones con marcas gastronómicas.

Experiencias de marca: Ofrecer catas, talleres y visitas guiadas para fortalecer la conexión con los clientes.

Marketing de temporada: Diseñar campañas específicas para épocas de alto consumo (Navidad, Día de la Madre, etc.).

ADMINISTRACIÓN

OBSERVACIÓN

PUNTOS POSITIVOS.

Filosofía empresarial clara:

La empresa cuenta con misión, visión y valores bien definidos, lo cual es fundamental para alinear al equipo humano y proyectar una identidad organizacional coherente.

Estructura jerárquica identificada:

Aunque falta formalización, se reconocen y describen puestos clave (gerente general, subgerente, encargados por área), lo que denota una organización interna básica funcional.

Reconocimiento de la importancia del sistema ERP:

A pesar de no tenerlo implementado aún, la empresa reconoce que necesita un sistema de facturación y gestión ERP, lo que demuestra conciencia de la necesidad de profesionalizar la administración.

Fondos propios y marca registrada:

Disponer de recursos propios y contar con la marca legalmente registrada fortalece su autonomía administrativa y facilita la planificación de inversiones futuras.

Capacidad de respuesta a oportunidades estratégicas:

La empresa ha identificado oportunidades en el entorno (como concentrar la producción en zonas específicas o adoptar nuevas tecnologías), lo cual muestra apertura al análisis estratégico y adaptación.

Identificación de necesidades de capacitación:

Existe conciencia de que el personal necesita formación en atención al cliente, manipulación de alimentos y conocimiento del producto. Esta visión de mejora continua es un activo administrativo importante.

ÁREAS DE MEJORA.

Ausencia de un plan estratégico integral:

Aunque hay un plan de exportación, no existe un plan estratégico general que oriente la gestión a largo plazo. Esto limita la toma de decisiones con visión global.

Falta de procesos administrativos estandarizados:

No se cuenta con manuales de contratación, procesos de evaluación de desempeño ni una estructura organizacional formal, lo cual debilita la eficiencia en la gestión del talento humano.

Carencia de herramientas digitales de gestión:

La no implementación de un sistema ERP limita la eficiencia operativa, el control contable y la trazabilidad de las operaciones, afectando la toma de decisiones basada en datos.

Gestión informal del personal temporal:

La contratación de trabajadores se hace de manera empírica, sin procesos definidos ni capacitaciones estructuradas, lo que impacta negativamente en la calidad del trabajo y en la continuidad operativa.

Falta de sistema formal de evaluación del desempeño:

La empresa no cuenta con mecanismos para medir el rendimiento del personal, lo cual dificulta detectar ineficiencias o establecer incentivos que mejoren la productividad y motivación.

Debilidad en comunicación y presencia digital:

Aunque tiene presencia en redes como Facebook, no hay una estrategia de comunicación ni seguimiento de la información publicada, afectando el posicionamiento y contacto efectivo con los clientes.

RECOMENDACIONES.

1. Planificación estratégica:

Diseñar e implementar un plan estratégico integral que incluya objetivos a corto, mediano y largo plazo, indicadores de desempeño.

Integrar el plan de exportación dentro del plan general, asegurando coherencia con las metas internas y el mercado local.

2. Estandarización de procesos administrativos:

Elaborar manuales de procesos y políticas internas, incluyendo contratación, inducción, evaluación de desempeño y gestión de incidencias.

Formalizar la estructura organizacional con organigrama, descripciones de puesto y líneas de reporte claras.

3. Digitalización y control operativo:

Implementar un sistema ERP que unifique facturación, inventario, contabilidad y producción para facilitar la trazabilidad y el análisis de datos.

Adoptar un sistema de facturación electrónica, asegurando el cumplimiento de la normativa tributaria salvadoreña, optimizando tiempos, reduciendo errores y mejorando la transparencia en los procesos.

Capacitar al personal en el uso de las herramientas digitales para garantizar un aprovechamiento óptimo de la inversión tecnológica.

4. Gestión del personal temporal:

Crear un protocolo de contratación de personal de temporada, con criterios claros de selección y registro.

Diseñar programas de capacitación exprés en áreas clave como manipulación de alimentos, atención al cliente y seguridad laboral.

Establecer incentivos para la retención de trabajadores estacionales con buen desempeño.

5. Evaluación del desempeño:

Implementar un sistema formal de evaluación periódica, con indicadores objetivos (productividad, calidad, puntualidad, trabajo en equipo).

Vincular la evaluación a incentivos y planes de mejora para fomentar la motivación y el desarrollo profesional.

6. Comunicación y presencia digital:

Desarrollar un plan de marketing digital con objetivos claros, calendario de publicaciones y estrategias diferenciadas para cada red social.

Monitorear y analizar métricas (alcance, interacción, conversiones) para ajustar las campañas y mejorar resultados.

Fortalecer la comunicación interna, asegurando que el personal esté informado sobre metas, logros y cambios importantes.

OPERACIONES

OBSERVACIÓN

PUNTOS POSITIVOS.

Permisos básicos legales obtenidos.

DYBAX CAFÉ opera con los permisos esenciales emitidos por la Alcaldía Municipal y el Ministerio de Hacienda. Esto le permite funcionar legalmente a nivel local, emitir comprobantes fiscales, declarar impuestos y ser reconocido como contribuyente formal, lo que constituye un avance clave en su formalización empresarial.

Proceso productivos y organizados y documentados.

La empresa ha establecido procesos internos bien definidos y secuenciales para la elaboración y empaqueo del café. Desde la recolección del grano, el despulpado, la fermentación, el secado, tueste, hasta el empaqueo final, cada etapa está detallada y ejecutada de manera estandarizada, lo cual garantiza eficiencia, trazabilidad y un producto de calidad.

Aplicación de estándares de calidad.

DYBAX CAFÉ mantiene controles rigurosos sobre el producto en cada fase del proceso. La selección de granos, el tueste uniforme, y el empaque apropiado son gestionados cuidadosamente para garantizar un café de alta calidad, lo que contribuye a la satisfacción del cliente y mejora la percepción de marca.

Infraestructura y equipamiento especializado.

La empresa cuenta con instalaciones adecuadas, maquinaria para el beneficiado del café, tostadoras industriales, molinos y sistemas de empaque que permiten cumplir con los requerimientos de calidad, volumen y conservación del producto. Esta infraestructura permite mantener la continuidad de la operación y facilitar el crecimiento.

ÁREAS DE MEJORA.

Permisos clave aún no gestionados.

Aunque cuenta con permisos básicos, DYBAX CAFÉ aún no ha tramitado autorizaciones críticas como el Registro Sanitario del Ministerio de Salud, el Permiso Ambiental del MARN, la licencia del Ministerio de Trabajo ni el Permiso de Bomberos. La ausencia de estos documentos representa un riesgo legal, operativo y comercial significativo.

Falta de formalización contractual.

Las relaciones con empleados, proveedores y clientes se manejan de manera verbal o informal, sin contratos escritos. Esta situación expone a la empresa a posibles demandas, incumplimientos, conflictos legales y pérdida de credibilidad ante socios o instituciones.

Ausencia de manual de procesos.

A pesar de tener procedimientos definidos, la empresa no cuenta con un manual de procesos consolidado. Esto puede generar inconsistencias cuando hay rotación de personal, dificulta la capacitación de nuevos empleados y limita la mejora continua de la operación.

Riesgo de sanciones y obstáculos al crecimiento.

El no contar con los permisos y documentación exigidos por las autoridades limita la posibilidad de acceder a financiamiento, licitaciones, exportaciones y alianzas estratégicas. Además, implica el riesgo de sanciones, cierres temporales o definitivos y daño reputacional.

