

UNIVERSIDAD EVANGÉLICA DE EL SALVADOR

ESCUELA DE POSGRADOS



UNIVERSIDAD EVANGÉLICA
DE EL SALVADOR

INFORME DE INNOVACIÓN:

ELABORACIÓN DE UN MANUAL PARA LA EXPANSIÓN DE OPERACIONES A
NIVEL NACIONAL E INCURSIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE LA
MARCA ÁMARUM COFFEE

PARA OPTAR AL GRADO DE:

MAESTRÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL.

PRESENTADO POR:

DURÁN MARTÍNEZ, KATHERINE ESMERALDA

ASESOR DE ANTEPROYECTO:

MSC. GIOVANNY ORELLANA

SAN SALVADOR, MAYO DE 2024

ÍNDICE

DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTOS	V
INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO 1. LA NECESIDAD DE INNOVAR	7
1.1. ESTADO ANTERIOR	7
1.1.1. <i>ÁMARUM COFFEE</i>	7
1.1.1.1. HISTORIA ORGANIZACIONAL	8
1.1.1.2. FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL	8
1.1.1.3. ESTRUCTURA INTERNA	10
1.1.1.4. PRODUCTOS Y/O SERVICIOS	11
1.1.1.5. ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS, SERVICIOS U OPERACIONES	11
1.1.2. <i>DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN</i>	12
1.1.2.1. ANÁLISIS FODA	13
1.1.2.2. ANÁLISIS CAME	15
1.1.2.3. GUÍA DE ENTREVISTA DIAGNÓSTICA	17
1.1.2.3.1. GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A PERSONAL DE ÁMARUM COFFEE	18
1.1.2.3.2. GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A CLIENTES DE ÁMARUM COFFEE	21
1.1.2.3.3. RESULTADOS DE GUÍA DE ENTREVISTAS	22
1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DE CAMBIO.	28
1.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	31
1.3.1. <i>CAFÉ SALVADOREÑO</i>	31
1.3.2. <i>ÁMARUM COFFEE Y PROYECCIÓN A LA EXPANSIÓN DE OPERACIONES</i>	34
1.3.2.1. EXPANSIÓN A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	35
1.3.2.1.1. FORMAS DE ENTRADA AL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL	35
1.3.2.1.1.1. FORMAS DE ENTRADA AL MERCADO NACIONAL	35
1.3.2.1.1.2. FORMAS DE ENTRADA AL MERCADO INTERNACIONAL	38
CAPÍTULO 2. IMPLEMENTACIÓN DE LA INNOVACIÓN	46
2.1. OBJETIVOS	46
2.1.1. <i>OBJETIVO GENERAL</i>	46
2.1.2. <i>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</i>	46
2.2. DISEÑO DE LA INNOVACIÓN	46
2.2.1. <i>MANUAL PARA LA EXPANSIÓN DE OPERACIONES A NIVEL NACIONAL E</i> <i>INTERNACIONAL DE LA MARCA DE ÁMARUM COFFEE.</i>	50
PERMISOS SANITARIOS DE ESTABLECIMIENTOS	65
REQUISITOS PARA LA PRESENTACIÓN DE SOLICITUD DE ESTABLECIMIENTOS Y FÁBRICAS ALIMENTARIOS	65
2.3. METODOLOGIA Y ESTRATEGIAS	98
2.4. ORGANIZACIÓN PARA LA EJECUCIÓN	100
2.5. MONITOREO Y EVALUACIÓN	102
2.6. RECURSOS Y PRESUPUESTO	105
2.7. RECURSOS Y PRESUPUESTO	108
CAPÍTULO 3: RESULTADOS DE LA INNOVACIÓN	115
3.1. CAMBIOS EN NECESIDADES Y PROBLEMAS ABORDADOS	115

3.2.	CAMBIOS OBSERVADOS EN (EL BIEN SERVICIO O PROCESO QUE SE INNOVO)....	116
3.3.	PRUEBAS Y DEMOSTRACIONES DE LA EFICACIA, EFICIENCIA Y EFECTIVIDAD	119
3.4.	PERCEPCIONES Y EVALUACIONES DE USUARIOS Y BENEFICIARIOS.....	120
CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		122
4.1.	CONCLUSIONES.....	122
4.2.	RECOMENDACIONES Y PROPUESTAS.....	123
4.3.	SOCIALIZACION DE RESULTADOS	124
	PLAN DE SOCIALIZACIÓN DE RESULTADOS	124
	PLAN DE SOCIALIZACIÓN DE RESULTADOS	125
FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS.....		126
ANEXOS.....		129
<i>ANEXO A. RESULTADO DE LA GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A PERSONAL DE ÁMARUM COFFEE.....</i>		<i>129</i>
<i>ANEXO B. RESULTADOS DE LAS DE ENTREVISTAS DIRIGIDA A CLIENTES DE ÁMARUM COFFEE.....</i>		<i>131</i>
<i>ANEXO C. FORMULARIO PARA LA INSCRIPCION DE UNA SUCURSAL EN EL SALVADOR..</i>		<i>134</i>
<i>ANEXO D. FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....</i>		<i>138</i>
<i>ANEXO E. FORMULARIO DE REGISTRO DEL EXPORTADOR.....</i>		<i>143</i>
<i>ANEXO E. PORTADA DE MANUAL PARA LA EXPANSIÓN DE OPERACIONES A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.....</i>		<i>146</i>
<i>ANEXO F. FOTOGRAFIAS REUNIÓN PRESENTACIÓN DEL MANUAL PARA LA EXPANSIÓN DE OPERACIONES A NIVEL NACIONAL E INCURSIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE LA MARCA ÁMARUM COFFEE.....</i>		<i>147</i>
<i>ANEXO G. FOTOGRAFIAS DE LA CAPACITACIÓN DEL PERSONAL DE ÁMARUM COFFE SOBRE EL MANUAL PARA LA EXPANSIÓN DE OPERACIONES A NIVEL NACIONAL E INCURSIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL.</i>		<i>149</i>
<i>ANEXO H. CARTAS DE PERCEPCIONES DEL PERSONAL DE ÁMARUM COFFEE</i>		<i>151</i>

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres, mi hermana, mi hermano, mi sobrina, mis cuñadas y Tommy por su amor incondicional, su apoyo constante y por ser mi inspiración en cada paso que doy, gracias por su comprensión, paciencia y por alentarme a perseguir mis sueños. A mis amistades, por estar siempre presentes, brindándome ánimo y compartiendo conmigo cada alegría y desafío. A todas las personas que han dejado una huella en mi vida y que han aportado con un granito en mi carrera académica y profesional, este logro también es de ustedes.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco en primer lugar a Dios por ser lo más importante en mi vida y permitirme culminar con éxito esta etapa académica. Asimismo, por permitirme compartir con mi familia y que me acompañe en cada uno de mis logros ¡Toda la gloria y honra sean a ti Señor!

Agradezco a mis padres, a mi hermana Denesse, a mi hermano Bryan, mi sobrina Mila, mis cuñadas Yaneth y Paola, por su amor, su apoyo, su comprensión y su esfuerzo incondicional, por siempre confiar y creer en mí y mis metas. Infinitas gracias familia, por ser el pilar más fuerte en mi vida y demostrarme que la familia es lo más valioso que hay en la vida!

Agradezco a mis colegas de la maestría y por las amistades surgieron.

A la marca Ámarum Coffee por abrirme sus puertas y compartir el conocimiento y experiencias para llevar a cabo informe de innovación.

Quisiera expresar mi profundo agradecimiento a Ing. Giovanni Orellana por su guía experta y por compartir con mi persona su sabiduría y experiencia a lo largo de este proceso de innovación. A todos los profesores y profesionales que contribuyeron con sus conocimientos y consejos en el desarrollo de esta Maestría su orientación fue fundamental para su realización.

Finalmente, agradezco a las personas que directa e indirectamente formaron parte de esta etapa universitaria y han contribuido en mi carrera profesional. ¡Gracias!

“Todo lo puedo en Cristo que me fortalece” Fil. 4:13.

Katherine Esmeralda Durán Martínez

INTRODUCCIÓN

El presente informe de innovación sobre la **“Elaboración de un manual para la expansión de operaciones a nivel nacional e incursión en el mercado internacional de la marca Ámarum Coffee”** aborda una exploración técnica de diversos aspectos de la situación actual de la marca y de las estrategias que posee Ámarum Coffee; por lo tanto, el presente manual ha sido elaborado con el objetivo de proporcionar a Ámarum Coffee una guía detallada y estructurada para iniciar con su expansión a nivel nacional, al contar con presencia en el territorio posteriormente explorar las oportunidades de crecimiento en el mercado internacional específicamente.

A través de este documento, se abordarán aspectos y elementos esenciales para la elaboración de un manual para la expansión de operaciones a nivel nacional e incursión en el mercado internacional de la marca Ámarum Coffee , el cual está comprendido por dos secciones el primero es una guía para la expansión de operaciones a nivel nacional por medio de sucursales y la segunda para incursionar en el mercado internacional por medio de dos vías tales como la creación de un producto con exportación indirecta y apertura de sucursal en un país destino.

Finalmente, este informe representa una hoja de ruta integral para la innovación y el crecimiento sostenible de Ámarum Coffee en un mercado cada vez más dinámico y competitivo.

CAPÍTULO 1. LA NECESIDAD DE INNOVAR

1.1. ESTADO ANTERIOR

1.1.1. ÁMARUM COFFEE

Ámarum Coffee Shop en El Salvador, es una cafetería que ha estado en funcionamiento desde su apertura en febrero del 2021 hasta la actualidad, se ha destacado por su constante evolución y adaptación para ofrecer una experiencia única a sus clientes.

Ámarum está compuesto por un equipo de siete personas los cuales desempeñan un papel fundamental en el éxito del negocio, trabajando en estrecha colaboración para garantizar un servicio excepcional y una experiencia acogedora para los clientes. Actualmente Ámarum Coffee solamente cuenta con un solo proveedor de café Finca La Gertrudis.

Ámarum Coffee se caracteriza por su menú exploratorio y los espacios de esparcimiento, el primero refleja la pasión por la innovación en el mundo de la preparación de bebidas de café, ofreciendo una variedad de bebidas creativas y únicas que combinan sabores exóticos y técnicas de preparación especializadas y el segundo los esfuerzos significativos que ha tenido para transformar cada rincón de su establecimiento en un ambiente acogedor y estéticamente atractivo en el cual se destaca por la variedad de juegos de mesa que se encuentran en la coffee shop los cuales fomentan el aprendizaje, desarrollo y momentos de diversión entre los clientes de todas las edades; este enfoque distintivo ha ganado la atención y el aprecio de los clientes, contribuyendo al crecimiento y la reputación positiva de la cafetería.

1.1.1.1. HISTORIA ORGANIZACIONAL

La historia organizacional de Ámarum Coffee en El Salvador inicia en el año 2021. La marca fue fundada por dos socios, quienes tenían una pasión compartida por el café de alta calidad y una visión de promover prácticas sostenibles en la industria cafetalera salvadoreña.

Desde sus inicios, Ámarum Coffee se ha destacado por su compromiso con la excelencia en la calidad del café, así como por su enfoque en el desarrollo sostenible, trabajando con un proveedor local, la marca se ha dedicado a seleccionar cuidadosamente el productor de granos de café para la elaboración de sus productos y promover prácticas agrícolas sostenibles.

Durante estos años, Ámarum Coffee ha logrado un crecimiento significativo, ganando reconocimiento por la calidad y la autenticidad de sus productos en la capital del país. Además de su enfoque en la producción y comercialización de café de alta calidad, Ámarum Coffee ha diversificado su oferta para incluir una variedad de productos complementarios, así como experiencias únicas para sus clientes.

1.1.1.2. FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL

La filosofía organizacional de Ámarum Coffee se fundamenta en la excelencia, calidad y la innovación en la oferta de café, productos y experiencias. La marca se compromete a proporcionar a los clientes no solo una amplia variedad de bebidas de café y del menú exploratorio, sino también productos complementarios y ambientes acogedores que fomenten la interacción.

Ámarum Coffee trabaja directamente con un proveedor local y promoviendo prácticas comerciales justas y sostenibles en toda la cadena de suministro. Además, de ofrecer una experiencia integral al cliente, no solo a través del café y sus productos, sino también mediante la creación de ambientes acogedores y socialmente inclusivos. La filosofía se centra en la constante búsqueda de la excelencia, la innovación y el compromiso con los clientes, con el objetivo de enriquecer a los caficultores salvadoreños.

Los principios fundamentales de la filosofía organizacional de Ámarum Coffee se estructuran en torno a los siguientes pilares:

- ♦ **Excelencia en la calidad:** Se compromete a seleccionar a proveedores que cuenten con calidad en los granos de café y productos complementarios para ofrecer a nuestros clientes una experiencia sensorial excepcional en cada visita.
- ♦ **Sostenibilidad:** Promover prácticas comerciales responsables y sostenibles, trabajando con proveedores locales y regionales que comparten nuestros valores éticos y ambientales.
- ♦ **Innovación continua:** Buscar constantemente nuevas formas de sorprender y deleitar a los clientes, tanto en la oferta de productos como en la creación de ambientes innovadores y experiencias únicas.
- ♦ **Experiencia integral al cliente:** Ofrecer no solo bebidas a base de café de alta calidad, sino también una amplia gama de productos complementarios y ambientes acogedores que fomenten la interacción y el disfrute.
- ♦ **Compromiso con la comunidad:** Valorar y apoyar a la comunidad local donde opera Ámarum Coffee, contribuyendo activamente al desarrollo económico y social a través de iniciativas y programas de responsabilidad social corporativa.

Estos principios guían todas las acciones y decisiones de Ámarum Coffee, asegurando que cada aspecto de las operaciones refleje el compromiso con la excelencia, la sostenibilidad y la satisfacción del cliente.

1.1.1.3. ESTRUCTURA INTERNA

- ♦ **Director general:** Encargado de establecer la visión estratégica y liderar todas las operaciones de la marca. Se encarga de tomar decisiones clave y proporciona dirección a todos los departamentos.
- ♦ **Representante legal:** Responsable de asegurar el cumplimiento de las regulaciones legales y de representar legalmente a la marca en todas las transacciones y asuntos legales. Se encarga de la redacción y revisión de contratos, así como de resolver cualquier problema legal que pueda surgir.
- ♦ **Área de producción:** Encargado de supervisar el proceso de producción de bebidas de café, asegurando la calidad y eficiencia en la elaboración del producto. Coordina el equipo de producción y proveedores y se encarga de la gestión de inventarios y recursos en esta área.
- ♦ **Área de operaciones:** Responsable de la gestión diaria del coffee shop y puntos de venta de Ámarum Coffee, así como de la logística y distribución de productos. Se encarga de garantizar la eficiencia operativa y la calidad del servicio al cliente.
- ♦ **Área de servicio al cliente:** Responsable de garantizar la excelencia en el servicio al cliente en el coffee shop y puntos de venta de Ámarum Coffee. Se encarga de la capacitación del personal, el desarrollo de políticas de servicio y la resolución de problemas relacionados con la atención al cliente.

1.1.1.4. PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

- ♦ **Menú de bebidas base:** Este menú incluye una selección de bebidas clásicas elaboradas con café de alta calidad, como espresso, americano, cappuccino, latte y macchiato. Cada bebida se prepara cuidadosamente para resaltar los sabores y aromas únicos del café.
- ♦ **Menú exploratorio:** Para aquellos que buscan nuevas experiencias y sabores, Ámarum Coffee ofrece un menú exploratorio que presenta bebidas especiales y creativas. Esto puede incluir opciones como el café de especialidad de temporada, bebidas de café helado, infusiones frías o calientes, y bebidas con sabores e ingredientes únicos.
- ♦ **Alimentos complementarios:** Además de las bebidas, Ámarum Coffee ofrece una variedad de alimentos complementarios para acompañar el café. Esto puede incluir opciones de postres de los cuales también se caracteriza en su presentación única y experimental todos elaborados con ingredientes frescos y de alta calidad para satisfacer los antojos de los clientes en cualquier momento del día.

Con su amplia gama de productos y servicios, Ámarum Coffee se esfuerza por ofrecer una experiencia completa y satisfactoria para sus clientes, combinando la pasión por el café con la creatividad culinaria y la calidad en cada detalle.