RECOMENDACIONES

1. Regularización legal y cumplimiento normativo:

Gestionar de forma prioritaria los permisos faltantes:

- Registro Sanitario (Ministerio de Salud)
- Permiso Ambiental (MARN)
- Licencia del Ministerio de Trabajo
- Permiso de Bomberos
- Asignar un responsable de cumplimiento legal o contratar asesoría externa para garantizar que la empresa mantenga al día todas las obligaciones.
- Mantener un archivo físico y digital con copias de todos los permisos para inspecciones o auditorías.

2. Formalización contractual:

- Establecer contratos escritos con empleados, proveedores y clientes que definan obligaciones, plazos, condiciones de pago y resolución de conflictos.
- Diseñar plantillas contractuales estándar adaptadas a cada tipo de relación (laboral, comercial, servicios).

- Capacitar al personal administrativo sobre el manejo y archivo de contratos.

3. Documentación y estandarización de procesos:

- Elaborar un manual de procesos operativos que describa paso a paso cada etapa productiva, con diagramas de flujo y controles de calidad.
- Actualizar el manual periódicamente para incluir mejoras o cambios en la producción.
- Integrar protocolos de seguridad e higiene en el manual para cumplir con normativas y reforzar la confianza del cliente.

4. Prevención de riesgos y proyección de crecimiento:

- Implementar un sistema de control y auditoría interna para verificar que todas las áreas operen bajo normativas vigentes.
- Planificar inversiones en infraestructura y seguridad que cumplan con los estándares exigidos para exportar y participar en licitaciones.
- Desarrollar un plan de contingencia para evitar paros productivos ante inspecciones, fallos técnicos o eventos climáticos.

MARKETING

OBSERVACIÓN.

PUNTOS POSITIVOS.

Posicionamiento local y reconocimiento del nombre DYBAX CAFÉ:

A nivel comunitario y regional, el nombre DYBAX CAFÉ goza de cierta reputación por su origen artesanal, el cuidado en la elaboración y la historia que respalda el emprendimiento. Esto representa un valor importante para el marketing emocional y narrativo de la marca.

Participación en ferias y eventos comerciales:

La marca ha tenido presencia en actividades que permiten el contacto directo con consumidores, lo cual refuerza su visibilidad y genera experiencias positivas. Estas acciones

contribuyen al posicionamiento y son una buena base para escalar estrategias de promoción más amplias.

Uso del producto como herramienta de promoción:

La calidad sensorial del café (aroma, sabor, textura) se convierte en una poderosa herramienta de publicidad. El "producto habla por sí mismo", generando recomendaciones boca a boca, que son efectivas para atraer nuevos clientes, especialmente en mercados locales.

ÁREAS DE MEJORA.

Falta de estrategia de marketing digital estructurada:

Actualmente, no existe una planificación clara de campañas en redes sociales, ni se utilizan herramientas digitales como sitios web, tiendas en línea, email marketing o publicidad pagada. Esta ausencia limita el alcance de la marca a nuevos mercados o públicos más jóvenes y tecnológicos.

Promoción improvisada y sin planificación anual:

Las acciones publicitarias se realizan de manera esporádica, sin una estrategia clara de posicionamiento, ni objetivos medibles (como metas de alcance, interacción o ventas). Esto impide evaluar el impacto real del esfuerzo de promoción y dificulta el crecimiento sostenido.

Identidad visual poco desarrollada y sin protección legal:

Aunque se reconoce la marca a nivel local, no se cuenta con un registro de marca ante el CNR ni con un manual de identidad visual (colores, tipografía, logotipo oficial). Esta debilidad impide fortalecer la imagen de marca y protegerla legalmente de imitaciones o usos indebidos.

Dependencia exclusiva del boca a boca:

Si bien las recomendaciones son valiosas, no son suficientes para garantizar el crecimiento de la empresa. Se necesita complementar con estrategias visuales, emocionales

y digitales que permitan conquistar nuevos segmentos de clientes, especialmente fuera de su entorno geográfico inmediato.

Falta de presencia activa en redes sociales:

Aunque actualmente las redes sociales son uno de los principales canales de comunicación y promoción para negocios de alimentos y bebidas, DYBAX CAFÉ no mantiene una presencia activa ni regular en estas plataformas. Esto reduce su visibilidad, limita la interacción con potenciales clientes y desaprovecha una vía económica y efectiva para posicionar su marca, contar su historia y promover sus productos.

Revisión del nombre de la marca para internacionalización:

Aunque “DYBAX CAFÉ” tiene reconocimiento local, se recomienda analizar cuidadosamente su viabilidad para mercados internacionales. En algunos países o culturas, la palabra **** puede tener connotaciones negativas o poco profesionales. Antes de iniciar procesos de exportación o expansión internacional, sería conveniente realizar un estudio de percepción de marca y considerar la posibilidad de adaptar el nombre (manteniendo la esencia) para asegurar aceptación global y evitar malentendidos lingüísticos o cultural.

RECOMENDACIONES.

1. Estrategia de marketing digital:

- Diseñar un plan de marketing digital anual, con objetivos claros (alcance, ventas, engagement) y campañas específicas para redes sociales, email marketing, publicidad pagada y página web.
- Crear una tienda en línea para venta directa al consumidor, incluyendo opciones de pago seguras y envíos nacionales e internacionales.
- Usar herramientas de análisis (Google Analytics, Meta Business Suite) para medir y ajustar las estrategias.

2. Planificación y ejecución de campañas

- Elaborar un calendario de marketing anual, que incluya promociones estacionales (Navidad, Día de la Madre, Día del Café, etc.) y lanzamientos de nuevos productos.

- Establecer indicadores de desempeño (KPIs) para evaluar el impacto de cada campaña y optimizar las inversiones publicitarias.

3. Identidad visual y protección legal:

- Registrar oficialmente la marca en el CNR para protegerla legalmente en el mercado nacional y facilitar su defensa en el extranjero.
- Diseñar un manual de identidad visual, que incluya logotipo, paleta de colores, tipografías y lineamientos para uso en empaques, redes sociales y publicidad.
- Actualizar el empaque y materiales publicitarios para transmitir una imagen más profesional y competitiva.

4. Diversificación de canales de promoción:

- Complementar el boca a boca con campañas digitales, alianzas con cafeterías, influencers gastronómicos y medios especializados.
- Generar contenido de valor (videos de preparación, historias del café, recetas, datos culturales) para aumentar el engagement en redes sociales.
- Aprovechar las ferias y eventos para recopilar bases de datos de clientes y nutrir campañas de email marketing.

5. Presencia activa en redes sociales:

- Publicar contenido con frecuencia establecida (mínimo 3 veces por semana) en Instagram, Facebook y TikTok, utilizando fotos y videos de alta calidad.
- Implementar campañas de publicidad segmentada para llegar a públicos jóvenes, amantes del café de especialidad y compradores internacionales.
- Responder de forma ágil a los mensajes y comentarios para mejorar la interacción y fidelizar clientes.

6. Revisión estratégica del nombre para internacionalización:

- Realizar un estudio de percepción de marca internacional para evaluar cómo se interpreta “DYBAX CAFÉ” en distintos mercados.
- En caso de ser necesario, desarrollar una marca secundaria o adaptada para exportaciones, manteniendo la esencia artesanal y la historia del café salvadoreño.

PLAN ESTRATÉGICO

OBJETIVOS

Tabla 17

Objetivos Del Plan Estratégicos de DYBAX CAFÉ

Objetivo Estratégico	Metas Específicas
Ampliar y diversificar los canales de venta mediante la implementación de nuevos puntos de distribución a nivel nacional, tanto en supermercados como en tiendas especializadas, con el fin de incrementar la cobertura del Mercado y mejorar la disponibilidad del producto.	Incorporar más puntos de distribución a nivel nacional.
Maximizar las ventas de la empresa mediante la mejora continua de las estrategias de distribución y comercialización.	Crear un club de suscripción mensual de café.
Actualizar la infraestructura productiva de la empresa mediante la adquisición de maquinaria de procesamiento y empaque, con el propósito de aumentar la eficiencia operativa y asegurar el cumplimiento constante de los estándares de calidad exigidos por el mercado.	Compra de maquinaria de procesamiento y empaque.
Fortalecer la infraestructura tecnológica a través de la implementación de un sistema ERP y la optimización del control de inventarios, para obtener una reducción en los costos operativos y una mejora en la eficiencia de la empresa.	Implementar un sistema ERP. Reducir costos operativos, por mercadería dañada o vencida.