1.1.1.5. ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS, SERVICIOS U OPERACIONES

Las estrategias de productos, servicios y operaciones de Ámarum Coffee se centran en proporcionar una experiencia excepcional a sus clientes, promoviendo la calidad Y innovación en todas las facetas de su negocio. Algunas de las estrategias clave incluyen:

- ♦ **Calidad del producto:** Ámarum Coffee se compromete a utilizar café de alta calidad en todas sus bebidas, garantizando un sabor excepcional y una experiencia

sensorial única para sus clientes. Esto se logra a través de la selección cuidadosa de granos de café de origen ético y la capacitación continua del personal en técnicas de preparación y servicio de café.

- ♦ **Innovación en el menú:** La marca se esfuerza por ofrecer un menú diversificado y en constante evolución, que incluya tanto bebidas clásicas como opciones exploratorias y creativas. Se introducen regularmente nuevas bebidas y alimentos complementarios para mantener el interés de los clientes y satisfacer sus necesidades cambiantes.
- ♦ **Servicio al cliente excepcional:** Ámarum Coffee prioriza la atención al cliente y se esfuerza por brindar un servicio cálido, amable y eficiente en todas sus cafeterías y puntos de venta. El personal está capacitado para ofrecer asesoramiento experto sobre el café y para garantizar una experiencia positiva para cada cliente.
- ♦ **Desarrollo de la marca y marketing:** Ámarum Coffee invierte en estrategias de marketing para fortalecer su marca y aumentar su visibilidad en el mercado. Esto incluye la promoción en redes sociales, la colaboración con influencers y la publicidad creativa para llegar a nuevos clientes y fomentar la fidelidad de los existentes.

En conjunto, estas estrategias ayudan a Ámarum Coffee a diferenciarse en el mercado y a mantener su posición como un destino preferido para los amantes del café que valoran la calidad, la innovación y la experiencia del cliente.

1.1.2. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

Ámarum Coffee requiere realizar un diagnóstico con objetivo principal evaluar su situación actual y detectar áreas de mejora, así como oportunidades para su crecimiento tanto a nivel nacional como en el mercado internacional.

Para llevar a cabo este análisis, se emplearán técnicas de investigación, centrándose en encuestas dirigidas tanto al personal interno como a los clientes externos. Estas encuestas permitirán recopilar información valiosa sobre la percepción del personal respecto a los procesos internos, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Del mismo modo, se obtendrá retroalimentación directa de los clientes en relación con la calidad del producto, la experiencia en la tienda y sus preferencias. Esta información será fundamental para identificar áreas de oportunidad y diseñar estrategias efectivas que impulsen el crecimiento y la expansión de Ámarum Coffee en los mercados nacional e internacional.

1.1.2.1. ANÁLISIS FODA

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. (Ponce, 2007, Pág.114)

Nuestro análisis FODA lo hemos desarrollado puntualmente como a continuación:

Fortalezas:

- ♦ **Producto diferenciado a través de menú exploratorio:** La esencia distintiva de Ámarum se manifiesta en su capacidad para fusionar creativamente una amplia variedad de productos en su innovador menú exploratorio, incluyendo tanto los platos como las bebidas únicas.
- ♦ **Juegos de mesa:** La inclusión de juegos de mesa crea un ambiente acogedor y fomenta la permanencia de los clientes y es el único en los coffee shop del país con esta visión.
- ♦ **Ubicación estratégica:** ubicada en una zona en la cual puede atraer a una gran cantidad de clientes potenciales.

Oportunidades:

- ♦ **Eventos y Promociones:** Organizar eventos temáticos, noches de juegos o promociones especiales puede atraer a nuevos clientes y generar interés en la comunidad local.
- ♦ **Programas de Lealtad:** Implementar programas de lealtad puede fomentar el retorno de clientes y aumentar la retención a largo plazo.
- ♦ **Implementar un** menú saludable puede ayudar a fomentar hábitos de alimentación saludable en los clientes y, asimismo, apertura el espacio a nuevos clientes.

Debilidades:

- ♦ **Dependencia de un solo proveedor:** Dependiendo de un solo proveedor de café puede ser riesgoso en términos de disponibilidad y costos, especialmente si hay problemas con la calidad o el suministro
- ♦ **Costos:** Mantener un menú exploratorio y ofrecer juegos de mesa puede aumentar los costos operativos, lo que puede afectar la rentabilidad del negocio.
- ♦ **Baja cuota del mercado** en el ámbito de cafeterías cuenta con escasez de establecimientos que fusionen el entretenimiento con una experiencia culinaria innovadora, Ámarum está posicionada para llenar este vacío y establecerse como pionera en un nicho emergente. Al ofrecer una combinación de café excepcional, opciones gastronómicas exploratorias y un ambiente de juego acogedor, Ámarum Coffee tiene el potencial de atraer a una base de clientes diversa y ávida de nuevas experiencias, consolidando así su presencia en el mercado y destacándose como un destino único en la escena de las cafeterías.

Amenazas:

- ♦ **Competencia:** La presencia de otras cafeterías o establecimientos de comida y bebida en la zona puede representar una amenaza para la captación de clientes.

- ♦ **Cambios en los gustos y preferencias:** Los cambios en las tendencias de consumo o en los hábitos de los clientes pueden afectar la demanda de los productos y servicios ofrecidos por el café.
- ♦ **Factores externos:** Eventos como pandemias, crisis económicas o cambios en la regulación pueden tener un impacto negativo en la operación del negocio.
- ♦ **Imitabilidad de productos:** los productos de Ámarum coffee tienen la posibilidad de que los producto y concepto del coffee shop sean fácilmente imitados por competidores. La singularidad de su enfoque en la combinación de café de alta calidad con un menú exploratorio y un ambiente acogedor podría ser objeto de copia por parte de otras cafeterías.
- ♦ **Productos sustitutos:** Los consumidores pueden optar por bebidas alternativas o productos similares ofrecidos por competidores directos o indirectos, como té, bebidas energéticas o incluso cafeterías tradicionales. Estos sustitutos representan una competencia directa por la preferencia del consumidor y podrían reducir la participación de mercado de Amarum.

1.1.2.2. ANÁLISIS CAME

Culminado el análisis FODA es conveniente confrontarlo con el CAME. es una metodología de planificación estratégica que se utiliza para evaluar y abordar los aspectos internos y externos de una organización. Las siglas CAME corresponden a las palabras "Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas". Este análisis se basa en la premisa de que, al comprender y aprovechar las fortalezas y oportunidades internas, al mismo tiempo que se minimizan las debilidades y amenazas, una organización puede mejorar su desempeño y competitividad.

Con el análisis CAME se confrontará con el análisis FODA de la siguiente manera: Las debilidades con las correcciones, las amenazas afrontarlas, las fortalezas mantenerlas y las oportunidades explotarlas. Puntualmente, el análisis CAME es el siguiente:

Correcciones:

- ♦ Encontrar al menos tres proveedores de café para no tener dependencia de uno solo.
- ♦ Creación de productos secundarios, como acción a corregir en el punto de costos del análisis FODA. Poder tener ganancias mediante la creación de productos de café.

Afrontar:

- ♦ Innovación en los productos genéricos para que estos no pierdan competitividad en el mercado.
- ♦ Monitorear las estrategias y ofertas de la competencia para identificar tendencias emergentes y áreas de oportunidad no exploradas.
- ♦ Continuar innovando con nuevas bebidas y opciones de alimentos para mantener la relevancia y atraer a clientes con diferentes preferencias y necesidades dietéticas.

Mantener:

- ♦ El enfoque en un menú innovador y diversificado proporciona una ventaja competitiva al atraer a clientes que buscan experiencias de bebidas únicas. Esto puede generar fidelidad de los clientes y diferenciar a Ámarum Coffee de sus competidores.
- ♦ La inclusión de juegos de mesa crea un ambiente acogedor que fomenta la permanencia de los clientes. Esta característica única en los coffee shops del país puede ser capitalizada para fortalecer la identidad de la marca y aumentar la retención de clientes.

- ◆ El uso de café de alta calidad, característico de El Salvador, garantiza productos frescos y de excelente sabor. Esto no solo contribuye a la satisfacción del cliente, sino que también refuerza la reputación de Ámarum Coffee como un proveedor confiable de bebidas de calidad.
- ◆ Estar ubicado en una zona con alto tráfico de clientes potenciales proporciona una base sólida para el crecimiento y la expansión del negocio. La accesibilidad y visibilidad de la ubicación pueden aumentar las oportunidades de ventas y establecer una clientela fiel.

Explotar

- ◆ Se deben de implementar nuevas y actualizadas estrategias de marketing, sobre todo las que tienen que ver con la fidelización de los clientes.
- ◆ Entablar nuevas relaciones de comunicación con los clientes mayoristas y minoristas.
- ◆ Realizar inversiones que estén destinadas a investigar en nuevos mercados y en la creación de nuevos productos.

1.1.2.3. GUÍA DE ENTREVISTA DIAGNÓSTICA

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; es la “la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto”. La entrevista es muy ventajosa principalmente en los estudios descriptivos y en las fases de exploración, así como para diseñar instrumentos de recolección de datos.

Entrevistas semiestructuradas: Presentan un grado mayor de flexibilidad que las estructuradas, debido a que parten de preguntas planeadas, que pueden ajustarse a los entrevistados. Su ventaja es la posibilidad de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos. (Díaz-Bravo, Torruco-García, Martínez-Hernández & Varela-Ruiz, 2013, Pág. 163).

Guía de entrevista: La guía de entrevista proporciona una estructura y un conjunto de preguntas diseñadas para dirigir una conversación entre un entrevistador y un entrevistado hacia un objetivo específico; las guías son utilizadas como un mapa para la conversación, asegurando que se aborden los temas relevantes de manera sistemática y que se obtenga la información necesaria para cumplir con el objetivo de la entrevista.

Cuestionario: El cuestionario es un instrumento utilizado para recoger de manera organizada la información que permitirá dar cuenta de las variables que son de interés en cierto estudio, investigación, sondeo o encuesta. Generalmente, se compone de un conjunto de preguntas que permitirá obtener la información de manera estandarizada. (MIDE UC y INEE, s.f. pág. 3)

1.1.2.3.1. GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A PERSONAL DE ÁMARUM COFFEE

Aspectos previos:

La guía de entrevista tiene como propósito principal obtener una comprensión detallada del estado actual de Ámarum Coffee en su búsqueda por aumentar su presencia en el mercado nacional y su potencial para la creación de nuevos productos e incursionar en el mercado internacional. A través de esta herramienta, se busca recopilar información clave sobre los recursos disponibles, las fortalezas y debilidades de la marca, así como las oportunidades y amenazas que enfrenta. Esta investigación permitirá a la marca identificar áreas de mejora y desarrollar estrategias específicas para guiar el proceso de expansión de Ámarum Coffee.

Objetivo de la entrevista: Obtener información detallada sobre el estado, progreso, desafíos y estrategias que posee Ámarum Coffee en relación con su preparación y capacidad para expandirse nacional e internacionalmente.

Datos generales del entrevistada/o:

Nombre:

Cargo:

Lugar:

1. ¿Podría proporcionarme una visión general de los objetivos y de la situación actual de Ámarum Coffee en cuanto a la expansión a nivel nacional e internacional?
2. ¿Qué estrategias de marketing y promoción se utilizan para impulsar la venta de productos y servicios de Ámarum Coffee?
3. ¿Ha participado en la elaboración de manuales o guías para la expansión de la marca previamente?
4. ¿Cuáles son los principales competidores de Ámarum Coffee y cómo se posiciona la marca frente a ellos?
5. ¿Existe algún plan para desarrollar nuevos productos o servicios en el futuro cercano, cuéntenos si posee experiencia en el proceso de creación de productos?
6. ¿Han identificado mercados atractivos para la expansión de Ámarum Coffee a nivel nacional e internacional?
7. ¿Dónde consideras que sería la próxima zona ideal para abrir una sucursal de Ámarum Coffee y por qué?
8. ¿Cuál es el rango de edad que Ámarum Coffee desea atraer como clientes?

9. ¿Qué nivel socioeconómico se espera que tengan los clientes de Ámarum Coffee?
10. ¿Qué tipo de ocupación se espera que tengan los clientes que visitan Ámarum Coffee?
11. ¿Qué tipo de experiencia espera Ámarum Coffee que tengan sus clientes al visitar sus establecimientos?
12. ¿Tienes experiencia previa en logística internacional o en el manejo de envíos internacionales?
13. ¿Ha considerado en cuanto a la diferenciación de precios para diferentes segmentos de clientes o mercados geográficos durante la expansión?
14. ¿Qué estrategias propondrías para que Ámarum Coffee pueda expandirse a nivel nacional y a nivel internacional en el mercado actual?
15. ¿Tienes alguna idea o concepto inicial para un nuevo producto para incursionar en el mercado internacional, cómo describirías este producto en términos de sabor, presentación y valor agregado en comparación con los productos existentes?
16. ¿Qué canales de marketing se utilizarán para la expansión de Ámarum Coffee a nivel nacional e internacional?
17. ¿Está familiarizado con el concepto de una alianza joint venture?
18. ¿Cómo seleccionaría Ámarum Coffee a los posibles socios para una joint venture, puede mencionarnos qué criterios o características consideraría importantes al evaluar a los potenciales socios?
19. ¿Cuáles son, en su opinión, los principales riesgos y barreras que enfrenta Ámarum Coffee en su proceso de expansión nacional e internacional?

1.1.2.3.2. GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A CLIENTES DE ÁMARUM COFFEE

Aspectos previos:

La presente guía de entrevista tiene como objetivo principal conocer la opinión y percepción de los clientes de Ámarum Coffee respecto a la expansión de la marca a nivel nacional y su potencial para la creación de nuevos productos e incursionar en el mercado internacional. A través de esta herramienta, se busca recopilar información detallada sobre sus expectativas, experiencias y sugerencias relacionadas con la presencia de la marca en el mercado nacional.

Objetivo de la entrevista: Recopilar la opinión de los clientes de Ámarum Coffee sobre la expansión de la marca a nivel nacional e internacional, identificando expectativas, experiencias y sugerencias para mejorar la presencia de la cafetería en nuevos mercados

Datos generales del entrevistado/a:

Nombre:

Edad:

Ocupación:

Fecha:

Lugar:

1. ¿Cuál es su opinión general sobre la experiencia que ofrece Ámarum Coffee en comparación con otras cafeterías?
2. ¿Cómo se enteró por primera vez de Ámarum Coffee?
3. ¿Con qué frecuencia suele visitar Ámarum Coffee?
4. ¿Cómo calificarías tu satisfacción general con los productos ofrecidos por Ámarum Coffee?

5. ¿Qué grupos demográficos (clientes) crees que son los más representados en Ámarum Coffee? (Estudiantes, familia, profesionales).
6. ¿Consideras que Ámarum Coffee tiene una audiencia específica en términos de edad o género, si tu respuesta es afirmativa coméntanos género y rango de edad?
7. ¿Qué piensa sobre la idea de que Ámarum Coffee expanda su presencia a nivel nacional?
8. ¿Dónde consideras que sería la próxima zona ideal para abrir una sucursal de Ámarum Coffee y por qué?
9. ¿Qué tipo de productos o servicios adicionales te gustaría que Ámarum Coffee ofreciera en sus sucursales?
10. ¿Cómo percibes los precios en Ámarum Coffee en comparación con otras cafeterías nacionales?
11. ¿Crees que los precios deberían mantenerse consistentes en todas las sucursales nacionales o adaptarse según la ubicación?
12. ¿Qué tipo de productos o servicios te gustaría que Ámarum Coffee ofreciera al ingresar al mercado internacional?
13. ¿En qué países o regiones te gustaría ver la presencia de Ámarum Coffee en su expansión internacional?
14. ¿Cómo crees que Ámarum Coffee debería comunicar su entrada al mercado internacional?
15. ¿Qué estrategias de marketing crees que serían efectivas para atraer a los clientes en diferentes países?

1.1.2.3.3. RESULTADOS DE GUÍA DE ENTREVISTAS

A. RESULTADOS DE GUÍA DE ENTREVISTAS DIRIGIDA A PERSONAL DE ÁMARUM COFFEE

En el contexto de la expansión de Ámarum Coffee, se realizaron una serie de entrevistas al personal con el objetivo de obtener una visión integral sobre diversos aspectos estratégicos de la marca. Estas entrevistas abordan temas cruciales como la expansión a nivel nacional e internacional, las estrategias de marketing y promoción, la identificación de nuevos mercados, la competencia, y las expectativas sobre la experiencia del cliente. Los resultados obtenidos proporcionan una valiosa perspectiva sobre las oportunidades y desafíos que enfrenta Ámarum Coffee en su camino hacia un crecimiento sostenido. A continuación, se presenta un resumen de los hallazgos clave obtenidos a partir de estas entrevistas. (*Anexo A. Resultado de la Guía de entrevista dirigida a personal de Ámarum Coffee*).

Como primer punto se obtuvo que Ámarum Coffee tiene como objetivo principal expandirse tanto a nivel nacional como internacional, buscando establecer una presencia sólida en mercados clave y aumentar su base de clientes. La marca se enfoca en brindar una experiencia diferente al cliente, destacando las características de su menú exploratorio y sus amenidades. A nivel nacional, el objetivo es establecer sucursales en las principales ciudades y regiones emergentes con alta demanda de café de calidad. Internacionalmente, Ámarum Coffee busca ingresar a mercados con un creciente interés en el café gourmet.

Asimismo es importante mencionar que entre los hallazgos sobre los competidores de Ámarum Coffee se encontraron como los competidores principales son cadenas internacionales como Starbucks y Juan Valdez, así como marcas locales como The Coffee Cup; por lo tanto Ámarum Coffee se diferencia ofreciendo un menú exploratorio y un espacio más dinámico y lleno de energía para disfrutar de una experiencia diferente en comparación con sus competidores. Considerando los resultados

obtenidos, la próxima zona ideal para abrir una sucursal de Ámarum Coffee sería en el Centro Histórico y en el departamento de La Libertad, debido a su dinamismo en crecimiento. Además, se ha manifestado familiaridad con el concepto de joint venture, lo que puede ser útil para colaboraciones en la expansión hacia nuevas ubicaciones, como una sucursal en la ciudad de San Salvador.

Por consiguiente se obtuvieron los siguientes hallazgos que la marca Ámarum Coffee emplea promociones en redes sociales y una combinación de marketing digital y tradicional; además, no a participación en la elaboración de manuales o guías para la expansión de la marca a nivel de tienda o productos, dentro de los principales resultados se identificó las estrategias posibles para la expansión de Ámarum Coffee a nivel nacional y a nivel internacional son diversas y enfocadas en aprovechar oportunidades específicas del mercado: 1. La expansión mediante sucursales o kioscos en zonas estratégicas, esta se refiere a la apertura de sucursales pequeñas o kioscos en áreas clave, tanto a nivel nacional como internacional, para aumentar la presencia de la marca y llegar a más clientes potenciales, 2. Alianzas con distribuidores locales, se refiere a establecer colaboraciones con distribuidores locales en los mercados internacionales para facilitar la distribución y llegar a una base de clientes más amplia, aprovechando el conocimiento local y la red de distribución existente.

Finalmente los resultados de las entrevistas proporcionan una valiosa perspectiva sobre las oportunidades y desafíos que enfrenta Ámarum Coffee en su camino hacia su crecimiento como marca, así como sugerencias concretas para guiar su expansión a nivel nacional e internacional.

Los hallazgos también resaltan la importancia de establecer sucursales en ubicaciones estratégicas, tanto a nivel local como internacional, así como la necesidad de

establecer alianzas con distribuidores locales para facilitar la distribución y alcanzar una base de clientes más amplia en mercados extranjeros.

En cuanto a las estrategias de marketing y promoción, se observa el uso de promociones en redes sociales y una combinación de marketing digital y tradicional, aunque no se ha participado en la elaboración de manuales o guías para la expansión de la marca.

De acuerdo a lo anterior se identificaron las oportunidades para aprovechar el potencial de expansión de Ámarum Coffee a nivel nacional e internacional.

B. RESULTADOS DE LAS DE ENTREVISTAS DIRIGIDA A CLIENTES DE ÁMARUM COFFEE

El proceso de diagnóstico realizado en Ámarum Coffee ha proporcionado una visión integral de su situación actual y la identificación de áreas de mejora y oportunidades de crecimiento tanto a nivel nacional como en el mercado internacional. En este contexto, se han desarrollado guías de entrevista dirigidas tanto al personal interno como a los clientes externos de la marca. Estas guías se utilizan como herramientas fundamentales para recopilar información detallada y perspectivas significativas que permitirán una comprensión integral de la realidad operativa de la marca y la percepción de los clientes sobre sus productos y servicios. Al entrevistar al personal, la guía busca obtener una visión interna de los procesos, identificar desafíos y áreas de mejora en la operación diaria. Por otro lado, al entrevistar a los clientes, se busca comprender sus preferencias, necesidades y percepciones sobre la experiencia en Ámarum Coffee, lo que contribuirá a mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en general. ***(Anexo B. Resultados de las de entrevistas dirigida a clientes de Ámarum Coffee)***

Los resultados del diagnóstico realizado a través de una encuesta a 10 clientes de Ámarum Coffee revelan patrones significativos sobre el perfil demográfico, en primer lugar, se observa que la mayoría de los clientes encuestados tienen edades comprendidas entre los 20 y 25 años, lo que sugiere que Ámarum Coffee atrae principalmente a un público joven. Además, se destaca que estos clientes son personas que trabajan y estudian, lo que indica un perfil activo y ocupado.

Un hallazgo importante es que la mayoría de los clientes descubrieron Ámarum Coffee a través de redes sociales, lo que resalta la importancia de la presencia en línea y el marketing digital para la marca. Esta información sugiere que Ámarum Coffee ha tenido éxito en llegar a su público objetivo a través de plataformas digitales. En cuanto a la frecuencia de visita, se observa que la mayoría de los clientes encuestados visitan Ámarum Coffee una o dos veces a la semana, lo que indica una base de clientes leales y recurrentes. Esto sugiere que la marca ha logrado crear una experiencia positiva que fomenta la repetición de visitas.

Un aspecto relevante es que los clientes encuestados expresaron un interés particular en que Ámarum Coffee abra una ubicación en el área de La Libertad, Santa Elena. Este hallazgo sugiere una oportunidad de expansión en esa zona geográfica específica, donde hay una demanda y un interés significativo por parte de los clientes potenciales.

Asimismo, existe un interés por parte de los clientes en que Ámarum Coffee incursione en un país centroamericano. Este hallazgo señala una posible oportunidad de expansión internacional para la marca, aprovechando la demanda de su propuesta única de café y experiencia de marca en otros mercados. Además, los clientes expresaron un interés en productos de edición limitada, lo que sugiere una oportunidad para Ámarum Coffee de la creación y ofrecimiento de variedades exclusivas que

generen expectativa y emoción entre su base de clientes. Asimismo, se observa un deseo por parte de los clientes de tener acceso a café en grano premium, lo que indica una demanda por productos de alta calidad y la disposición de los clientes.

Los resultados de los diagnósticos en Ámarum Coffee arrojaron una serie de hallazgos significativos; entre los que se identificó que expandir operaciones a nivel nacional es una estrategia de corto y mediano plazo para Ámarum Coffee por varias razones. En primer lugar, la marca cuenta con la capacidad financiera para respaldar esta expansión, esta capacidad le permitirá invertir en nuevas ubicaciones, infraestructura y llevar a cabo campañas de marketing para fortalecer su presencia en el mercado local.

Como segundo punto se identificó la oportunidad de incursionar en el mercado internacional como parte de una estrategia a largo plazo de Ámarum Coffee, busca aprovechar la demanda creciente de café de alta calidad y experiencias de café únicas en mercados internacionales. Con una propuesta de valor diferenciada por medio de la creación de productos y experiencias de café premium es importante mencionar que Ámarum Coffee puede carecer de experiencia en este ámbito. Aunque la marca cuenta con recursos financieros sólidos, la falta de experiencia en el mercado internacional podría representar un desafío significativo, es por ello por lo que por medio del diagnóstico ha dado como resultado final la elaboración de un manual para la expansión de operaciones a nivel nacional por medio de la apertura de sucursal e incursionar en el mercado internacional apertura de sucursal internacional.

El diagnóstico ha arrojado una serie de resultados fundamentales que respaldan la necesidad y viabilidad de elaborar un manual detallado para la expansión de operaciones de Ámarum Coffee, tanto a nivel nacional como internacional. En primer lugar, se ha evidenciado la importancia estratégica de la apertura de nuevas

sucursales como motor principal para el crecimiento a nivel nacional. Además, la incursión en el mercado internacional mediante la apertura de sucursales internacionales representa una oportunidad emocionante y estratégica para Ámarum Coffee. Al expandirse a nuevos territorios, la marca puede aprovechar su propuesta única de valor y diferenciarse de la competencia, atrayendo a consumidores internacionales con un enfoque en la calidad del café y una experiencia de consumo innovadora. En este contexto, el desarrollo de un manual para la expansión se convierte en una herramienta invaluable que proporcionará orientación detallada y estructurada sobre los pasos a seguir, los recursos necesarios, las estrategias clave y las mejores prácticas para garantizar el éxito tanto a nivel nacional como internacional. Este manual servirá como un recurso fundamental para el equipo de Ámarum Coffee, proporcionando un marco claro y coherente para la implementación de la estrategia de expansión y asegurando una ejecución efectiva y eficiente de los planes establecidos.

1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DE CAMBIO.

El Salvador entre 1950 y 1970 tuvo auge en la producción de café, a través de los años el posicionamiento del país por medio del café fue en crecimiento, conociéndose a El Salvador por su excelente producción y calidad de café. La producción de café es un medio en el cual familias generan entrada al crecimiento económico, con esta visión se logró que marcas tomaran este rubro de mercado y que se potencializa a nivel nacional e internacional, con este paso se dio la apertura de cafeterías en El Salvador.

Las cafeterías juegan un papel importante en la sociedad ya que amplían la oferta gastronómica, dando oportunidad a la generación de empleo y espacios de emprendimiento motivados a incursionar en el mercado del café, de acuerdo con un estudio presentado por el Instituto de Café Salvadoreño antes conocido como el Consejo Salvadoreño de Café, dio como resultado que el 88% de la población salvadoreña es consumidora de café.

Asimismo, para el año 2021 al 2022 El Salvador alcanzo 171,47 millones de dólares por medio de exportaciones de café según el Consejo Salvadoreño de Café; las cafeterías en el territorio salvadoreño representan el 13% de la economía salvadoreña.

La estrategia de expansión de Ámarum Coffee se fundamenta en la necesidad de llevar su propuesta de café única a nivel nacional e internacional. Si bien la visión a corto plazo incluye la expansión de operaciones en el territorio salvadoreño y a largo plazo incluye la incursión en el mercado internacional, es por ello por lo que se parte de la estrategia gradual que comienza a nivel nacional, esta decisión se basa en la planificación estratégica a largo plazo y en el reconocimiento de que el éxito a nivel nacional proporcionará la base sólida necesaria para una expansión exitosa a nivel internacional.

Ámarum Coffee entiende la importancia de establecer y fortalecer su presencia en el mercado local antes de aventurarse en nuevos mercados internacionales. Por lo tanto, la estrategia de expansión se desarrollará en fases, evaluando constantemente el progreso y el rendimiento a nivel nacional para informar las decisiones futuras de expansión internacional. Esta aproximación planificada en el tiempo garantiza que cada paso de la expansión, tanto a nivel nacional como internacional, esté respaldado por el éxito y la estabilidad de la marca.

La estrategia para implementar a nivel nacional para la expansión de Ámarum Coffee se basa en la apertura de sucursales de la coffee shop en diferentes ubicaciones estratégicas. En un plazo a mediano plazo, estimado en aproximadamente 12 a 18 meses, se llevará a cabo el establecimiento de la primera sucursal. Este periodo de tiempo se determinará en función del éxito que se alcance a nivel nacional con la operación y desempeño de la marca. Para llevar a cabo la apertura de la primera sucursal de Ámarum coffee se ha determinado por medio del diagnóstico la

elaboración de un manual para la expansión de operaciones a nivel nacional, el cual incluye los pasos para realizar un análisis de mercado, los requisitos y pasos para la apertura de una sucursal en El Salvador con el objetivo que se maximice el alcance y la visibilidad de la marca. Este enfoque permitirá a Ámarum Coffee establecer una base sólida en el mercado nacional antes de embarcarse en su estrategia de expansión internacional.

Ámarum Coffee reconoce la oportunidad económica que se presenta al expandir el negocio hacia el mercado nacional, esta expansión no solo se fundamenta en los deseos de crecimiento, sino en una sólida base de análisis financiero y proyecciones de rentabilidad. La marca realizó un análisis de las ganancias actuales y lo que se proyectar para la apertura de una sucursal, teniendo resultados con metas similares para las nuevas ubicaciones, la marca ha identificado el potencial para maximizar los ingresos y la rentabilidad a través de la ampliación de su presencia geográfica.

Actualmente Ámarum Coffee, tiene un margen de ganancia entre el 38% al 58.67%, con ventas mensuales entre \$10,000.00 a \$15,000.00 dólares, este enfoque basado en datos no solo respalda la estrategia a corto plazo, sino que también establece las bases para un crecimiento progresivo y una expansión estratégica que contribuirá al éxito continuo de Ámarum Coffee en el mercado del café.

La elaboración de un manual para el proceso de expansión de operaciones a nivel nacional por medio de la apertura de sucursales e incursionar en el mercado internacional por medio de la creación de productos con exportación indirecta y apertura de sucursal, surge en respuesta a que la marca no tiene conocimiento de como entrar al mercado, de tal forma se destaca la importancia y la relevancia de una planificación estructurada y detallada durante el proceso de expansión.

Además, la elaboración de un manual proporciona la guía para los procedimientos que deben de considerarse para la expansión a nivel nacional e internacional, tales como realizar un análisis de mercado, los pasos para crear un producto, estrategias de entrada al mercado y marketing, el manual asegura que todas las iniciativas de crecimiento de la marca se realicen de manera uniforme y eficiente en todos los mercados objetivo.

1.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.3.1. CAFÉ SALVADOREÑO

Desde mediados del Siglo XIX, el cultivo del café cobró auge en el país, siendo uno de los principales aportes para la economía local. Durante este período, las tierras fértiles y el clima favorable de la región facilitaron el establecimiento de plantaciones cafetaleras que rápidamente se convirtieron en un pilar fundamental de la economía salvadoreña. El Salvador fue reconocido internacionalmente por la calidad de sus granos de café, convirtiéndose en uno de los principales exportadores de la región y contribuyendo significativamente al crecimiento económico nacional.

Sin embargo, hace aproximadamente una década, la industria cafetalera salvadoreña enfrentó una crisis profunda que sacudió sus cimientos. Esta crisis estuvo marcada por una serie de desafíos, entre ellos los bajos precios internacionales del café, problemas de plagas y enfermedades en los cultivos, así como desastres naturales como tormentas e inundaciones. Estos factores combinados ejercieron una presión considerable sobre los productores de café, afectando tanto la producción como la rentabilidad del sector.

Para el año 2023 la Organización Internacional del café (OIC) señaló que El Salvador ocupa el puesto #16 como productor mundial de café.

“La administración del presidente Nayib Bukele trabaja en el Plan Maestro de Rescate Agropecuario, en el cual se contempla el Plan de Transformación y Despegue Sostenible del Café en apoyo a todos los salvadoreños que intervienen en la caficultura” (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2021).

El café salvadoreño en el mercado de los coffee shops se destaca por su versatilidad, atrayendo a una amplia base de consumidores y contribuyendo al dinamismo y la competitividad de la escena cafetera en El Salvador.

En el vibrante mercado de los coffee shops en El Salvador, se encuentran los principales competidores en este mercado tanto cadenas de renombre internacional como establecimientos locales.

La presencia de las Coffee Shops en El Salvador se encuentra en crecimiento y constante evolución debido a su dinamismo, el mercado de las cafeterías este compuesto por marcas nacionales e internacionales estas tienen valor agregado por las dimensiones culturales y las tendencias globales.