<p>Gestionar de manera prioritaria y eficiente la obtención de los permisos faltantes requeridos para la empresa, con el propósito de asegurar el cumplimiento normativo, evitar sanciones y garantizar la continuidad operativa de todas las áreas del negocio.</p>	<p>Gestionar los permisos faltantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Registro sanitario (Ministerio de Salud). - Permiso Ambiental (MARN). - Licencia del Ministerio de Trabajo. - Permiso de Bomberos.
<p>Implementar el sistema de facturación electrónica en la empresa, con el fin de cumplir con la normativa fiscal vigente, optimizar los procesos administrativos y mejorar la eficiencia.</p>	<p>Implementar el sistema de facturación electrónica.</p>
<p>Implementar y asegurar la formalización contractual de las relaciones laborales y comerciales de la empresa, mediante la elaboración y firma de contratos escritos con todos los empleados y proveedores, con el fin de garantizar la seguridad jurídica, la transparencia y el cumplimiento normativo.</p>	<p>Establecer contratos por escritos con empleados y proveedores.</p>
<p>Fortalecer las competencias del personal administrativo mediante la implementación de programas de capacitación continua, con el fin de mejorar la eficiencia operativa, la calidad del servicio y el cumplimiento de los procesos internos de la empresa.</p>	<p>Capacitar al personal administrativo.</p>
<p>Mantener una presencia activa y dinámica en redes sociales, mediante la publicación constante de contenido relevante y la atención oportuna a los mensajes y comentarios, con el fin de fortalecer la</p>	<p>Publicar contenido con frecuencia establecida.</p> <p>Responder de forma ágil a los mensajes y comentarios.</p>

<p>comunicación y fidelizar a los clientes reales y potenciales.</p>	
<p>Impulsar la transformación digital de la empresa mediante la creación y puesta en marcha de una tienda en línea que permita comercializar productos directamente al consumidor final, mejorando así la competitividad en el mercado.</p>	<p>Crear una tienda en línea.</p>
<p>Consolidar la identidad visual de la empresa y proteger legalmente la marca mediante su registro en el CNR, asegurando el reconocimiento formal, la exclusividad de uso y el respaldo jurídico necesario para su posicionamiento en el mercado.</p>	<p>Registrar oficialmente la marca en el CNR.</p>

Fuente: Elaboración propia.

PLAN ESTRATEGICO

Tabla 18

PLAN ESTRATÉGICO A CORTO PLAZO (MENOS DE SEIS MESES)

ACCIÓN	ÁREA	RESPONSABLE	INDICADOR	FECHA TENTATIVA DE INICIO	FECHA TENTATIVA DE FINALIZACIÓN
Crear un club de suscripción de café, desarrollando un sistema de suscripción mensual para clientes.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente General • Encargado del departamento de ventas 	75 suscripciones estimadas. 25 del plan básico. 25 del plan intermedio 25 del plan Premium.	01/01/2026	31/03/2026
Establecer contratos por escritos con empleados y proveedores, con el fin de garantizar la	Operaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente General • Sub Gerente 	Obtener que el 100% de los empleados cuenten con contrato por escrito firmado y archivado en sus expedientes.	01/01/2026	01/03/2026

seguridad jurídica de la empresa.					
Implementación de programas de capacitación continua para el personal administrativo.	Operaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente General 	Aumento de un 15% en la productividad y eficiencia de los empleados.	05/02/2026	06/02/2026
Publicar contenido con frecuencia establecida en redes sociales y responder de forma ágil a los mensajes y comentarios.	Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente General • Sub Gerente 	Aumentar en un 25% la interacción con los clientes reales y potenciales de la empresa.	01/04/2026	30/04/2026
Registrar oficialmente la marca en el CNR.	Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente General 	Cumplimiento del 100% de los requisitos legales establecidos por el CNR para el registro de la marca.	01/01/2026	31/01/2026

Fuente: Elaboración Propia

Tabla #19

PLAN ESTRATÉGICO A MEDIANO PLAZO (ENTRE SEIS MESES Y 2 AÑOS)

ACCIÓN	ÁREA	RESPONSABLE	INDICADOR	FECHA TENTATIVA DE INICIO	FECHA TENTATIVA DE FINALIZACIÓN
Adquirir maquinaria especializada para el procesamiento y empaque de productos, con el fin de aumentar la eficiencia operativa.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> Gerente General Encargado del departamento de empaquetado 	Aumento de un 30% en la eficiencia en el área de empaquetado.	01/02/2026	01/10/2026
Diseñar e implementar un plan estratégico integral que defina los objetivos y acciones de la empresa, con el propósito de orientar el crecimiento y mejorar la toma de decisiones.	Administración	<ul style="list-style-type: none"> Gerente General 	Diseño e implementación del 100% del plan estratégico integral.	01/01/2026	31/12/2026

Implementar un sistema ERP y un mejor control de inventarios, con el propósito de obtener una reducción en los costos operativos y una mejora en la eficiencia de la empresa.	Administración	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente General • Sub Gerente 	Reducir la pérdida por mercadería dañada o vencida en un 10%.	01/01/2026	31/12/2026
Implementar el sistema de facturación electrónica en la empresa, con el fin de cumplir con la normativa fiscal vigente	Administración	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente General • Sub Gerente 	Implementación del proceso de factura electrónica.	01/01/2026	01/08/2026
Impulsar la transformación digital de la empresa mediante la creación y puesta en marcha de una tienda en línea.	Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente General • Encargado del departamento de ventas 	Registrar un aumento en las ventas del 15%, tras la apertura de la tienda en línea.	01/03/2026	31/11/2026

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 20

PLAN ESTRATÉGICO A LARGO PLAZO (MÁS DE 2 AÑOS)

ACCIÓN	ÁREA	RESPONSABLE	INDICADOR	FECHA TENTATIVA DE INICIO	FECHA TENTATIVA DE FINALIZACIÓN
Ampliar la red de distribución a nivel nacional mediante la incorporación progresiva de nuevos puntos de venta y alianzas estratégicas.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente General • Encargado del departamento de distribución 	Incremento de un 15% en los ingresos a través de los nuevos canales de venta.	01/01/2026	31/01/2028
Gestionar de manera prioritaria los permisos faltantes del negocio para asegurar así el cumplimiento normativo. - Registro sanitario (Ministerio de Salud)	Operaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente General 	Obtener el 100% de los permisos faltantes.	01/01/2026	31/12/2028

- Permiso Ambiental (MARN) - Licencia del Ministerio de Trabajo - Permiso de Bomberos					
---	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 21

PRESUPUESTO DE IMPLEMENTACIÓN

Plazo	Acción Propuesta	Plan de Acción	Costo Estimado
Corto Plazo	Crear un club de suscripción de café, desarrollando un sistema de suscripción mensual para clientes.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollo web/app básica ▪ Logística de entregas ▪ Diseño y publicidad inicial 	<ul style="list-style-type: none"> - \$ 2,500 - \$ 1,000 - \$ 500
Corto Plazo	Establecer contratos por escritos con empleados y proveedores, con el fin de garantizar la seguridad jurídica de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Honorarios legales ▪ Papelería administrativa 	<ul style="list-style-type: none"> - \$ 1,000 - \$ 200
Corto Plazo	Implementación de programas de capacitación continua para el personal administrativo.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Talleres externos/seminarios ▪ Capacitaciones internas 	<ul style="list-style-type: none"> - \$ 1,500 - \$ 1,000
Corto Plazo	Publicar contenido con frecuencia establecida en redes sociales y responder de forma ágil a los mensajes y comentarios.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creación de contenido gráfico y audiovisual ▪ Community manager parcial 	<ul style="list-style-type: none"> - \$ 2,400 Salario por 6 meses
Corto Plazo	Registrar oficialmente la marca en el CNR.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tasas oficiales de registro y trámites legales. 	<ul style="list-style-type: none"> - \$ 500

Costo Total			\$ 10,600.00
Mediano Plazo	Adquirir maquinaria especializada para el procesamiento y empaque de productos, con el fin de aumentar la eficiencia operativa.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tostadora industrial + selladora ▪ Equipo de empaque 	<ul style="list-style-type: none"> - \$ 15,000 - \$ 10,000
Mediano Plazo	Implementar un sistema ERP y un mejor control de inventarios, con el propósito de obtener una reducción en los costos operativos y una mejora en la eficiencia de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Software ERP ▪ capacitación y licencias. 	<ul style="list-style-type: none"> - \$ 8,000 - \$ 4,000
Mediano Plazo	Implementar el sistema de facturación electrónica en la empresa, con el fin de cumplir con la normativa fiscal vigente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Software autorizado por Hacienda ▪ Capacitación. 	<ul style="list-style-type: none"> - \$ 1,500 - \$ 1,000
Mediano Plazo	Impulsar la transformación digital de la empresa mediante la creación y puesta en marcha de una tienda en línea.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollo web profesional con cobros en línea. ▪ Marketing digital inicial 	<ul style="list-style-type: none"> - \$ 4,000 - \$ 2,000
Costo Total			\$ 45,500.00
Largo Plazo	Ampliar la red de distribución a nivel nacional mediante la incorporación progresiva de nuevos puntos de venta y alianzas estratégicas.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adecuación y logística de 3 puntos de venta 	\$ 10,000 (c/u)

Largo Plazo	Gestionar de manera prioritaria los permisos faltantes del negocio para asegurar así el cumplimiento normativo. - Registro sanitario (Ministerio de Salud) - Permiso Ambiental (MARN) - Licencia del Ministerio de Trabajo - Permiso de Bomberos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tasas de trámites y asesoría legal aproximada. 	- \$ 3,500
Costo Total			\$ 33,500.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 22

IMPACTO ECONÓMICO – MODELO DE SUSCRIPCIÓN DE CAFÉ (Proyección)

PLAN	Enero	Febrero	Marzo	SUB-TOTAL
Básico	\$ 30 x 25 = \$ 750	\$ 750	\$ 750	\$ 5,125
Intermedio	\$ 55 x 25 = \$ 1,375	\$ 1,375	\$ 1,375	\$ 5,125
Premium	\$ 120 x 25 = 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 5,125
TOTAL (POR 3 MESES)				\$ 15,375

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

El desarrollo de este trabajo ha permitido analizar de manera integral la situación actual de DYBAX CAFÉ, evaluando tanto sus capacidades internas como los retos y oportunidades del entorno competitivo. A través del estudio se identificaron elementos clave como su trayectoria de más de seis décadas, su identidad artesanal y la amplia variedad de productos que ofrece, lo que constituye una base sólida para su posicionamiento en el mercado.

Se concluye que DYBAX CAFÉ cuenta con una propuesta de valor diferenciada, respaldada por la calidad de su café y una conexión auténtica con sus raíces locales. Su imagen artesanal, combinada con un catálogo diversificado de productos, le permite destacar frente a la competencia y captar el interés de consumidores que valoran la tradición y el origen del producto.

Se identifican áreas de mejora que deben ser atendidas para garantizar un crecimiento sostenible, entre ellas la necesidad de modernizar procesos productivos, fortalecer la presencia digital y optimizar la gestión interna. La incorporación gradual de tecnología, así como la capacitación constante del personal.

Asimismo, la utilización de estrategias de marketing digital y la implementación de nuevos modelos de negocio, como suscripciones y servicios B2B, pueden generar ingresos recurrentes y ampliar la base de clientes. Esto, acompañado de una comunicación más efectiva de las prácticas sostenibles y del café orgánico, reforzará la identidad y reputación de la marca.

En conclusión, DYBAX CAFÉ es una empresa con gran potencial de crecimiento, cuya combinación de experiencia, tradición y apertura a la innovación puede consolidarla como un referente del café de especialidad en el mercado nacional. Con una planificación estratégica clara y un enfoque en la diferenciación, podrá fortalecer su competitividad y asegurar su sostenibilidad en el mediano y largo plazo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

(S/f). Edu.sv. Recuperado el 10 de abril de 2025, de https://repositorio.ues.edu.sv/items/63c31032-4a74-46e4-82f8-ee7621efb594?utm_source

About. (s/f). Bean of Fire. Recuperado el 10 de abril de 2025, de https://beanoffire.com/es/pages/about?utm_source

Alfaro, K. (2025) Prevén Cosecha de café supere Los 800,000 Quintales | La Prensa Gráfica. Disponible en: <https://www.laprensagrafica.com/economia/Preven-cosecha-de-cafe-supere-los-800000-quintales-20211027-0083.html>

Café Majada - Home. (s/f). Cafemajada.eu. Recuperado el 10 de abril de 2025, de <https://www.cafemajada.eu/en-US/>

Hidden coffee roasters. (2021, noviembre 11). Hidden Coffee Roasters. <https://hiddencoffeeroasters.com/>

Lena, J. (2024) 10 tendencias de consumo de café para adoptar con éxito En Tu Negocio, Nestlé Professional. Disponible en: <https://www.nestleprofessional-latam.com/sv/tendencias-e-ideas/tendencias-cafe>

Marketing. (2020, agosto 11). El Salvador San Carlos Dos. CMG; COFFEEMAXGREEN. https://www.coffeemaxgreen.com/el-salvador-san-carlos-dos/?utm_source

Montecristo Natural. (s/f). Sucafina.com. Recuperado el 10 de abril de 2025, de https://sucafina.com/na/offerings/montecristo-natural?utm_source

Morelos, M. (s/f). *Vende café de especialidad por modelo de suscripción.* Clip. Recuperado el 9 de abril de 2025, de <https://surl.li/mumltf>

Moreno, E. (2021, marzo 5). *¿Por qué se han hecho tan populares los servicios de suscripción de café? MTPak Coffee.* <https://surl.li/znsbpb>

Orellana, J. (2018) Tecnología para la sostenibilidad y rentabilidad Del Café | La Prensa Gráfica. Disponible en: <https://www.laprensagrafica.com/economia/Tecnologia-para-la-sostenibilidad-y-rentabilidad-del-cafe-20180204-0076.html>

Proveedores de café para Hoteles. (s/f). Jdeprofessional.es. de <https://www.jdeprofessional.es/cafe-hoteles>

Read. (s/f). *Bean of Fire.* Recuperado el 9 de abril de 2025, de <https://beanoffire.com/es/pages/read>

Sociedad Cooperativa de Cafetaleros de Ciudad Barrios de R.L. (2018, febrero 6). Cafeciba | Forjando oportunidades a través de la caficultura en El Salvador; Cafeciba. https://cafeciba.com.sv/?lang=en&utm_source

TECH, R.T.F. (2024) Sostenibilidad en la producción de café: Prácticas que cambian a la industria, THE FOOD TECH – Medio de noticias líder en la Industria de Alimentos y Bebidas. Disponible en: <https://thefoodtech.com/seguridad-alimentaria/sostenibilidad-en-la-produccion-de-cafe-practicas-que-cambian-la-industria/>