En el dinámico mercado de las cafeterías en El Salvador, los principales competidores incluyen una mezcla diversos establecimientos locales y cadenas internacionales, A continuación, se detalla un cuadro comparativo.

Cafetería	Origen	Especialidad	Presencia	Rango de precios
Ben's Coffee	El Salvador	Café de especialidad salvadoreño	Enfoque local. 2 sucursales a nivel nacional	\$3.00 - \$6.50
Ámarum Coffee	El Salvador	Café de especialidad con enfoque en menú exploratorio	Enfoque local con proyección internacional. 1 sucursal a nivel nacional.	\$2.95 - \$5.00
The Coffee Cup	El Salvador	Variedad de café salvadoreño.	Enfoque principalmente local con proyección internacional 38 sucursales a nivel nacional	\$2.00 - \$5.50
Viva Espresso	El Salvador	Café de especialidad salvadoreño métodos de preparación artesanales	Enfoque local. 1 sucursal a nivel nacional.	\$2.99 - \$5.39
Starbucks	Estados Unidos	Variedad de bebidas de café y bebidas elaboradas,	Presencia en más de 80 países. 24 sucursales a nivel nacional	\$3.60 - \$7.84
Juan Valdez	Colombia	Café colombiano de origen, preparaciones especializadas	Presencia en varios países de América Latina, Estados Unidos y Europa	\$1.95 - \$ 6.25

El mercado de las cafeterías en El Salvador está compuesto mayormente por coffee shops locales y una menor parte por coffee shops internacionales. Por lo tanto, el cuadro comparativo ha proporcionado los siguientes resultados:

El nivel de presencia y alcance que de las cafeterías comparadas tales como Ben's Coffee, Ámarum Coffee, y Viva Espresso tienen un enfoque más local con solo una o dos sucursales a nivel nacional, otras como The Coffee Cup y Starbucks tienen una mayor presencia nacional con múltiples sucursales.

Las especialidades varían desde café de especialidad salvadoreño, café colombiano hasta de otros países de origen, con enfoques que van desde exploratorios hasta métodos de preparación artesanales. Los precios varían entre las diferentes cafeterías y dependen de factores como la especialidad del café, la ubicación y el enfoque comercial; el rango de precios oscila desde \$1.95 hasta \$7.84, con algunas cafeterías ofreciendo opciones más asequibles y otras con precios más altos debido a su enfoque en café de especialidad o su posición en el mercado.

Es importante resaltar que Ámarum Coffee es una cafetería local de El Salvador, que cuenta con una sola sucursal a nivel nacional y tiene un enfoque local con proyección internacional. En comparación con otras cafeterías locales como Ben's Coffee, Viva Espresso y The Coffee Cup, Ámarum Coffee tiene una presencia más limitada con una sola sucursal, pero su enfoque en un menú exploratorio, zona de juegos cognitivos y su proyección internacional le otorgan una posición distintiva en el mercado. Además, se encuentra en una posición intermedia en relación con el cuadro comparativo en el apartado de precios; con un rango de precios que va desde \$2.95 hasta \$5.00, Ámarum Coffee ofrece opciones más asequibles que algunas cafeterías, como Starbucks, pero también precios más altos que otras, como Viva Espresso. Esto sugiere que Ámarum Coffee se sitúa en una posición competitiva en términos de precios dentro del mercado de cafeterías en El Salvador.

1.3.2. ÁMARUM COFFEE Y PROYECCIÓN A LA EXPANSIÓN DE OPERACIONES.

Ámarum Coffee, como un coffee shop local de El Salvador, se encuentra en un momento crucial en su trayectoria marcial al contemplar la expansión a nivel nacional y su incursión en el mercado internacional. A pesar de contar actualmente con una sola sucursal a nivel nacional, la marca ha demostrado un enfoque innovador y una propuesta única en la industria de las cafeterías, con un menú exploratorio y una zona de juegos cognitivos que la distinguen en el mercado local.

La decisión de expandirse a nivel nacional y buscar oportunidades en el mercado internacional refleja la ambición de la marca por crecer y consolidarse como un referente en la industria del café y cafeterías. Aunque enfrentará desafíos significativos en este proceso, como la competencia local y la adaptación a nuevos mercados, Ámarum Coffee cuenta con una base sólida y un enfoque centrado en la innovación que podría impulsar su éxito en esta nueva etapa de crecimiento.

1.3.2.1. EXPANSIÓN A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

La marca Ámarum Coffee se encuentra en un momento estratégico en el que busca ampliar su presencia en el territorio salvadoreño e incursionar en el mercado internacional. Es importante mencionar que existen varias formas de expansión de alcance y crecimiento en el mercado de una marca.

1.3.2.1.1. FORMAS DE ENTRADA AL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL

Cuando una marca o marca busca expandir su presencia tanto a nivel nacional como internacional, se encuentran frente a una variedad de formas de entrada al mercado. Estas formas, abarcan desde enfoques convencionales hasta innovadores, son fundamentales para el éxito de la expansión de una marca.

1.3.2.1.1.1. FORMAS DE ENTRADA AL MERCADO NACIONAL

FRANQUICIA

Una estrategia o sistema de negocio, por el cual un marcario (franquiciante) otorga determinados derechos de uso de una marca y transfiere tecnología para la operación de un negocio de éxito comprobado a otro marcario (franquiciatario), a cambio de ciertas cuotas y regalías. Juan Farina (1993).

Características:

- ♦ **Estructura de negocio:** La franquicia opera bajo un modelo de negocio establecido por la marca matriz, conocida como franquiciante, que proporciona el concepto, los productos, los servicios y el apoyo necesario para la operación de la franquicia.
- ♦ **Independencia operativa:** A pesar de seguir el modelo de negocio establecido por la franquiciante, cada franquicia tiene cierto grado de independencia operativa para gestionar sus actividades diarias, incluyendo la contratación de personal y la gestión del local.
- ♦ **Transferencia de know-how:** la franquiciante transfiere su conocimiento y experiencia al franquiciado a través de manuales operativos, formación y asistencia técnica, lo que permite replicar con éxito el negocio en diferentes ubicaciones.
- ♦ **Uso de la marca:** El franquiciado tiene derecho a utilizar la marca, los nombres comerciales y los signos distintivos de la franquiciante, lo que le proporciona el respaldo de una marca reconocida y establecida en el mercado.
- ♦ **Pagos de royalties:** El franquiciado paga regalías o royalties a la franquiciante a cambio del uso de la marca y el acceso a su sistema marcarial, lo que constituye una forma de compensación por los servicios y el soporte proporcionado.
- ♦ **Expansión controlada:** La franquiciante ejerce un control sobre la expansión de la red de franquicias, seleccionando cuidadosamente a los franquiciados y supervisando su desempeño para garantizar la calidad y consistencia de la marca.

ALIANZA

Ernst y Bamford (2005) establece que “Se entiende por alianza al acuerdo entre dos o más marcas separadas en las que existe un control, un rendimiento y un riesgo que son compartidos, además de una integración operacional y una dependencia mutua” (s.p.)

Características:

- ♦ **Objetivos comunes:** Las marcas involucradas en la alianza comparten objetivos estratégicos y metas similares que desean alcanzar a través de la colaboración.
- ♦ **Complementariedad:** Las habilidades, recursos o capacidades de cada marca se complementan entre sí, lo que permite aprovechar sinergias y generar valor añadido para ambas partes.
- ♦ **Compromiso mutuo:** Todas las partes están comprometidas con el éxito de la alianza y están dispuestas a invertir tiempo, recursos y esfuerzo para alcanzar los objetivos establecidos.
- ♦ **Acuerdos:** se establecen acuerdos claros y detallados que definen los roles, responsabilidades, aportaciones y beneficios de cada parte involucrada en la alianza.
- ♦ **Flexibilidad y adaptabilidad:** Las marcas aliadas son flexibles y capaces de adaptarse rápidamente a cambios en el entorno marcarial o en las condiciones del mercado, ajustando su colaboración según sea necesario.

SUCURSAL

Es la extensión de una marca establecida en una ubicación distinta a su sede principal. Opera bajo la misma marca y dirección, ofreciendo los mismos productos o servicios. Las sucursales permiten a la marca expandirse geográficamente, llegar a nuevos mercados y clientes, y adaptarse a las necesidades locales. Aunque tienen su propia estructura, están conectadas a la sede central a través de sistemas de comunicación y gestión.

Características:

- ♦ **Vínculo con la marca o marca matriz:** una sucursal que opera bajo la autoridad y dirección de la marca matriz, siguiendo sus políticas, estándares y procedimientos establecidos.

- ♦ **Localización geográfica:** una sucursal se encuentra en una ubicación estratégica para atender a clientes específicos o penetrar en nuevos mercados.
- ♦ **Autonomía limitada:** Aunque está vinculada a la marca matriz, una sucursal puede tener cierto grado de autonomía en la gestión diaria de sus operaciones, adaptándose a las necesidades locales del mercado.
- ♦ **Representación de la marca:** La sucursal actúa como una representación física de la marca en el lugar donde está ubicada, manteniendo la coherencia con la identidad y los valores de la marca matriz.
- ♦ **Responsabilidad legal:** la marca matriz es responsable legalmente de las acciones y obligaciones de su sucursal, lo que implica una supervisión adecuada y el cumplimiento de las regulaciones locales.

1.3.2.1.1.2. FORMAS DE ENTRADA AL MERCADO INTERNACIONAL

EXPORTACIÓN

Exportar es el proceso mediante el cual una marca o entidad comercializa y vende bienes o servicios producidos en su país de origen hacia mercados extranjeros. Esta actividad implica la venta de productos o la prestación de servicios fuera de las fronteras nacionales, con el objetivo de generar ingresos, expandir la presencia de la marca en nuevos mercados y aprovechar oportunidades de crecimiento a nivel internacional.

Producto

Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea (Stanton, Etzel y Walker, 2007, Pág. 221)

Producto de consumo

Los productos de consumo, también denominados bienes de consumo son artículos o productos adquiridos por los consumidores finales para su uso personal o familiar, en contraposición a los productos destinados a ser utilizados en la producción de otros bienes o servicios. Estos productos satisfacen necesidades y deseos individuales o familiares y se consumen directamente, ya sea de forma inmediata o a lo largo del tiempo.

Proceso de creación de un producto

- ◆ Idea del producto.
- ◆ Definición del producto.
- ◆ Elaboración del prototipo y diseño inicial.
- ◆ Validación y pruebas.
- ◆ Desarrollo de la producción.
- ◆ Lanzamiento al mercado.
- ◆ Evaluación y retroalimentación post-lanzamiento.

EXPORTACIÓN DIRECTA

La marca exporta por medio de intermediarios independientes (país de origen de la marca exportadora), quienes se hacen cargo del manejo logístico de las mercancías desde la fábrica hasta el cliente, el papeleo de comercio exterior, los tramites de aduanas, la apertura de la carta de crédito u otro medio de pago, etc., mientras la marca se limita a producir y vender como lo hace con sus

clientes locales. El intermediario está localizado en el país de la marca exportadora (país de origen). La marca intermediaria aporta experiencia sobre distribución, marketing, negociaciones, etc. así como habilidades administrativas para gestionar acuerdos de exportación y financiación. Peris-Ortiz et al. (s. f.)

Características:

- ♦ **Control directo:** la marca exportadora tiene el control directo de la venta y distribución de los productos en el mercado internacional, sin la intervención de intermediarios.
- ♦ **Canales de distribución:** la marca exportadora determina y gestiona los canales de distribución en el mercado de destino, lo que le permite tener una mayor visibilidad y control sobre la comercialización de sus productos.
- ♦ **Adaptación a las necesidades del mercado:** adapta los productos, precios y estrategias de marketing según las necesidades y preferencias del mercado extranjero, lo que facilita la entrada y el éxito en nuevos mercados.
- ♦ **Desarrollo de relaciones directas:** La exportación directa fomenta el desarrollo de relaciones directas y duraderas con clientes internacionales, lo que puede generar oportunidades de crecimiento a largo plazo y una mayor fidelización del cliente.

EXPORTACIÓN INDIRECTA

La marca entra en contacto con intermediarios o compradores finales en el extranjero y se hace cargo de todos los aspectos burocráticos, logísticos, y financieros que conlleva una exportación. Para poner en marcha esta estrategia, el departamento comercial de la marca contrata personal experto en comercio exterior y con experiencia en contactos internacionales, y cuando las

actividades de exportación adquieren un cierto volumen, se suelen crear departamentos de exportación. Peris-Ortiz et al. (s. f.)

Características:

- ♦ **Intermediarios:** la marca utiliza intermediarios, como agentes comerciales, distribuidores o marcas de comercio internacional, para llevar sus productos al mercado extranjero.
- ♦ **Menor control:** La marca exportadora tiene un nivel de control reducido sobre la distribución y comercialización de sus productos en el mercado extranjero, ya que depende en gran medida de los intermediarios.
- ♦ **Reducción de riesgos:** La exportación indirecta puede ayudar a reducir los riesgos asociados con la entrada en nuevos mercados internacionales, ya que los intermediarios pueden proporcionar conocimientos locales y asumir parte de los riesgos financieros y logísticos.
- ♦ **Menor inversión inicial:** requiere una inversión inicial menor, ya que la marca no necesita establecer una presencia física en el país de destino.

FRANQUICIA INTERNACIONAL

Las franquicias consisten en un tipo especial de licencia para la distribución al detalle, según el cual la marca franquiciadora no se limita simplemente a autorizar el uso de su marca, como ocurre en el caso de una licencia tradicional, sino que provee a la marca franquiciada de un producto (franquicia de producto), o de un sistema estandarizado de operaciones y de marketing en el punto de venta (franquicia de montaje del negocio) Peris-Ortiz et al. (s. f.)

Características:

- ♦ **Adaptación Cultural:** Las franquicias internacionales deben adaptarse a las diferencias culturales, lingüísticas y sociales de los mercados extranjeros, lo que puede implicar ajustes en el producto, el servicio y la estrategia de marketing.
- ♦ **Transferencia de Know-how:** La franquiciante proporciona al franquiciado conocimientos, tecnologías y mejores prácticas desarrolladas en otros mercados internacionales para aprovechar la experiencia global y maximizar el éxito en el nuevo mercado.
- ♦ **Gestión de la cadena de suministro:** Las franquicias internacionales deben gestionar eficientemente la cadena de suministro global para garantizar la disponibilidad oportuna de productos y servicios en todas las ubicaciones, minimizando costos y riesgos logísticos.
- ♦ **Diversidad legal y regulatoria:** Las franquicias internacionales deben cumplir con las regulaciones comerciales, laborales, fiscales y de propiedad intelectual de cada país en el que operan, lo que puede requerir un profundo entendimiento de la legislación local y la adaptación de los contratos de franquicia.
- ♦ **Gestión de la comunicación y la marca:** La franquiciante debe coordinar estratégicamente la comunicación y el marketing a nivel internacional para mantener la coherencia de la marca y la imagen corporativa, al mismo tiempo que se adapta a las preferencias y sensibilidades locales.

LICENCIA

García Vázquez y Guisado Tato (1996) la definen como un acuerdo contractual mediante el cual el licenciante cede u otorga al licenciario un derecho limitado a hacer, usar y/o vender una patente o un know-how a cambio de una contraprestación que toma la forma de canon, regalía o royalty.