Marketing. (2020, agosto 11). El Salvador San Carlos Dos. CMG; COFFEEMAXGREEN. https://www.coffeemaxgreen.com/el-salvador-san-carlos-dos/?utm_source

Montecristo Natural. (s/f). Sucafina.com. Recuperado el 10 de abril de 2025, de https://sucafina.com/na/offerings/montecristo-natural?utm_source

Morelos, M. (s/f). Vende café de especialidad por modelo de suscripción. Clip. Recuperado el 9 de abril de 2025, de <https://surl.li/mumltf>

Moreno, E. (2021, marzo 5). ¿Por qué se han hecho tan populares los servicios de suscripción de café? MTPak Coffee. <https://surl.li/znsbpk>

Orellana, J. (2018) Tecnología para la sostenibilidad y rentabilidad Del Café | La Prensa Gráfica. Disponible en: <https://www.laprensagrafica.com/economia/Tecnologia-para-la-sostenibilidad-y-rentabilidad-del-cafe-20180204-0076.html>

Proveedores de café para Hoteles. (s/f). Jdeprofessional.es. de <https://www.jdeprofessional.es/cafe-hoteles>

Read. (s/f). *Bean of Fire.* Recuperado el 9 de abril de 2025, de <https://beanoffire.com/es/pages/read>

Sociedad Cooperativa de Cafetaleros de Ciudad Barrios de R.L. (2018, febrero 6). Cafeciba | Forjando oportunidades a través de la caficultura en El Salvador; Cafeciba. https://cafeciba.com.sv/?lang=en&utm_source

TECH, R.T.F. (2024) Sostenibilidad en la producción de café: Prácticas que cambian a la industria, THE FOOD TECH – Medio de noticias líder en la Industria de Alimentos y Bebidas. Disponible en: <https://thefoodtech.com/seguridad-alimentaria/sostenibilidad-en-la-produccion-de-cafe-practicass-que-cambian-la-industria/>

Registros Sanitarios de Alimentos y Bebidas. (2023, mayo 2). Dirección de Salud Ambiental - Ministerio de Salud. https://disam.salud.gob.sv/servicios/registros-sanitarios/registros-sanitarios-de-alimentos-y-bebidas/?utm_source

Ley de Gestión Integral de Residuos y Fomento al Reciclaje. (s. f.). vLex. Recuperado 17 de junio de 2025, de https://sv.vlex.com/vid/ley-gestion-integral-residuos-1076724125?utm_source

Cumplimiento Laboral para Empresas en Crecimiento. (2025, marzo 18). LaborLab https://laborlablegal.com/cumplimiento-laboral-para-empresas-en-crecimiento-en-el-salvador-obligaciones-multas-y-como-evitarlas/?utm_source

AFILIACIONES AL SEGURO ISSS Y LAS ADMINISTRACIÓN DE FONDO DE PENSIONES AFP. (s. f.). Gob.sv. Recuperado 17 de junio de 2025, de https://www.ssf.gob.sv/images/stories/desc_pensiones_reglamentos/AFILIACION%20A%20LA%20S%20AFP.pdf

LEY DE SERVICIO DE BOMBEROS NACIONALES. (s. f.). Gob.sv. Recuperado 17 de junio de 2025, de https://www.jurisprudencia.gob.sv/DocumentosBoveda/D/2/1970-1979/1979/05/88988.PDF?utm_source

Propuesta de ley de bomberos establece medidas de seguridad y multas por incumplimiento. (2022, agosto 31). Radioyskl.com. https://radioyskl.com/2022/08/31/propuesta-de-ley-de-bomberos-establece-medidas-de-seguridad-y-multas-por-incumplimiento/?utm_source

Servicios. (2010, enero 29). Sitio Web Estandarizado Bomberos. https://www.bomberos.gob.sv/?page_id=219&utm_source

Registro de marca El Salvador. (2021, marzo 17). El Salvador Legis; El Salvador Legis Abogados en El Salvador. https://www.elsalvadorlegis.com/registro-de-marca-el-salvador/?utm_source

Zelaya, J. (2021, noviembre 22). PROCESO DE INSCRIPCION DE MARCAS EN EL SALVADOR. El Salvador Legis; El Salvador Legis Abogados en El Salvador. https://www.elsalvadorlegis.com/proceso-de-inscripcion-de-marcas-en-el-salvador/?utm_source

Cumplimiento Laboral para Empresas en Crecimiento. (2025, marzo 18). LaborLab. https://laborlablegal.com/cumplimiento-laboral-para-empresas-en-crecimiento-en-el-salvador-obligaciones-multas-y-como-evitarlas/?utm_source

Comisión Agropecuaria estudia nueva normativa para potenciar al sector cafetalero. (s. f.). Gob.Sv. Recuperado 17 de junio de 2025, de https://www.asamblea.gob.sv/node/13102?utm_source

Dirección General de Aduanas. (s. f.). Gob.sv. Recuperado 17 de junio de 2025, de https://sitio.aduana.gob.sv/servicios/exportacion-de-mercancias/?utm_source

About. (s/f). Bean of Fire. Recuperado el 25 de julio de 2025, de <https://beanoffire.com/es/pages/about>

Nestle Professional. (2024, octubre 17). 10 tendencias de consumo de café para adoptar con éxito en tu negocio. Nestlé Professional; Nestle Professional. <https://www.nestleprofessional-latam.com/sv/tendencias-e-ideas/tendencias-cafe>

(S/f-a). Edu.sv. Recuperado el 25 de julio de 2025, de https://repositorio.ues.edu.sv/items/63c31032-4a74-46e4-82f8-ee7621efb594?utm_source=

(S/f-b). Laprensagrafica.com. Recuperado el 25 de julio de 2025, de <https://www.laprensagrafica.com/economia/Preven-cosecha-de-cafe-supere-los-800000-quintales-20211027-0083.html>

USDA proyecta aumento en la cosecha de café salvadoreño entre 2025 y 2026 . (2025, 16 de mayo). ESNoticiaSV; Noticias El Norteño El Salvador. <https://ennewssv.com/2025/05/usda-proyecta-aumento-en-la-cosecha-de-cafe-salvadoreno-entre-2025-y-2026/>

ANEXOS

MANUAL DE PROCESOS

Empresa: DYBAX CAFÉ de Perquín, El Salvador

Área: Ventas y Operaciones

OBJETIVO

Establecer los pasos estandarizados para la **recepción, almacenamiento, venta y control de productos** de DYBAX CAFÉ, asegurando calidad, frescura, servicio al cliente y correcto cierre de operaciones.

ALCANCE

Este manual aplica a todo el personal de **bodega, atención al cliente, caja y supervisión** en tiendas físicas y pedidos a domicilio.

PROCESOS

En esta sección se describen de manera clara y ordenada los procedimientos operativos que debe seguir el personal de DYBAX CAFÉ para garantizar la correcta recepción, almacenamiento, exhibición, venta, gestión de devoluciones y cierre diario de operaciones.

Cada proceso se presenta en dos partes:

- ✓ **Pasos:** indican el orden lógico de actividades a realizar para cumplir con el procedimiento.
- ✓ **Diagrama de flujo:** representación gráfica que muestra de forma visual cómo se desarrollan las actividades, facilitando su comprensión y ejecución.

El cumplimiento de estos procesos asegura:

- ✓ La calidad del producto desde su llegada hasta su venta.
- ✓ Un servicio al cliente eficiente y cordial.
- ✓ El control del inventario y de las finanzas diarias.
- ✓ Una operación organizada y segura al final de cada jornada.

3.1 Recepción de café en la tienda.

Pasos:

1. Inicio:

El proceso comienza cuando llega un cargamento de materia prima a las instalaciones de la empresa.

2. Recepción de materia prima:

El personal encargado recibe físicamente el cargamento, ubicándolo en el área destinada para su revisión.

3. Revisar y contar mercadería:

Se realiza una inspección para verificar que la cantidad recibida coincida con lo solicitado y que la materia prima esté en buen estado.

Se cuenta cada unidad o saco.

Se revisa la integridad del empaque y la calidad del producto.

4. ¿Está bien? (*Punto de decisión*):

Si la mercancía cumple con los estándares: Se continúa con el siguiente paso.

Si presenta problemas (daños, faltantes, producto incorrecto): Se activa la acción de *regresar mercancía* al proveedor.

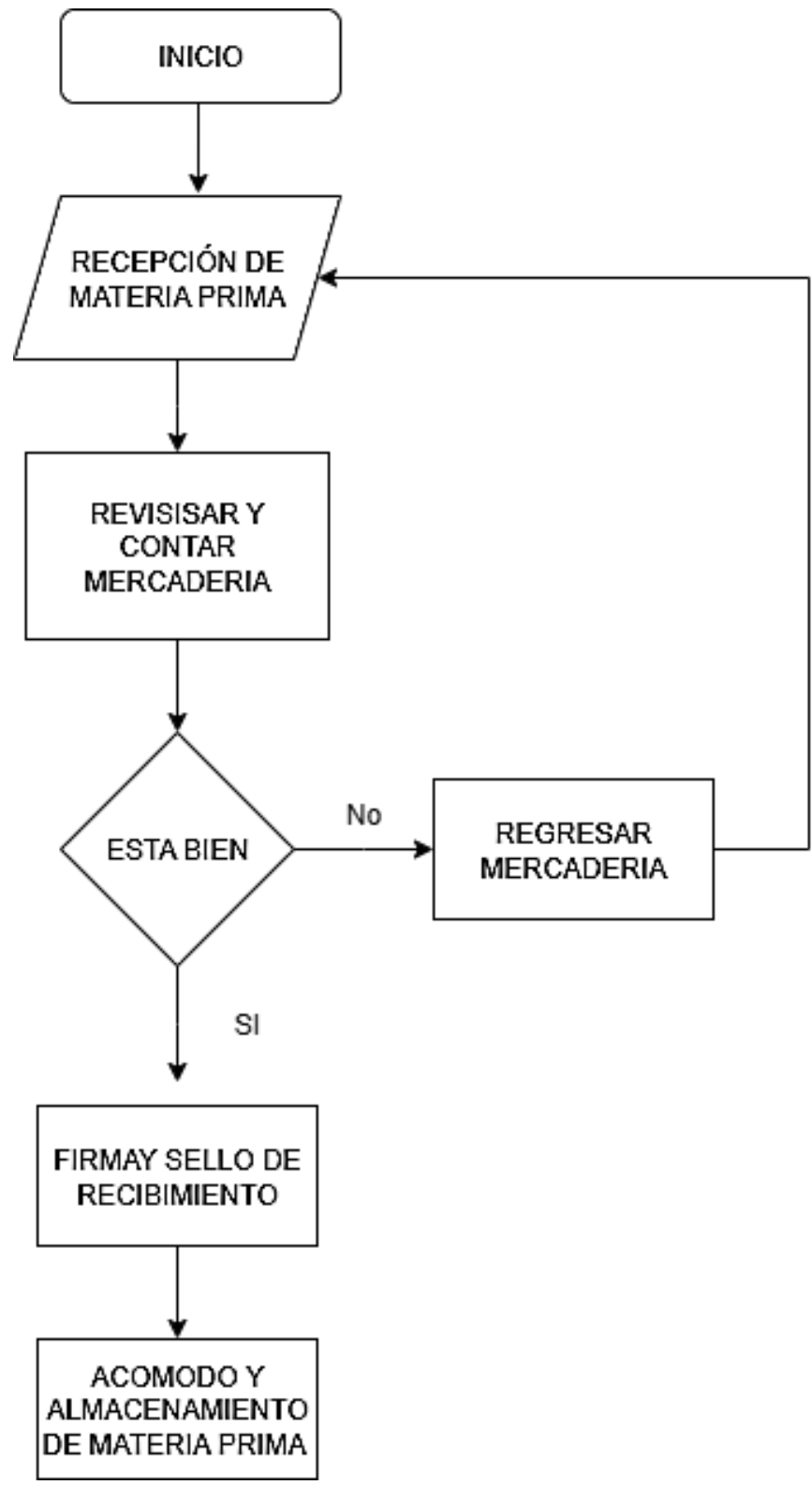
5. Firmar y sellar de recibimiento:

Una vez confirmada la recepción, el encargado firma y sella la guía o documento de recepción, dejando constancia oficial.

6. Acomodo y almacenamiento de materia prima:

La mercancía se traslada al área de almacenamiento, siguiendo las normas de organización y conservación, hasta que sea utilizada en el proceso productivo.

Diagrama de Flujo: Recepción de café en la tienda.



3.2 Exhibición de producto.

Pasos:

1. Inicio:

El proceso comienza cuando llega el pedido al punto de venta.

2. Recepción en punto de venta:

El personal recibe físicamente los productos entregados por el proveedor o la bodega central.

3. Cantidad correcta (Punto de decisión):

Si la cantidad coincide con la orden: se continúa con la revisión de empaque y estado.

Si hay diferencias: se notifica y ajusta el pedido con el proveedor o área responsable.

4. Revisión de empaque y estado:

Se inspecciona que los empaques estén completos, sin daños y que el producto conserve su calidad.

5. Empaque en buen estado (Punto de decisión):

Si el empaque está correcto: el producto continúa en el flujo.

Si está dañado: se procede a pre-retirar el producto para evitar su colocación.

6. Limpieza del espacio:

Antes de colocar el producto, se limpia y prepara el área para asegurar condiciones de higiene y presentación.

7. Colocación del producto:

El artículo se ubica en el espacio designado siguiendo el plan de exhibición.