Características:

- ♦ **Transferencia de propiedad intelectual:** Otorga a un tercero en otro país el derecho de utilizar propiedad intelectual, como marcas registradas, patentes, tecnología, know-how o derechos de autor, a cambio de compensación.
- ♦ **Limitaciones geográficas:** Se otorga para un país o región específico, lo que limita el alcance geográfico de la licencia y permite al licenciatario operar únicamente en el territorio autorizado.
- ♦ **Generación de ingresos:** El licenciatario paga regalías o royalties al licenciante como compensación por el uso de la propiedad intelectual, lo que constituye una fuente de ingresos para la marca propietaria de la licencia.
- ♦ **Mantenimiento de la marca:** El licenciante suele mantener el control sobre la marca y la imagen corporativa, supervisando la forma en que se utiliza la propiedad intelectual bajo licencia para garantizar la coherencia y la integridad de la marca a nivel internacional.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS:

Una alianza estratégica constituye una relación entre organizaciones en la que las partes conservan un determinado nivel de autonomía, pero son interdependientes en un importante grado. Esta conduce los recursos de dos o más firmas hacia un compromiso específico, conservando, en alguna medida, cierta independencia en su propiedad. Marshall, Nguyen y Bryant (2005)

CONSORCIOS/COOPERATIVAS DE EXPORTACIÓN

En este tipo de alianzas, varias marcas de tamaño pequeño o mediano aportan capital para crear una nueva entidad que se dedica a la exportación de los productos de los socios, compartiendo su propiedad. (HERNÁNDEZ MARTÍNEZ, 2018)

Características:

- ♦ **Colaboración entre marcas:** Son colaboración entre múltiples marcas que se unen con el objetivo común de expandir sus operaciones de exportación. Estas marcas pueden pertenecer a la misma industria o sector, o tener productos o servicios complementarios.
- ♦ **Integración de recursos:** Aportación de recursos, conocimientos y capacidades únicas al consorcio o cooperativa, lo que permite aprovechar sinergias y mejorar la competitividad en los mercados internacionales.
- ♦ **Negociación colectiva:** Al actuar como una entidad unificada, los miembros del consorcio o cooperativa pueden negociar mejores condiciones comerciales con clientes, distribuidores y otros actores en los mercados internacionales, lo que puede resultar en mejores precios, términos de pago y condiciones contractuales.
- ♦ **Promoción conjunta:** Los consorcios o cooperativas de exportación suelen llevar a cabo actividades de promoción conjunta, como participación en ferias comerciales, eventos de networking y campañas de marketing, para aumentar la visibilidad y el reconocimiento de sus productos o servicios en los mercados internacionales.

JOINT VENTURE

Acuerdo entre dos o más partes que ponen en común sus recursos y colaboración para llevar a cabo una actividad comercial a través de la cual puedan obtener un beneficio mutuo, compartiendo el riesgo que conlleva toda operación comercial en función de la estructura concreta a través de la cual acuerden desarrollarla (Menguzzato y Renau, 1991; Hitt, 1996).

Clasificación de Joint Venture

En función de las aportaciones de los socios:

- ♦ **Equilibradas:** Todos los socios aportan el mismo capital social

- ♦ **Asimétricas:** si alguno de los socios tiene una participación mayoritaria.

En función del ámbito geográfico:

- ♦ **Nacionales:** son las creadas por socios con idéntica nacionalidad y dentro de su país de origen.
- ♦ **Internacionales:** Son las creadas por socios de diferentes nacionalidades. Se considera como socio local el que tenga el domicilio social en el país donde se instale la Joint Venture.

Características:

- ♦ **Asociación estratégica:** una asociación entre dos o más marcas que colaboran para alcanzar un objetivo común, como la entrada a un nuevo mercado, el desarrollo de un nuevo producto o la realización de un proyecto específico.
- ♦ **Control compartido:** las marcas mantienen su independencia legal y operativa, comparten el control y la toma de decisiones en la joint venture, lo que implica un proceso de negociación y acuerdo mutuo en temas clave.
- ♦ **Complementariedad de recursos:** Las marcas participantes en la joint venture aportan recursos, capacidades y conocimientos complementarios que se combinan para aprovechar sinergias y maximizar el valor generado por la asociación.
- ♦ **Objetivos claros:** Las joint ventures se establecen con objetivos claros y definidos que pueden incluir el acceso a nuevos mercados, la innovación tecnológica, la reducción de costos o la expansión de la capacidad productiva.
- ♦ **Duración limitada:** Aunque algunas joint ventures pueden ser de largo plazo, muchas se establecen con una duración limitada para cumplir con un proyecto o actividad específica, después de la cual las marcas pueden decidir disolver la asociación o renovarla.

CAPÍTULO 2. IMPLEMENTACIÓN DE LA INNOVACIÓN

2.1. OBJETIVOS

2.1.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un manual para la expansión de operaciones a nivel nacional e incursión en el mercado internacional de la marca Ámarum Coffee.

2.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Obtener un diagnóstico del estado actual de la marca Ámarum Coffee
- Crear una solución que facilite a la marca Ámarum Coffee para la expansión de operaciones a nivel nacional.
- Capacitar al personal de Ámarum Coffee para el uso adecuado del manual de expansión de operaciones a nivel nacional e incursión en el mercado internacional.

2.2. DISEÑO DE LA INNOVACIÓN

Tras un exhaustivo diagnóstico realizado a la marca Ámarum Coffee, se han identificado oportunidades significativas para su crecimiento y expansión tanto a nivel nacional como internacional; Con base sobre el diagnóstico realizado a la marca, se ha determinado que Ámarum Coffee cuenta con la capacidad financiera necesaria para iniciar la expansión de sus operaciones a nivel nacional mediante la apertura de sucursales, sin embargo, no tiene ningún conocimiento sobre como expandir operaciones.

De acuerdo con lo anterior se tiene a bien realizar una guía para qué la marca empiece aumentar su participación en el mercado local, una vez que Ámarum Coffee se encuentre debidamente posicionada y establecida en el mercado nacional, se explorará la posibilidad de expandirse a nivel internacional. Esta segunda fase de expansión se llevará a cabo mediante la creación de un producto y la exportación indirecta o iniciar operaciones en el mercado internacional con la apertura de sucursales internacionales estratégicamente ubicadas.

Asimismo, según la identificación de los diversos conceptos para la expansión a nivel nacional, se determinó que el más adecuado y beneficioso para Ámarum Coffee es el establecimiento de sucursales. Esta decisión se fundamenta en la capacidad de la marca para mantener un control directo sobre la calidad y la experiencia del cliente en cada ubicación, manteniendo su oferta en todo el territorio nacional. Además, la apertura de sucursales permite a Ámarum Coffee expandir su presencia de manera gradual, adaptándose a las preferencias y características específicas de cada mercado local. Con este enfoque, la marca puede consolidar su posición en el mercado nacional, fortalecer su imagen de marca y ofrecer una experiencia única y consistente a sus clientes en todo el país.

Analizando los diversos enfoques para la expansión a nivel internacional, se determinó que el más adecuado para Ámarum Coffee es el de la creación de un producto con exportación indirecta o apertura de sucursales internacionales. Esta estrategia permitirá a Ámarum Coffee aprovechar las fortalezas y recursos de un socio local en el mercado objetivo, facilitando la entrada a nuevos territorios de manera más eficiente y efectiva.

Este manual ha sido diseñado como una guía detallada para acompañar a Ámarum Coffee para el proceso de expansión a nivel nacional como internacional. Este manual

está diseñado para ofrecer orientación paso a paso sobre las acciones y consideraciones clave que deben tenerse en cuenta durante cada etapa del proceso de expansión. Su objetivo es facilitar la planificación, ejecución y gestión efectiva de las iniciativas de crecimiento de la marca, asegurando una implementación coherente y exitosa de las estrategias de expansión propuestas. Además, el manual busca servir como una herramienta de referencia útil para todos los miembros del equipo involucrados en el proceso de expansión, proporcionando información detallada y recursos prácticos que les permitan contribuir de manera efectiva al logro de los objetivos de crecimiento de la marca.

Manual

Un manual es un documento detallado que ofrece instrucciones sistemáticas y paso a paso sobre cómo realizar una tarea, operar un dispositivo o utilizar un sistema específico. Está diseñado para proporcionar orientación clara y concisa a los usuarios, permitiéndoles comprender y ejecutar eficazmente procedimientos específicos relacionados con un producto, equipo o proceso determinado. Los manuales suelen contener información técnica, procedimientos operativos, consejos de solución de problemas y otras instrucciones relevantes para facilitar la realización exitosa de la tarea en cuestión.

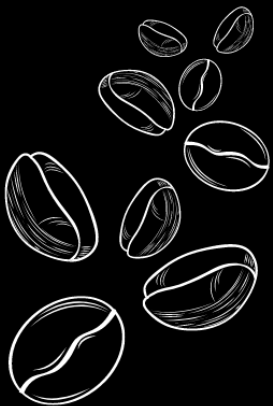
Componentes de un manual

- ◆ Portada.
- ◆ Página de título.
- ◆ Índice.
- ◆ Introducción.
- ◆ Instrucciones o Procedimientos (Desarrollo).
- ◆ Ilustraciones

DISEÑO DE LA PROPUESTA CONTENIDO

MANUAL PARA LA EXPANSIÓN DE OPERACIONES A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DE LA MARCA AMARUM COFFEE

Expansión de operaciones a nivel nacional por medio de apertura de sucursales y a nivel internacional a través de la creación de un producto con exportación indirecta y/o apertura de sucursales.



- 01.** Portada
- 02.** Pagina de titulo
- 03.** Indice
- 04.** Introduucción
- 05.** Historia
- 06.** Visión y Misión
- 07.** Organigrama
- 08.** Expansión a nivel nacional
- 30.** Expansión a nivel internacional

2.2.1. MANUAL PARA LA EXPANSIÓN DE OPERACIONES A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DE LA MARCA DE ÁMARUM COFFEE.

Introducción

Bienvenidos al Manual de Expansión de Operaciones de Ámarum Coffee, con el objeto de expandir operaciones de la marca el presente manual contiene una guía diseñada para orientar el proceso de expansión tanto a nivel nacional como internacional de nuestra amada marca de Ámarum Coffee.

Este manual es una herramienta que proporciona una visión integral de los pasos necesarios para navegar con éxitos por los desafíos y oportunidades que surgen al expandirse a nuevos mercados dentro y fuera del país; aborda aspectos fundamentales como la forma de entrada, como realizar un análisis del mercado, como la seleccionar ubicaciones, diseño de la cafetería, gestión en la cadena de suministro, y estrategias de marketing y fidelización de clientes.

Historia Ámarum Coffee

Ámarum Coffee Shop en El Salvador, es una cafetería que ha estado en funcionamiento desde su apertura en febrero del 2021 hasta la actualidad, se ha destacado por su constante evolución y adaptación para ofrecer una experiencia única a sus clientes.

El menú exploratorio de Ámarum Coffee refleja su pasión por la innovación en el mundo del café, ofreciendo una variedad de bebidas creativas y únicas que combinan sabores exóticos y técnicas de preparación especializadas.

La filosofía organizacional de Ámarum Coffee se fundamenta en la excelencia en la calidad, la sostenibilidad y la innovación en la oferta de café, productos y experiencias.

Los principios fundamentales de la filosofía organizacional de Ámarum Coffee se estructuran en torno a los siguientes pilares: Excelencia en la calidad, Innovación continua, sostenibilidad, experiencia integral al cliente, compromiso con la comunidad y la ética marcardial y transparencia.

Misión y Visión

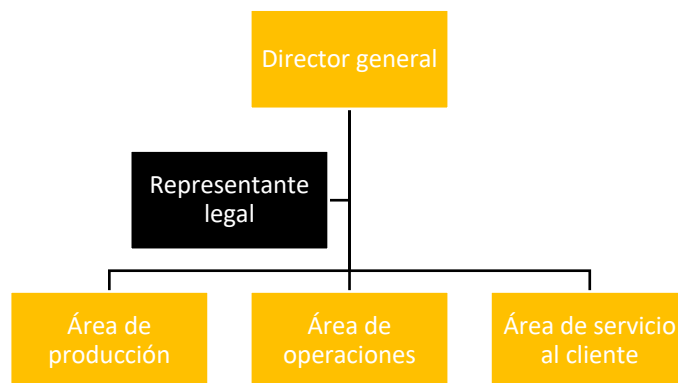
Misión

En Ámarum Coffee, nuestra misión es despertar tus sentidos con un menú exploratorio y un ambiente acogedor, donde cada bebida se convierte en una experiencia única que inspira conexiones significativas.

Visión

Ser el destino preferido para los amantes del café que buscan descubrir nuevos sabores y compartir momentos memorables en un ambiente estimulante y acogedor.

Organigrama



SECCIÓN I: Proceso para la expansión de operaciones de Ámarum Coffee a nivel nacional

1. ANÁLISIS DEL MERCADO NACIONAL

Diagnóstico

El diagnóstico es un proceso esencial para comprender el entorno y situación actual de la marca con la finalidad de identificar las oportunidades y desafíos; determinando qué áreas necesitan mejoras o cambios para lograr los objetivos organizacionales.

- ♦ **Entorno del mercado:** El mercado de café en El Salvador se caracteriza por una fuerte tradición cafetalera y una creciente apreciación por el café de alta calidad.
- ♦ **Identificación del mercado objetivo:** El mercado objetivo para Ámarum Coffee en El Salvador se compone principalmente de consumidores de café que valoran la calidad, el sabor auténtico y la experiencia de consumo. Perfil del cliente de Ámarum Coffee:

Edad	20-35 años
Sexo	Mujeres y Hombres
Nivel socio económico	\$500 - \$800
Ocupación	Trabajo y estudiantes.

- ♦ **Análisis de la Competencia:** El mercado del café en El Salvador es altamente competitivo, con una variedad de marcas locales e internacionales presentes en el país. Entre los competidores más destacados se encuentran:

Cafetería	Origen	Rango de precios
Ben's Coffee	El Salvador	\$3.00 - \$6.50
Ámarum Coffee	El Salvador	\$2.95 - \$5.00
The Coffee Cup	El Salvador	\$2.00 - \$5.50
Viva Espresso	El Salvador	\$2.99 - \$5.39
Starbucks	Estados Unidos	\$3.60 - \$7.84
Juan Valdez	Colombia	\$1.95 - \$ 6.25

Sus principales competidores son otras cafeterías locales y cadenas internacionales, Ámarum Coffee se percibe como una marca premium y diferenciada por su menú exploratorio y su ambiente en comparación con la competencia, destacando por la calidad de sus productos y la experiencia en sus puntos de venta.

♦ **Herramienta utilizada para el estudio de mercado de Ámarum Coffee**

- Entrevistas
- Encuestas

♦ **Evaluación de los puntos de venta**

La evaluación de los puntos de venta para Ámarum Coffee constituye un pilar fundamental dentro de su estrategia de expansión y crecimiento. Con un enfoque preciso en las áreas con mayor potencial de clientes, como Santa Elena, La Libertad, Zona Rosa y Centro Histórico en San Salvador.

En una primera fase, se debe llevar a cabo un análisis de cada una de estas zonas, considerando variables clave como el flujo vehicular y peatonal, la densidad demográfica, el perfil socioeconómico de residentes y visitantes, así como la presencia de competidores directos e indirectos en el mercado, con el propósito de asegurar que representen una inversión rentable y contribuyan al crecimiento sostenible de Ámarum Coffee.

♦ **Ubicación de la sucursal de Ámarum Coffee**

Ubicación potencial	Nombre de lugar	Precio de alquiler
Santa Elena, La Libertad	Plaza Montelena	\$925.00
Zona Rosa, San Salvador	Bambú City Center	\$2,000.00

♦ Identificación y evaluación de Proveedores

El primer paso en la gestión de la cadena de suministro de Ámarum Coffee es realizar una evaluación exhaustiva de los proveedores potenciales. Este proceso implica:

Identificación de proveedores potenciales:

Proveedor	Especialidad	Tipo de Café
Finca La Fortuna	Café de especialidad orgánico	Orgánico
Finca Villa Galicia	Café de especialidad Pacamara	Pacamara
Finca Cipres	Café gourmet	Gourmet

Finca La Fortuna: Ofrece café de especialidad orgánico, lo que se alinea perfectamente con la filosofía de Ámarum Coffee de ofrecer productos de alta calidad y sostenibles. Se llevará a cabo una evaluación detallada de la calidad del café, los métodos de cultivo orgánico utilizados y la capacidad de suministro para asegurar la consistencia y la frescura del producto.

Finca Villa Galicia: Su fuerte es el café de especialidad de la variedad Pacamara, conocida por su distintivo perfil de sabor y calidad excepcional. Se realizará una evaluación minuciosa de la calidad del café Pacamara ofrecido, así como de la reputación y experiencia de la finca en la producción de esta variedad.