8. Colocación de precios y etiquetas:

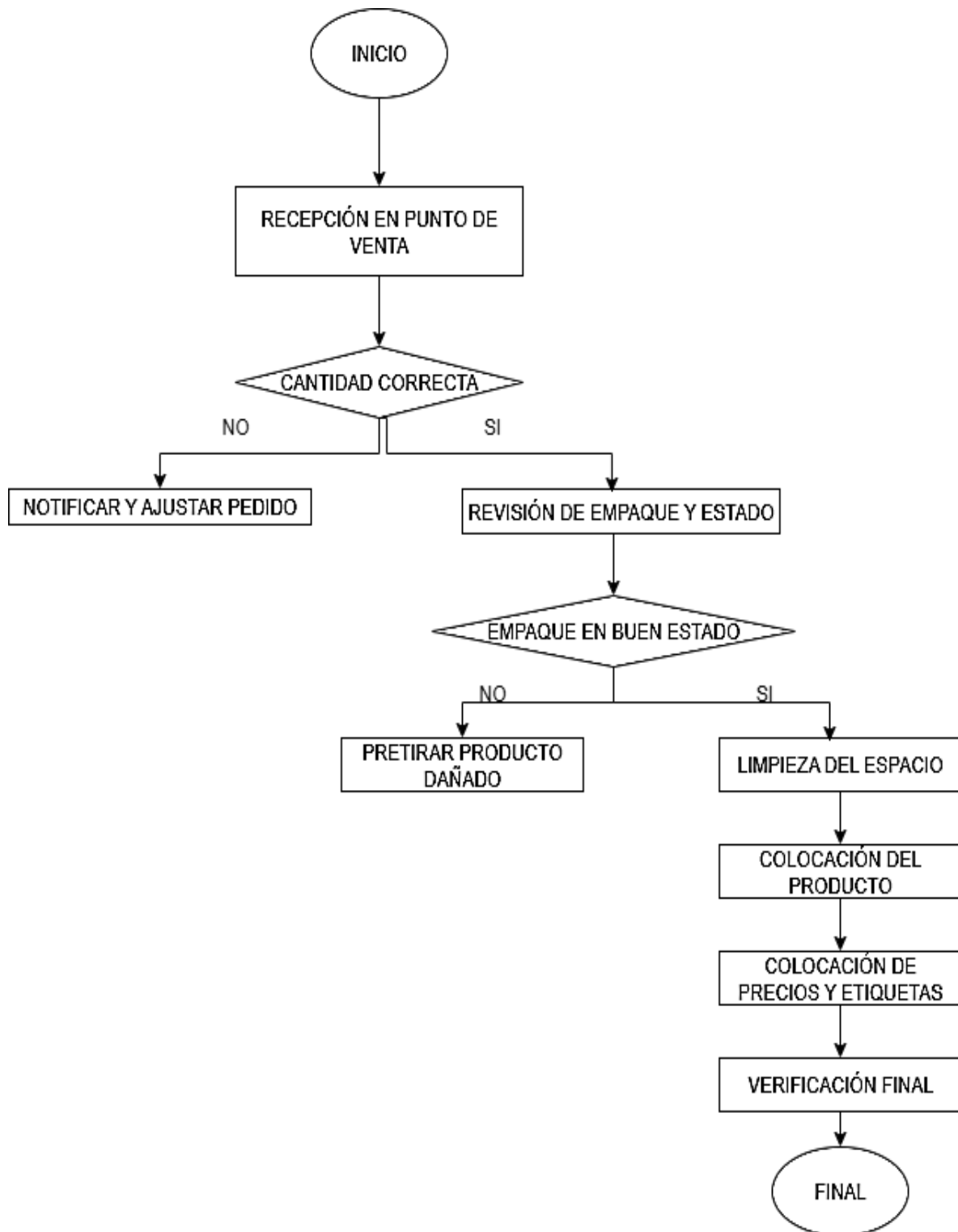
Se agregan o actualizan etiquetas y precios visibles para el cliente.

9. Verificación final:

Se revisa que el producto esté bien exhibido, con información correcta y en buen estado antes de la apertura o durante el servicio.

10. Final:

El proceso termina con el producto listo para la venta al público.

Diagrama de Flujo: Exhibición de producto.

3.3 Exhibición por Fecha de Vencimiento

Pasos:

1. Colocar en exhibición los productos con fecha más próxima de vencimiento al frente:

Al organizar los estantes, los productos que vencerán primero se colocan en la parte frontal.

Esto facilita que el cliente adquiera primero los productos más próximos a caducar, evitando pérdidas por vencimiento.

2. Revisar diariamente para rotar mercancía:

Cada día, antes de abrir o durante la jornada, se revisan las fechas de vencimiento.

Si hay productos más antiguos en la parte de atrás, se mueven al frente para mantener la rotación (método PEPS: Primero en Entrar, Primero en Salir).

3. Retirar productos vencidos o dañados:

Si se detecta un producto vencido o con empaque dañado, debe retirarse de inmediato.

Se registra como baja de inventario y se gestiona según la política interna (desecho, devolución a proveedor, etc.).

Diagrama de Flujo: Exhibición por Fecha de Vencimiento:



3.4 Proceso de Venta – Protocolo de Atención al Cliente

Pasos:

1. Saludar cordialmente:

Recibir al cliente con una sonrisa, tono de voz amable y lenguaje corporal abierto.

Ejemplo: "Buenos días, bienvenido a DYBAX CAFÉ, ¿cómo está hoy?"

Este paso crea una primera impresión positiva y genera confianza.

2. Identificar necesidades:

Escuchar activamente al cliente para saber qué busca.

Hacer preguntas abiertas: "¿Prefiere café molido o en grano?", "¿Qué cantidad desea?".

Este paso asegura que la oferta se ajuste a lo que el cliente realmente quiere.

3. Presentar opciones y asesorar:

Mostrar los productos disponibles y explicar sus características: tipo de café, origen, aroma, intensidad, empaque.

Resaltar beneficios y promociones actuales.

El objetivo es ayudar al cliente a tomar una decisión informada.

4. Confirmar compra:

Verificar que el cliente esté de acuerdo con el producto y cantidad seleccionada.

Ejemplo: "Entonces, ¿se llevará el paquete de café especial molido de 500 g?"

Evita errores en el pedido y permite ajustes antes de cobrar.

5. ¿Preguntar?

Ticket o Facturas

6. Cobrar y entregar producto:

Procesar el pago de forma eficiente (efectivo, tarjeta, transferencia).

Entregar el producto con cuidado, revisando que el empaque esté en buen estado.

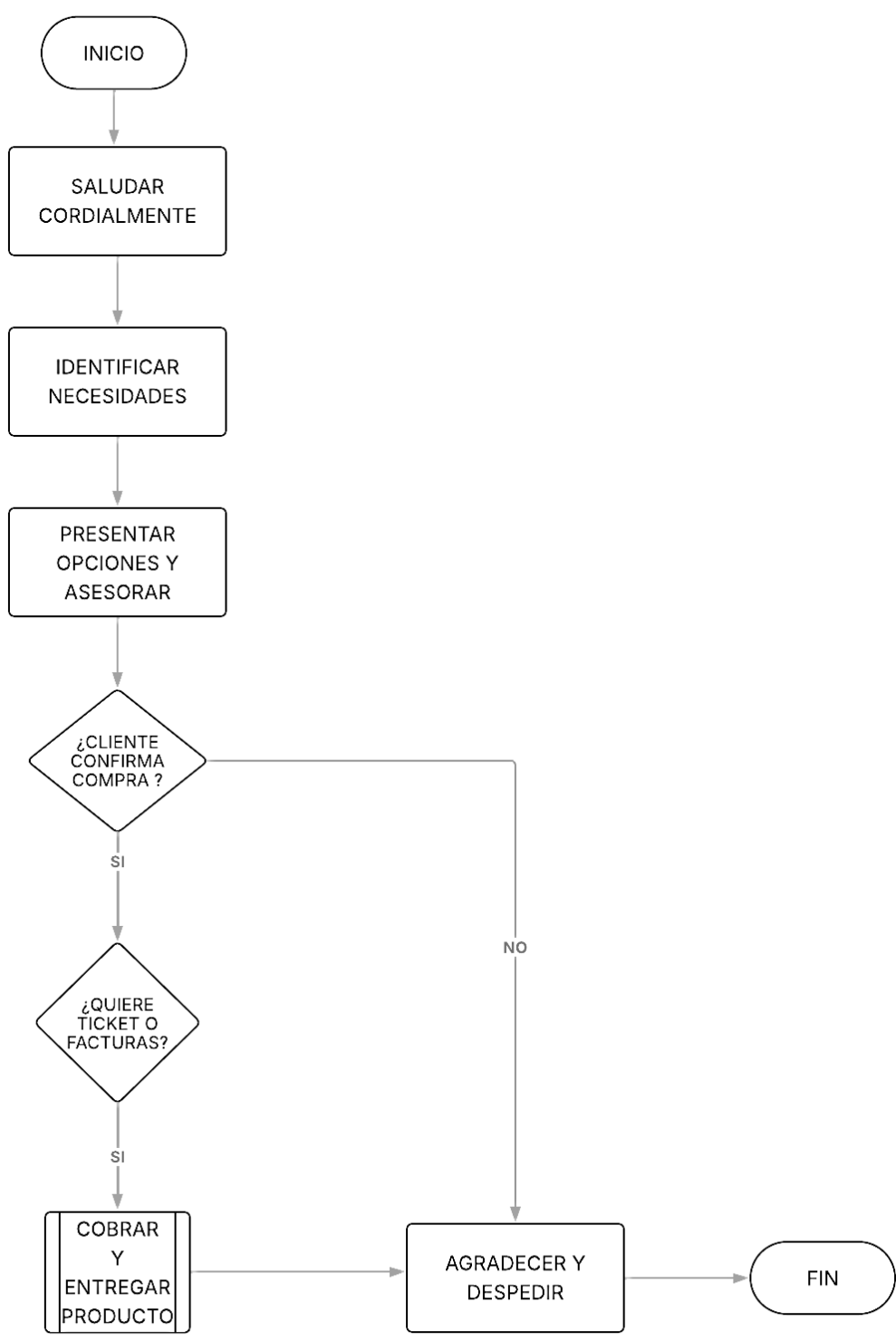
7. Agradecer y despedir:

Reconocer la preferencia del cliente y motivarlo a regresar.