Finca Cipres: Ofrece café gourmet de alta calidad, lo que puede agregar valor a la oferta de productos de Ámarum Coffee. Se llevará a cabo una evaluación exhaustiva de la calidad del café gourmet ofrecido, así como de la consistencia en el sabor y la disponibilidad del producto.

ESTRATEGIA PARA LA EXPANSIÓN NACIONAL

Desarrollo de sucursales; Ámarum Coffee

En el continuo crecimiento y consolidación de Ámarum Coffee como marca en el mercado de cafeterías a nivel nacional, se ha determinado que la expansión mediante sucursales directas es la opción más viable y estratégica. A continuación, se detallan las razones fundamentales que respaldan esta elección:

- ♦ **Control de Calidad y Consistencia:** Al mantener el control directo sobre cada sucursal, podemos garantizar que nuestros estándares de calidad y servicio se mantengan consistentes en todas las ubicaciones. Desde la selección de granos de café hasta la preparación de bebidas y el servicio al cliente, cada aspecto de la experiencia en Ámarum Coffee reflejará nuestra dedicación a la excelencia.
- ♦ **Coherencia de Marca:** La expansión a través de sucursales propias nos permite mantener una identidad de marca sólida y coherente en todos los puntos de venta. Desde la decoración y el diseño interior hasta la música ambiente y la capacitación del personal, cada detalle contribuirá a fortalecer la imagen de Ámarum Coffee como un destino único y reconocible para los amantes del café.
- ♦ **Flexibilidad y Adaptabilidad:** Al no depender de franquiciados o socios externos, tenemos la flexibilidad necesaria para adaptarnos rápidamente a las tendencias del mercado y a las preferencias del consumidor. Podemos experimentar con nuevos productos, ajustar nuestro menú y modificar nuestras estrategias de marketing según sea necesario, sin comprometer la coherencia de la marca o la calidad del producto.
- ♦ **Crecimiento Orgánico y Sostenible:** La expansión mediante sucursales propias nos permite crecer de manera orgánica y sostenible, sin incurrir en una expansión excesivamente rápida que pueda comprometer la calidad o la estabilidad financiera de la marca. Al mantener un ritmo de crecimiento controlado, podemos asegurarnos de que cada nueva ubicación contribuya de manera positiva al éxito general de Ámarum Coffee.

- ♦ **Control Financiero:** Al asumir la responsabilidad directa de cada sucursal, podemos gestionar de manera más efectiva los aspectos financieros de nuestra operación, incluidos los costos de inicio, los gastos operativos y los ingresos generados. Esto nos brinda una mayor transparencia y control sobre nuestras finanzas, lo que a su vez nos permite tomar decisiones estratégicas más informadas.

En resumen, la expansión de Ámarum Coffee a nivel nacional a través de sucursales propias representa la mejor estrategia para alcanzar nuestros objetivos comerciales y fortalecer nuestra posición en el mercado. Al mantener el control de calidad, coherencia de marca, flexibilidad, crecimiento orgánico y control financiero, estamos posicionando a la marca para un éxito continuo y sostenible en la industria del café.

2. SUCURSAL

Sucursal

Una sucursal se define como una unidad o establecimiento comercial propiedad y operada directamente por la marca matriz. Cada sucursal está diseñada para reflejar la identidad de marca de Ámarum Coffee y ofrece una experiencia consistente en términos de calidad del producto, servicio al cliente, diseño interior y ambiente.

Objetivos de sucursal Ámarum Coffee:

Los objetivos específicos de las sucursales de Ámarum Coffee para expandir operaciones a nivel nacional se alinean con la misión y visión de la marca, y están diseñados para apoyar el crecimiento y la consolidación de la marca en nuevos mercados, a continuación, se presentan los objetivos clave para esta expansión:

- ♦ **Cobertura Geográfica:** Establecer una presencia sólida y equitativa en diferentes regiones geográficas del país, identificando oportunidades de crecimiento en ciudades clave y áreas metropolitanas para maximizar el alcance de la marca.
- ♦ **Establecimiento de Alianzas Estratégicas:** Explorar oportunidades de colaboración con socios estratégicos, como hoteles, universidades, marcas y centros comerciales, para expandir la presencia de Ámarum Coffee y llegar a nuevos públicos de manera efectiva.
- ♦ **Innovación de Producto y Experiencia del Cliente:** Continuar innovando en el menú y la experiencia del cliente, ofreciendo nuevas y emocionantes opciones de bebidas, así como experiencias únicas en cada sucursal que fomenten la lealtad y el boca a boca positivo.

Al perseguir estos objetivos, Ámarum Coffee fortalece su posición como el destino preferido para los amantes del café y cumpliendo con su compromiso de proporcionar experiencias únicas y significativas a sus clientes.

Menú

Café:

- ♦ Espresso
- ♦ Doble Espresso
- ♦ Americano
- ♦ Macchiato
- ♦ Cortado
- ♦ Cappuccino
- ♦ Latte
- ♦ Mocha
- ♦ Flat White
- ♦ Café con Leche
- ♦ Café Negro (Regular o Descafeinado)
- ♦ Café Helado

Tés:

- ♦ Té Negro (Earl Grey, English Breakfast, Assam)
- ♦ Té Verde (Sencha, Jasmine, Matcha)
- ♦ Té Blanco (Silver Needle, White Peony)
- ♦ Té de Hierbas (Manzanilla, Menta, Rooibos)
- ♦ Té Chai (Clásico, Especiado, Masala)

Menú exploratorio:

- ♦ Café con Especias

- ♦ Cafés saborizados
- ♦ Infusiones
- ♦ Bebidas de Temporada
- ♦ Postres

Aperitivos:

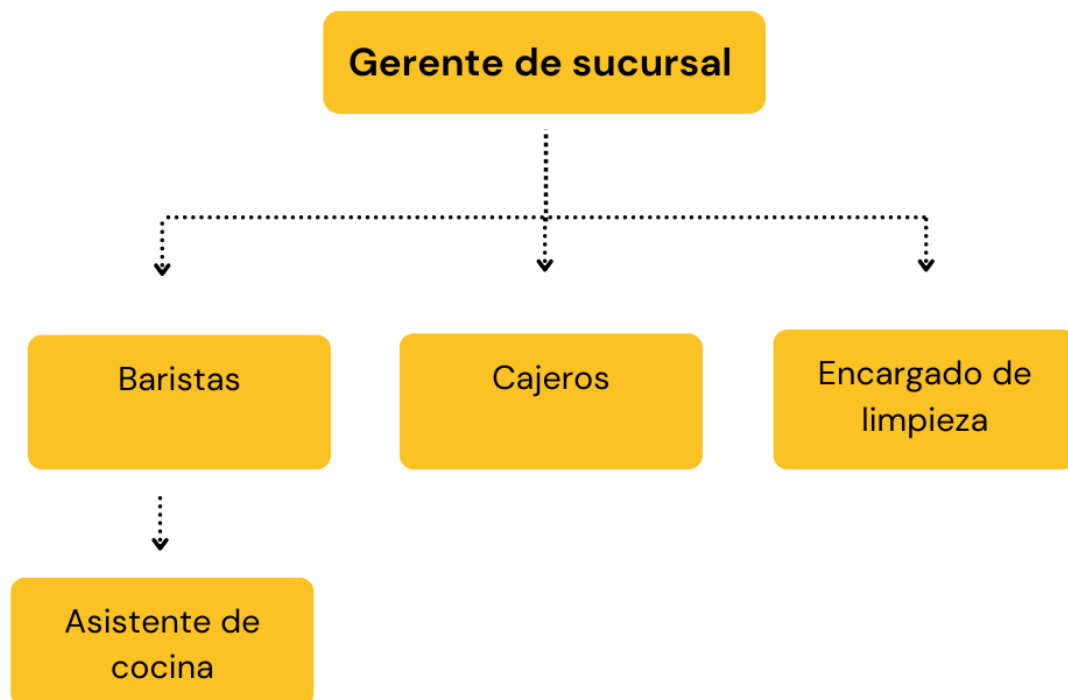
- ♦ Croissants (Clásico, Chocolate, Almendra)
- ♦ Muffins (Arándanos, Chocolate, Zanahoria)
- ♦ Galletas (Chocolate Chip, Avena y Pasas)

- ♦ Postres: Cheesecakes, quesadilla, tiramisú etc.

Extras:

- ♦ Jarabes de Sabor (Vainilla, Caramelo, Avellana)
- ♦ Leche de Almendras, Coco, Avena o Soya
- ♦ Crema Batida
- ♦ Chocolate en Polvo o Jarabe de Chocolate

Organigrama de la sucursal



Descripción de los puestos:

Gerente de Sucursal

Es el responsable del funcionamiento general y el rendimiento de la sucursal. Su rol implica supervisar a todo el equipo de trabajo, desde baristas hasta cajeros, asegurándose de que se mantengan los estándares de calidad y servicio de la marca. Además de administrar el inventario, el control de costos y las ventas, el Gerente de Sucursal también se encarga de garantizar que los clientes disfruten de una experiencia excepcional en cada visita.

Baristas

Son los responsables y artistas detrás de cada taza de café y bebida. Además de su destreza técnica, los baristas también son expertos en servicio al cliente, interactuando con los clientes para entender sus preferencias y asegurarse de que cada bebida sea preparada con precisión y cuidado.

Cajero/a

Desempeñan un papel fundamental en la experiencia de compra de los clientes. Son responsables de procesar transacciones de venta de manera rápida y precisa, ya sea en efectivo o con tarjeta. Los cajeros también brindan asistencia al cliente, respondiendo preguntas sobre el menú y los productos, y asegurándose de que los clientes se sientan bienvenidos y atendidos durante su visita.

Encargado de limpieza

Es el responsable de mantener un ambiente limpio, ordenado y acogedor en la sucursal. Su función principal es garantizar que todas las áreas de la tienda, incluyendo

la zona de preparación de alimentos, el área de servicio, los baños y las áreas comunes, se mantengan impecables y libres de desorden.

Asistente de Cocina:

poya al equipo en la preparación de alimentos y aperitivos, contribuyendo a la oferta gastronómica de la sucursal. Desde la preparación de sándwiches y pasteles hasta la organización del área de cocina y el mantenimiento de los estándares de limpieza, el Asistente de Cocina juega un papel crucial en garantizar una operación eficiente y la satisfacción de los clientes en colaboración con los baristas para garantizar una operación fluida.

DISEÑO DE LA SUCURSAL

El diseño de la sucursal de Ámarum Coffee se centra en crear un ambiente acogedor, moderno y estimulante que refleje la esencia de la marca y brinde una experiencia única a los clientes. Las características del diseño de la sucursal de Ámarum Coffee:

Identidad de Marca

La identidad de marca de Ámarum Coffee se caracteriza por su combinación de colores distintiva y su logotipo único. Aquí se detallan los elementos clave:

♦ Colores

Amarillo: Representa la energía, la vitalidad y la felicidad asociadas con una buena taza de café. El amarillo también evoca la sensación de calidez y bienvenida, reflejando el ambiente acogedor de las sucursales de Ámarum Coffee.

Blanco: Simboliza la pureza, la limpieza y la frescura, aspectos esenciales en la experiencia de consumo de café. El blanco también proporciona un contraste nítido y limpio cuando se combina con el amarillo y el negro.

Negro: Aporta sofisticación, elegancia y modernidad a la identidad de la marca. El negro se utiliza para resaltar y enfatizar elementos importantes del diseño, añadiendo un toque de refinamiento a la paleta de colores.

♦ Logotipo:

El logotipo de Ámarum Coffee presenta una ardilla sosteniendo una taza de café, lo que representa una conexión única entre la naturaleza y el disfrute del café. La ardilla simboliza agilidad, energía y vitalidad, asociándose con la idea de una experiencia dinámica y estimulante al tomar café en Ámarum Coffee. La taza de café que sostiene la ardilla enfatiza el enfoque principal de la marca en la calidad y el placer del café.

Logotipo de Ámarum Coffee con ardilla y taza: La posición de la ardilla sosteniendo la taza de café transmite una sensación de disfrute y deleite, sugiriendo que el café de Ámarum Coffee es tan delicioso que incluso las ardillas querrían disfrutarlo.

Este logotipo transmite la idea de que en Ámarum Coffee, cada taza de café se prepara con cuidado y pasión, para ofrecer una experiencia única y deliciosa a sus clientes.

IDENTIDAD DE MARCA

Colores: Amarillo, blanco y negro.



Logotipo:



ESPACIO ÁMARUM COFFEE



Iluminación Cálida: Utiliza una combinación de luz natural y artificial para crear un ambiente acogedor. Las luces cálidas, como las lámparas de araña o las luces colgantes, pueden proporcionar una iluminación suave y difusa que invite a los clientes a relajarse y disfrutar de su café.



Colores Suaves: Elige una paleta de colores suaves y neutrales, como tonos de Café, gris claro y blanco, que creen una sensación de calma y serenidad en el espacio, con toques de color amarillo.



Muebles Cómodos y Acolchados: Selecciona muebles cómodos y acolchados, como sofás y sillones tapizados, que inviten a los clientes a sentarse y relajarse. Agrega cojines y almohadas suaves para mayor comodidad y calidez.



Área de estar: Crea una variedad de áreas de asientos para adaptarse a las diferentes preferencias de los clientes. Desde mesas comunitarias hasta rincones íntimos con asientos individuales, ofrece opciones para grupos grandes y pequeños, así como para clientes que prefieren trabajar o estudiar mientras disfrutan de su café



Elementos Naturales: incorporar plantas verdes, madera y piedra, para agregar calidez y textura al espacio. Las plantas no solo añaden un toque de frescura y vitalidad, sino que también ayudan a purificar el aire y crear un ambiente más saludable.



Música ambiental: Selecciona una lista de reproducción de música suave y relajante que complemente la atmósfera tranquila y acogedora del espacio.

PASOS PARA LA INSCRIPCIÓN Y APERTURA DE UNA SUCURSAL

Registro de una nueva sucursal en el Centro Nacional de Registro (CNR)

- ♦ **Paso 1:** Ingresar al sitio web del Centro Nacional de Registros (CNR), seguido de seleccionar la pestaña de “Servicios”.
- ♦ **Paso 2:** Seleccionar servicio por registro e instituto: Registro de Comercio.
- ♦ **Paso 3:** En el apartado de “Catálogo de Servicios del Registro de Comercio” seleccionar el servicio de Apertura de local, sucursal o agencia (Matrículas de marcas).
- ♦ **Paso 4:** Llenar el formulario que corresponda: Apertura de local, sucursal o agencia - Persona Jurídica o Apertura de local, sucursal o agencia - Persona Natural.

Documentos para formulario de persona natural:

- Datos de la marca: Nombre del titular y número de identificación Tributaria (NIT) de la sociedad, nombre de la marca, dirección de la marca, actividad económica, naturaleza económica.
- Datos del representante legal/apoderado: Documento único de identidad (DUI) representante legal, Número de identificación Tributaria (NIT), poder, inscripción y libro.
- Tipo de modificación de datos del local: Apertura, número de locales, nombre del local, dirección del local, actividad económica, naturaleza económica, fecha de apertura.

Documentos para formulario de persona jurídica:

- Datos de la marca: Nombre del titular y número de identificación Tributaria (NIT) de la sociedad, nombre de la marca, dirección de la marca, actividad económica, naturaleza económica.

- Datos del representante legal/apoderado: Documento único de identidad (DUI) representante legal, Número de identificación Tributaria (NIT)
 - Tipo de modificación de datos del local: Apertura, número de locales, nombre del local, dirección del local, actividad económica, naturaleza económica, fecha de apertura.
- ♦ **Paso 5:** Al finalizar el llenado del formulario, se paga arancel y se entrega documentación completa a CNR.
- Pago de arancel: \$34.29, Cada local, sucursal o agencia nueva que abran los comerciantes es obligación dentro de los 60 días de su apertura solicitar su registro.

PERMISOS SANITARIOS DE ESTABLECIMIENTOS

Requisitos para la presentación de solicitud de establecimientos y fábricas alimentarios.

Art. 10; Acuerdo 390; La persona natural o jurídica propietaria de un establecimiento que requiere permiso para su funcionamiento, debe ingresar en el sistema de permisos sanitarios (SPS): [URL//tramites.salud.gob.sv/](http://tramites.salud.gob.sv/); o presentarse a las Oficinas Regionales de Permisos sanitarios (ORPES) de la Dirección de Salud Ambiental (DISAM).