Ejemplo: "Muchas gracias por su compra, esperamos verlo pronto."

Refuerza la fidelidad y mejora la experiencia de compra.

Diagrama de Flujo- Proceso de Venta- Protocolo de Atención al Cliente.



3.5 Producto Dañado y Devolución/Nueva Entrega

Pasos:

1. Inicio:

El proceso comienza cuando un cliente solicita la devolución de un producto.

2. Cliente solicita devolución:

El cliente comunica su intención de devolver un artículo, ya sea por defectos, inconformidad o cualquier otro motivo permitido.

3. Verificar motivos y condiciones de devolución:

El personal revisa las razones y comprueba si se cumplen los requisitos establecidos en la política de devoluciones (por ejemplo: tiempo límite, estado del producto, comprobante de compra).

4. ¿Cumple políticas de devoluciones? (Punto de decisión):

Sí cumple: se continúa con el siguiente paso.

No cumple: se rechaza la solicitud y se explica claramente al cliente el motivo.

5. Cliente entrega producto:

El cliente entrega físicamente el artículo para su revisión.

6. Inspeccionar estado del producto:

Se verifica que el producto esté en condiciones aceptables (por ejemplo: sin uso excesivo, con empaque original, sin daños no atribuibles a fabricación).

7. ¿Producto en buen estado?

Sí está en buen estado: se procesa el reembolso o reemplazo.

No está en buen estado: se rechaza la devolución, explicando al cliente el motivo.

8. Procesar reembolso o reemplazo:

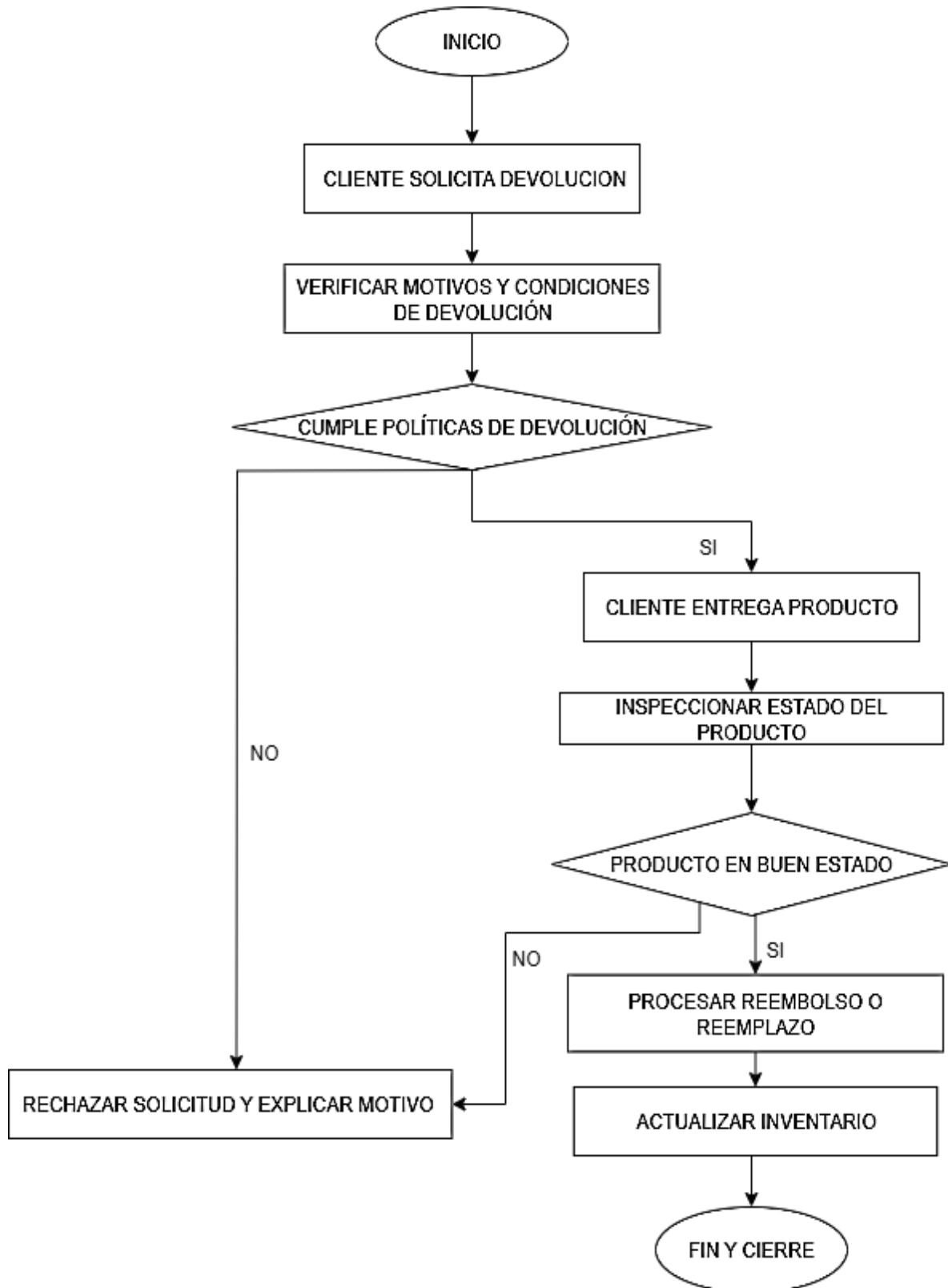
Dependiendo del acuerdo, se realiza el reembolso del dinero o se entrega un nuevo producto.

9. Actualizar inventario:

Se registra el movimiento en el sistema, ajustando existencias y registros de devoluciones.

10. Cierre y fin:

El proceso finaliza una vez completado el trámite y el cliente recibe respuesta definitiva.

Diagrama de Flujo: Producto Dañado y Devolución/Nueva Entrega

3.6 Cierre del Día

Pasos:

1. Contar efectivo y cuadrar caja con ventas registradas:

Al final de la jornada, se cuenta todo el dinero en efectivo de la caja.

Se compara con el total de ventas registradas en el sistema o en el reporte de caja.

Si hay diferencias, deben anotarse y justificarse antes de continuar.

Esto asegura que las ventas y el efectivo coincidan, evitando pérdidas o errores contables.

2. Guardar dinero en caja de seguridad:

El efectivo contado se deposita en la caja fuerte o caja de seguridad designada por la empresa.

Este procedimiento protege los ingresos y reduce el riesgo de robos.

Se debe llevar un registro de quién depositó y a qué hora.

3. Revisar inventario y registrar bajas

Verificar cuántos productos quedan en existencia.

Anotar las “bajas” o salidas por ventas, devoluciones o productos dañados.

Este control permite mantener actualizado el inventario y planificar nuevos pedidos.

4. Apagar equipos y asegurar instalaciones:

Apagar luces, computadoras, máquinas de café y otros equipos eléctricos.

Cerrar bien puertas y ventanas, asegurando candados o sistemas de alarma.

Este paso protege las instalaciones y el equipo de trabajo fuera del horario laboral.

Diagrama de Flujo: Cierre del Día