Requisitos Generales:

- Formulario de solicitud: Llenado por persona natural o jurídica.
- Declaración jurada autorizada por el Ministerio de Salud (Persona natural o Jurídica)
- Ficha sanitaria de acuerdo con el tipo de establecimiento, mediante la cual presenta autoevaluación de las condiciones sanitarias del establecimiento para el cual solicita el permiso.
- Copia del Documento Único de Identidad del representante legal o persona natural, en caso de extranjeros Carnet de Residente o Pasaporte.

- Copia de Escritura de Constitución de Sociedad o modificación de ésta (Cuando Aplique).
- Comprobante de pago del arancel, correspondiente al tipo de permiso sanitario solicitado.

Específicos del permiso solicitado:

- Certificado de Salud de los manipuladores de alimentos.
- Plan de control de plagas, insectos y roedores.
- Memoria descriptiva.

La obtención del permiso sanitario estará sujeta al cumplimiento de los requisitos administrativos y técnicos sanitarios establecidos en la presente Norma.

CONTRATACIÓN DEL PERSONAL

Perfil de puestos

Los perfiles de puestos son herramientas importantes en el proceso de reclutamiento, selección y gestión del talento humano, ya que ayudan a alinear las habilidades y competencias de los candidatos con las necesidades y expectativas del puesto y la marca.

Gerente General: Responsable de supervisar todas las operaciones diarias de la sucursal, incluyendo la gestión del personal, la atención al cliente, el control de inventario, la planificación de horarios y la gestión financiera.

Responsabilidades:

- ◆ Liderar y motivar al equipo para garantizar un excelente servicio al cliente.
- ◆ Supervisar la gestión del inventario y realizar pedidos de suministros según sea necesario.

- ♦ Desarrollar estrategias para aumentar las ventas y la rentabilidad de la sucursal.
- ♦ Garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad y seguridad alimentaria.
- ♦ Administrar el presupuesto y controlar los costos operativos.

Requisitos:

- ♦ Experiencia previa en gestión de restaurantes o cafeterías.
- ♦ Habilidades de liderazgo y capacidad para trabajar bajo presión.
- ♦ Excelentes habilidades de comunicación y capacidad para trabajar en equipo.
- ♦ Conocimientos básicos de contabilidad y gestión financiera.

Barista: Responsable de preparar y servir café de alta calidad, así como otras bebidas y productos del menú, mientras proporciona un servicio al cliente excepcional.

Responsabilidades:

- ♦ Preparar y servir café y otras bebidas de acuerdo con los estándares de Ámarum Coffee .
- ♦ Mantener un ambiente limpio y ordenado en el área de preparación y servicio.
- ♦ Interactuar con los clientes de manera amigable y profesional, proporcionando información sobre el café y recomendaciones de productos.
- ♦ Operar y mantener equipos de preparación de café, como máquinas de espresso y molinillos de café.

Requisitos:

- ♦ Experiencia previa como barista o en roles de servicio al cliente.
- ♦ Conocimientos básicos sobre café y técnicas de preparación.
- ♦ Habilidades de atención al cliente y capacidad para trabajar en un entorno de ritmo rápido.
- ♦ Flexibilidad para trabajar horarios variables, incluyendo fines de semana y días festivos.

Cajero: Responsable de procesar transacciones de ventas, manejar el efectivo y proporcionar un servicio al cliente cordial y eficiente.

Responsabilidades:

- ◆ Procesar transacciones de ventas de manera precisa y eficiente.
- ◆ Manejar el efectivo y realizar arqueos de caja al final del turno.
- ◆ Proporcionar información sobre los productos y promociones a los clientes.
- ◆ Mantener un área de caja limpia y ordenada.

Requisitos:

- ◆ Experiencia previa en roles similares, preferiblemente en la industria de servicios de alimentos.
- ◆ Excelentes habilidades de atención al cliente y capacidad para trabajar bajo presión.
- ◆ Precisión en el manejo del efectivo y habilidades matemáticas básicas.
- ◆ Disponibilidad para trabajar horarios flexibles, incluyendo fines de semana y días festivos.

Encargado de limpieza: responsable de mantener la sucursal limpia y ordenada en todo momento, garantizando un ambiente seguro y acogedor para los clientes y el personal.

Responsabilidades:

- ◆ Limpiar y desinfectar las áreas de trabajo, incluyendo la cocina, el área de preparación de alimentos y las zonas de servicio.
- ◆ Vaciar y limpiar los contenedores de basura y reciclar según sea necesario.
- ◆ Mantener los baños limpios y abastecidos con suministros esenciales.
- ◆ Realizar tareas de limpieza adicionales según las necesidades, como limpiar ventanas, aspirar alfombras y trapear pisos.

Requisitos:

- ◆ Experiencia previa en limpieza o mantenimiento, preferiblemente en entornos comerciales.
- ◆ Atención al detalle y capacidad para trabajar de manera autónoma.
- ◆ Buen estado físico para realizar tareas de limpieza que pueden ser físicamente exigentes.
- ◆ Disponibilidad para trabajar en horarios flexibles, incluyendo turnos de noche y fines de semana.

Asistente de cocina: apoyará al equipo de cocina en la preparación de alimentos y la limpieza del área de cocina para garantizar la eficiencia y la seguridad en las operaciones.

Responsabilidades:

Preparar ingredientes y ayudar en la preparación de bebidas y alimentos.

FORMACIÓN DEL PERSONAL:

La formación del personal en Ámarum Coffee es crucial para asegurar que todos los empleados estén bien preparados para ofrecer un servicio excepcional y mantener los estándares de calidad de la marca.

Orientación inicial:

- ◆ Introducción a la historia, misión y valores de Ámarum Coffee.
- ◆ Visión general de la estructura organizativa y roles dentro de la marca.
- ◆ Presentación de políticas y procedimientos, incluyendo normas de seguridad e higiene.
- ◆ Recorrido por las instalaciones y presentación a los compañeros de trabajo.

Entrenamiento en servicio al cliente:

- ◆ Desarrollo de habilidades de comunicación efectiva.
- ◆ Entrenamiento en empatía y atención al cliente.
- ◆ Resolución de problemas y manejo de situaciones difíciles.
- ◆ Prácticas de servicio al cliente en situaciones simuladas.

Conocimiento del producto:

- ◆ Detalles sobre la selección de café de Ámarum Coffee y su origen.
- ◆ Descripción detallada de cada producto en el menú, incluyendo ingredientes y métodos de preparación.
- ◆ Degustaciones para familiarizar al personal con los distintos sabores y perfiles de café.

Entrenamiento en ventas y upselling:

- ◆ Estrategias para aumentar las ventas mediante técnicas de upselling y cross-selling.
- ◆ Enfoque en la recomendación de productos complementarios y especiales de la casa.
- ◆ Prácticas de venta y role-playing para perfeccionar las habilidades de persuasión.

Formación continua:

- ◆ Sesiones de entrenamiento regulares para actualizar conocimientos y habilidades.
- ◆ Oportunidades de desarrollo profesional, como cursos de liderazgo, barismo avanzado, etc.

- ♦ Retroalimentación continua y evaluación del desempeño para identificar áreas de mejora y brindar apoyo adicional según sea necesario.

Al proporcionar una formación completa y continua, Ámarum Coffee puede garantizar que su personal esté bien equipado para ofrecer una experiencia excepcional a los clientes y contribuir al éxito continuo de la marca.

CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL

CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO PARA LA APERTURA DE SUCURSAL PARA LA EXPANSIÓN A NIVEL NACIONAL			
ACTIVIDAD	MICRO ACTIVIDADES	PRESUPUESTO ESTIMADO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
Análisis de mercado nacional	Diagnostico	\$ 500.00	3 meses
	Entorno del mercado		
	Identificación del mercado objetivo		
	Análisis de la competencia		
	Herramientas de estudio del mercado		
	Evaluación de puntos de ventas.		
	Identificación y evaluación de Proveedores		
Estrategia de expansión	Cobertura Geográfica (Alquiler)	\$ 925.00	2 meses
	Establecimiento de Alianzas Estratégicas	\$ 500.00	1 mes
	Innovación de Producto y Experiencia del Cliente	\$ 100.00	1 mes
	Espacio Ámarum Coffee	\$ 5,000.00	1-2 meses
	Registro de una nueva sucursal en el Centro Nacional de Registro (CNR)	\$ 100.00	1 semana
	Permisos sanitarios de establecimientos	\$ 100.00	1 semana
	Contratación del personal	\$ 4,000.00	1-2 meses
	Formación del personal	\$ 300.00	1-2 semanas
	Estrategias de comunicación y promoción	\$ 1,000.00	1-2 meses
	Apertura de sucursal (día del evento)	\$ 5,000.00	1 mes
	TOTAL	\$ 17,525.00	

10. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

Estrategia de atracción

- ♦ **Establecer un calendario de comunicación:** Garantiza una presencia constante y consistente en los medios tradicionales y digitales, el calendario permitirá no sobre saturar de publicidad ambos medios para la marca es importante identificar horarios y días claves para compartir promociones.
- ♦ **Publicidad en radio:** Para la marca es de mucho interés realizar anuncios en radio de estaciones locales con la finalidad de compartir promociones a los radioyentes tal cual lo ha hecho en el país salvadoreño.
- ♦ **Vallas publicitarias:** Colocación de vallas publicitarias en ubicaciones estratégicas para captar la atención de los futuros clientes. Los anuncios incluyen imágenes atractivas, mensajes breves y claros y la ubicación de la cafetería.
- ♦ **Publicidad en redes sociales:** Amarum Coffee identifica las plataformas digitales como una de las estrategias más fuertes para la creación de anuncios de los productos y servicios a ofrecer ya que esta permite dirigirlos a una audiencia específica según sus intereses, ubicación geográfica y demografía.

Además de la implementación de contenido interactivo y actividades en redes sociales donde los seguidores puedan participar y ganar premios relacionados con la inauguración y en fechas conmemorativas, se puede pedir a los participantes que compartan publicaciones, etiqueten a amigos o respondan preguntas relacionadas con la cafetería.

Estrategia de expectativa de los consumidores

Amarum Coffee con esta estrategia busca implementar una comunicación y gestión de expectativas desde el proceso de expansión de la marca hasta la fase de promoción y venta de los productos y el servicio; además, con esta estrategia permite tener una relación más cercana con los consumidores.

Estrategia de operación

- ♦ **Descuento de apertura:** Ofrecimiento de un descuento especial durante los primeros días de inauguración, como un porcentaje de descuento en todas las compras o un precio reducido en productos seleccionados.
- ♦ **Promoción de "invita a un amigo":** Para hacer uso de esta promoción ya debe de contar con el registro de cliente en la franquicia esto ofrece un beneficio adicional a los clientes que traigan a un amigo, por ejemplo, podrían recibir un descuento adicional en su compra o un regalo especial.
- ♦ Esta estrategia se basa en la eficiencia y efectividad de las operaciones del Coffee Shop, diseñadas para optimizar los estándares de calidad y flujo de trabajo.

Estrategia de fidelización

- ♦ **Tarjeta de fidelidad:** es un programa diseñado para recompensar a los clientes leales, frecuentes de modo que se fomenta la repetición de visitas con la acumulación de puntos o descuentos en la compra de los productos.

Las estrategias de atracción, operación y fidelización son fundamentales para el éxito de Ámarum Coffee, las estrategias de atracción se centran en captar la atención y generar interés en el Coffe shop y en los productos, atraer a nuevos clientes y diferenciarse de la competencia; las estrategias de operación se enfocan en mejorar la eficiencia y efectividad de las operaciones de los servicios y productos para los clientes, Finalmente, las estrategias de fidelización tienen como objetivo mantener a los clientes existentes, fomentar la repetición de negocios y construir relaciones sólidas con ellos.

Al combinar estas estrategias, una cafetería puede atraer a nuevos clientes, brindar una experiencia de alta calidad, optimiza las operaciones y fideliza a los clientes existentes, al hacerlo, fortalece la posición de Ámarum Coffee en el mercado nacional, generando relaciones a largo plazo con los clientes e impulsando el crecimiento y éxito de la marca.

SECCIÓN II: EXPANSIÓN A NIVEL INTERNACIONAL

Proceso de expansión de operaciones de Ámarum Coffee a nivel internacional

ANÁLISIS DE MERCADO INTERNACIONAL

Selección de mercados objetivo

Ámarum Coffee de acuerdo con el diagnóstico realizado ha Identificado la oportunidad de incursionar al mercado internacional, considera factores como el tamaño del mercado, el crecimiento económico, la cultura del café, la competencia existente y las barreras comerciales.

Para la selección del mercado se debe de utilizar la siguiente matriz de selección de país, la cual funciona como una herramienta para identificar oportunidades de mercado, evaluar riesgos potenciales y seleccionar los países más adecuados para expandir sus operaciones y posicionar su marca de manera efectiva a nivel internacional.

Matriz de selección de países

Nombre del país				
Criterios generales y específicos		Comentarios	Ponderación	Calificación
ECONÓMICOS	20%			
Moneda	10%			
PIB	15%			
PIB Per Cápita	15%			
Tasa de crecimiento	15%			
Inflación	10%			
Deflación	10%			
Salario Mínimo	15%			
Tipo de cambio	10%			
DEMOGRÁFICO/ ESTABILIDAD POLÍTICA	10%			

Población	40%			
Idioma	30%			
Riesgo país	30%			
COMERCIO EXTERIOR	20%			
Importaciones	20%			
Crecimiento de exportaciones	40%			
Importaciones % al PIB	30%			
POLÍTICA COMERCIAL	15%			
Barreras no arancelarias	50%			
Acuerdos comerciales	50%			
LOGÍSTICA DE TRANSPORTE	15%			
Requerimientos de entrada	50%			
Canales de comercialización	50%			
MERCADEO	20%			
Marcas en el mercado	25%			
Características, diseños y factores diferenciadores	20%			
Adaptaciones del producto	20%			
Productores y competidores	20%			
Precio del producto	15%			

Ejemplo:

1. Matriz de selección de país base: El Salvador

EL SALVADOR				22.7	
Criterios generales y específicos			Comentarios	Ponderación	Calificación
ECONÓMICOS	20%				3
1. Moneda	10%		Dólar americano	5	0.5
2. PIB	15%		US \$7,887.1 millones	3	0.45
3. PIB Per Cápita	15%		4,551.18 USD (2021)	3	0.45
4. Tasa de crecimiento	15%		10.30%	5	0.75
5. Inflación	10%		6.8 %	1	0.1
6. Deflación	10%		6,1	1	0.1
7. Salario Mínimo	15%		US\$ 365.00	1	0.15
8. Tipo de cambio	10%		Dólar americano	5	0.5
DEMOGRÁFICO/ ESTABILIDAD POLÍTICA	10%				3
1. Población	40%		6,528,135	3	1.2
2. Idioma	30%		Español	5	1.5
3. Riesgo País	30%		Caa1 (Riesgo sustancial)	1	0.3
COMERCIO EXTERIOR	20%				4.5
1. Importaciones	20%		\$ 5.03 billones	3	1
2. Crecimiento de exportaciones	40%		27,32%	5	2
3. Importaciones % al PIB	30%		54,8 %	5	1.5

	POLÍTICA COMERCIAL	15%			5
1.	Barreras no arancelarias	50%	Requisitos de certificación y etiquetado Normas técnicas y sanitarias Inspecciones y trámites aduaneros Restricciones fitosanitarias Licencias y permisos	5	2.5
2.	Acuerdos comerciales	50%	Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y República Dominicana (CAFTA-DR) Protocolo Habilitante al Tratado Marco para la Integración Económica entre El Salvador y Guatemala Acuerdo de Alcance Parcial entre El Salvador y Guatemala	5	2.5
	LOGÍSTICA DE TRANSPORTE	15%			4
1.	Requerimientos de entrada	50%	IMPORTACIÓN Registro de importador Documentación aduanera (Factura comercial, Conocimiento de embarque (para transporte marítimo) o carta de porte aéreo (para transporte aéreo) Regulaciones específicas Pago de aranceles e impuestos Inspecciones aduaneras EXPORTACIÓN Registro como exportador Documentación aduanera (Factura comercial, Declaración de Exportación, Documento de transporte) Certificados y permisos cumplimiento de regulaciones específicas Trámites de aduana y despacho	3	1.5
2.	Canales de comercialización	50%	canales de distribución directa	5	2.5
	MERCADEO	20%			3.2
1.	Marcas en el mercado	25%	Alto (marcas extranjeras y nacionales)	1	0.25
2.	Características, diseños y factores diferenciadores	20%	Medio (Variedad de productos sin distintivos)	3	0.6
3.	Adaptaciones del producto	20%	(Bajo, no se observan productos con valores añadidos solo por parte de las extranjeras)	5	1
4.	Productores y competidores	20%	Medio (mercado amplio en establecimiento de cafetería, pero no de productos adaptados al mercado local)	3	0.6
5.	Precio del producto	15%	Medio (el rango de precio oscila entre lo normal)	5	0.75

2. Matriz de selección de país destino: **Costa Rica**

	COSTA RICA			24.5	
	Criterios generales y específicos		Comentarios	Ponderación	Calificación
	ECONÓMICOS	20%			3.2
1.	Moneda	10%	colón costarricense (CRC)	3	0.3
2.	PIB	15%	64.28 miles de millones USD (2021)	5	0.75
3.	PIB Per Cápita	15%	12,472.44 USD (2021)	3	0.45
4.	Tasa de crecimiento	15%	7.60%	3	0.45
5.	Inflación	10%	2,44%,	5	0.5
6.	Deflación	10%	2,0	3	0.3
7.	Salario Mínimo	15%	324.560 (CRC) \$593 (USD)	1	0.15

8.	Tipo de cambio	10%	537,343 (CRC) 1 USD	3	0.3
	DEMOGRÁFICO/ ESTABILIDAD POLÍTICA	10%			4.4
1.	Población	40%	5.154 millones (2021)	5	2
2.	Idioma	30%	Español	5	1.5
3.	Riesgo País	30%	B + grado altamente especulativo con perspectiva estable.	3	0.9
	COMERCIO EXTERIOR	20%			3.9
1.	Importaciones	20%	\$17,9MM	5	1
2.	Crecimiento de exportaciones	40%	21,52%	5	2
3.	Importaciones % al PIB	30%	34,5 %	3	0.9
	POLÍTICA COMERCIAL	15%			5
1.	Barreras no arancelarias	50%	Certificaciones y requisitos técnicos Licencias de importación Restricciones fitosanitarias Cuotas de importación Prohibiciones de importación	5	2.5
2.	Acuerdos comerciales	50%	Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y República Dominicana (CAFTA-DR)	5	2.5
	LOGÍSTICA DE TRANSPORTE	15%			3.75
1.	Requerimientos de entrada	50%	IMPORTADOR Registro ante la Dirección General de Aduanas Documentación aduanera Valoración aduanera Impuestos y aranceles Restricciones y regulaciones específicas: EXPORTADOR Registro ante la Dirección General de Aduanas Documentación aduanera Clasificación arancelaria y valoración aduanera Restricciones y regulaciones específicas Embalaje y etiquetado Documentación adicional	3	1.5
2.	Canales de comercialización	50%	Directo e indirectos	5	2.5
	MERCADEO	20%			4.25
1.	Marcas en el mercado	25%	Alto (marcas nacionales y extranjeras)	1	0.25
2.	Características, diseños y factores diferenciadores	20%	Medio (Variedad de productos sin distintivos)	3	0.75
3.	Adaptaciones del producto	20%	(Bajo, no se observan productos con valores añadidos solo por parte de las extranjeras)	5	1.25
4.	Productores y competidores	20%	Medio (mercado amplio en establecimiento de cafetería, pero no de productos adaptados al mercado local)	3	0.75
5.	Precio del producto	15%	Medio (el rango de precio oscila entre lo normal)	5	1.25

3. Matriz de país comparado: Guatemala

GUATEMALA			24.1	
Criterios generales y específicos		Comentarios	Ponderación	Calificación
ECONÓMICOS	20%			3.8
1. Moneda	10%	Quetzal	3	0.3
2. PIB	15%	\$86 mil millones (USD)	3	1.5
3. PIB Per Cápita	15%	\$ 5,025.54 (USD)	5	0.75

4.	Tasa de crecimiento	15%	8.00%	3	0.45
5.	Inflación	10%	8.71%	1	0.1
6.	Deflación	10%	2.8	3	0.3
7.	Salario Mínimo	15%	Q2,841.86 US\$ 365.00	1	0.1
8.	Tipo de cambio	10%	1 USD = 7.70 GTQ.	3	0.3
DEMOGRÁFICO/ ESTABILIDAD POLÍTICA		10%			3.6
1.	Población	40%	17.11 millones (2021)	3	1.2
2.	Idioma	30%	Español	5	1.5
3.	Riesgo País	30%	Ba1 (Grado de No Inversión Especulativo)	3	0.9
COMERCIO EXTERIOR		20%			4.5
1.	Importaciones	20%	11,658 millones	5	1
2.	Crecimiento de exportaciones	40%	15,06%	5	2
3.	Importaciones % al PIB	30%	41,14%	5	1.5
POLÍTICA COMERCIAL		15%			5
1.	Barreras no arancelarias	50%	requisitos de documentación Regulaciones técnicas y estándares Inspecciones aduaneras Restricciones cuantitativas Barreras sanitarias y fitosanitarias	5	2.5
2.	Acuerdos comerciales	50%	Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y República Dominicana (CAFTA-DR) Protocolo Habilitante al Tratado Marco para la Integración Económica entre El Salvador y Guatemala Acuerdo de Alcance Parcial entre El Salvador y Guatemala	5	2.5
LOGÍSTICA DE TRANSPORTE		15%			4
1.	Requerimientos de entrada	50%	IMPORTACIÓN Registro como importador Documentación aduanera (Factura comercial, Conocimiento de embarque (para transporte marítimo) o carta de porte aéreo (para transporte aéreo), Lista de empaque, Documento de transporte) Pago de aranceles e impuestos Regulaciones específicas Inspecciones aduaneras EXPORTACIÓN Registro como exportador Documentación aduanera (Factura comercial, Declaración Única de Exportación (DUE), Documento de transporte) Certificados y permisos Cumplimiento de regulaciones específicas Trámites de aduana y despacho	3	1.5
2.	Canales de comercialización	50%	Directo e indirectos	5	2.5
MERCADEO		20%			3.2
1.	Marcas en el mercado	25%	Alto (marcas nacionales y extranjeras)	1	0.25

2.	Características, diseños y factores diferenciadores	20%	Medio (Variedad de productos sin distintivos)	3	0.6
3.	Adaptaciones del producto	20%	(Bajo, no se observan productos con valores añadidos solo por parte de las extranjeras)	5	1
4.	Productores y competidores	20%	Medio (mercado amplio en establecimiento de cafetería, pero no de productos adaptados al mercado local)	3	0.6
5.	Precio del producto	15%	Medio (el rango de precio oscila entre lo normal)	5	0.75

Cuadro comparativo.

Aspectos	El Salvador	Guatemala	Costa Rica
Consumo per cápita (kg/año)	1.3	1.8	2.4
Tendencia de consumo	Estable, con ligero crecimiento	Estable	Estable, con crecimiento moderado
Preferencias de consumo	Café tradicional, preferencia por variedades locales	Café tradicional, fuerte preferencia por café de Guatemala	Café tradicional, con interés creciente en café de especialidad
Demanda interna	Estable, con potencial de crecimiento en segmentos de alta calidad	Estable, con oportunidades de crecimiento en segmentos premium	Estable, con crecimiento en segmentos de alta calidad y especialidad
Importaciones de café	Bajas, debido a la producción nacional de alta calidad	Moderadas, principalmente para complementar la producción local	Moderadas, con enfoque en variedades especiales
Exportaciones de café	Moderadas, El Salvador es conocido por su café de alta calidad	Moderadas, Guatemala es un importante exportador de café	Moderadas, con énfasis en calidad y sostenibilidad
Tendencias del mercado	Aumento en la demanda de café de especialidad y café gourmet	Enfoque en la sostenibilidad y producción de café de alta calidad	Crecimiento en la producción de café de alta calidad y sostenible

Este cuadro proporciona una visión comparativa de los mercados de café en El Salvador, Guatemala y Costa Rica, destacando diferencias y similitudes en términos de consumo, preferencias, demanda interna, importaciones, exportaciones y tendencias del mercado.

ESTRATEGIA DE EXPANSIÓN A NIVEL INTERNACIONAL

- A. Estrategia de expansión a nivel internacional al país de Costa Rica por medio de sucursales.
- B. Estrategia de expansión a nivel internacional al país de Costa Rica por medio de la creación de un producto y exportación indirecta.

A. Estrategia de expansión a nivel internacional al país de Costa Rica por medio de sucursales.

Objetivos de internacionalización de una sucursal Ámarum Coffee :

- ♦ **Expandir la presencia a nivel internacional:** Establecer sucursales de Ámarum Coffee en diferentes países para ampliar la presencia de la marca a nivel internacional.
- ♦ **Incursionar en nuevos mercados:** Entrar en mercados extranjeros clave para aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento y aumentar la base de clientes.
- ♦ **Adaptación a las preferencias locales:** Adaptar el concepto de Ámarum Coffee para satisfacer las preferencias y necesidades de los consumidores locales en cada mercado objetivo, manteniendo al mismo tiempo la esencia de la marca.
- ♦ **Desarrollo de relaciones comerciales:** Establecer relaciones comerciales sólidas y duraderas con socios locales en cada país objetivo para facilitar la entrada en el mercado y garantizar el éxito a largo plazo.

Menú:

Café:

- ♦ Espresso
- ♦ Americano
- ♦ Macchiato

- ♦ Cappuccino

- ♦ Latte

- ♦ Mocha

- ♦ Café Helado

Tés:

- ◆ Té Verde (Sencha, Jasmine, Matcha)
- ◆ Té de Hierbas (Manzanilla, Menta, Rooibos)
- ◆ Té Chai (Clásico, Especiado, Masala)

Menú exploratorio:

- ◆ Café con Especias
- ◆ Cafés saborizados
- ◆ Infusiones
- ◆ Bebidas de Temporada
- ◆ Postres

Aperitivos:

- ◆ Croissants (Clásico, Chocolate, Almendra)
- ◆ Postres: Cheesecakes, quesadilla, tiramisu etc.

Extras:

- ◆ Jarabes de Sabor (Vainilla, Caramelo, Avellana)
- ◆ Leche de Almendras, Coco, Avena o Soya
- ◆ Crema Batida
- ◆ Chocolate en Polvo o Jarabe de Chocolate

Selección de mercado

Por medio del estudio de la matriz de selección de país que contiene criterios económicos, demográficos, comercio exterior, política comercial, logística de transporte, mercadeo entre otros.



Se identifico al país costarricense como país potencial para la internacionalización de su modelo de negocio “Sucursal”, A continuación, se detalla el mercado potencial del país destino: Costa Rica

Se ha identificado la siguiente zona para incursionar por medio de la sucursal, la zona en la que estará ubicada se conoce como “top of mind” de Costa Rica.

Con este análisis se pretende que la Sucursal de Ámarum Coffee inicie operaciones en la Ciudad de Escazú ubicado en la Provincia de San José.

A continuación, por medio del análisis de país la marca creo una ficha de las áreas en las que se incursionara mercado potencial.

CIUDAD DE ESCAZÚ

Ubicación de Sucursal: Escazú

Clima: Templado

Edad: todas las edades

Género: Mujer y Hombre

Población: 13,752 habitantes

Concepto del Coffee Shop: Concepto innovador y moderno.

Mercado objetivo: Turistas extranjeros, turistas nacionales y residentes locales. Residentes nacionales y extranjeros que actualmente viven en la Ciudad de Escazú.

Turistas y visitantes: Ciudad de Escazú de la provincia de San José es un importante destino turístico, por lo que la Coffee Shop de Ámarum Coffee ofrece una experiencia auténtica de una cafetería moderna

Residentes locales: Ámarum Coffee ofrece una experiencia diferente con un menú exploratorio de bebidas y un ambiente para desarrollar actividades cognitivas.

Selección de productos: Ámarum Coffee identifico los productos base con los cuales incursionara en el mercado costarricense determino cuáles son los más adecuados y rentables para ser incluidos en el catálogo o inventario de la sucursal.

♦ Ubicación de la sucursal internacional de Ámarum Coffee

La Plaza Montescazú se encuentra ubicada en la ciudad de Escazú, una zona altamente transitada y de alto poder adquisitivo en Costa Rica. Escazú es conocida por ser un importante centro comercial y de negocios, lo que garantiza una alta visibilidad y tráfico de personas en la zona.

Ubicación potencial	Nombre de lugar	Precio de alquiler
Ciudad de Escazú	Plaza Montescazú	\$895.00
Ciudad de Escazú	Escazú Village	\$2,000.00
Ciudad de Escazú	Plaza Florencia	\$1,600.00

la Plaza Montescazú ofrece una ubicación estratégica, un nombre reconocido y un precio de alquiler atractivo, lo que la convierte en la mejor opción para la internacionalización de la sucursal de Ámarum Coffee en Costa Rica.

PASOS PARA LA INSCRIPCIÓN Y APERTURA DE UNA SUCURSAL

Paso 1: Inscripción en el Registro Nacional de Costa Rica

Requisitos:

- ◆ Indicación del representante legal, dirección, nombre, capital, duración y los administradores de la marca matriz.
- ◆ Objeto y capital de la sucursal.
- ◆ Designación del representante legal de la sucursal con sus facultades.
- ◆ Renuncia a las leyes locales de la marca matriz al responder a actividades ejecutadas en Costa Rica.
- ◆ Prueba del registro de la marca matriz y las facultades del representante legal.
- ◆ Aceptación del representante legal de la sucursal.
- ◆ Designar un “agente residente” (abogado) para responder cualquier notificación si el representante legal de la sucursal no reside en Costa Rica.

Paso 2: Trámite Permisos Sanitarios de Funcionamiento para Establecimientos Industriales, Comerciales y de Servicios.

Institución: Área Rectora del Ministerio de Salud

- ◆ Llenado de formulario de Solicitud: Formulario Unificado de solicitud de permiso.

- ♦ Declaración Jurada con el formato del Anexo 3 (por primera vez) o el Anexo 4 (renovación), Decreto 43432-S.
- ♦ Documento de identidad.
- ♦ Copia del comprobante de pago de servicios de acuerdo con el grupo de riesgo:
- ♦ Grupo B: \$50 (Tabla Clasificación de actividades comerciales, industriales y de servicios (basado en CAECR)

Paso 3: Presentación anual de informe de ingresos ante la Autoridad Tributaria

- ♦ presentar anualmente un informe de los ingresos generados en Costa Rica o traídos a Costa Rica para fines tributarios
- ♦ Legalización o Apostilla de documentos: Este servicio se debe realizar si los documentos de constitución o algún otro de la sociedad van a ser utilizados con fines legales fuera de Costa Rica. Esto ya que Costa Rica no es parte de la convención de la Haya para legalización de documentos. Por ello si el documento se necesita que surta efecto en el extranjero se debe legalizar por el consulado de dicho país.
- ♦ Costo deservicio: \$150.00 por documento.

CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL INTERNACIONAL

CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO PARA LA APERTURA DE SUCURSAL PARA LA EXPANSIÓN A NIVEL INTERNACIONAL			
ACTIVIDAD	MICRO ACTIVIDADES	PRESUPUESTO ESTIMADO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
	Inscripción de la sucursal	\$ 800.00	2 meses
	Permisos sanitarios	\$ 50.00	1 mes
Estrategia de expansión	Cobertura Geográfica (Alquiler)	\$ 825.00	3 meses
	Establecimiento de Alianzas Estratégicas	\$ 1,000.00	2 mes
	Espacio Amarum Coffee	\$ 5,000.00	1-2 meses
	Contratación del personal	\$ 5,000.00	1-2 meses
	Formación del personal	\$ 500.00	1-2 semanas
	Estrategias de comunicación y promoción	\$ 1,000.00	1-2 meses
	Apertura de sucursal (día del evento)	\$ 10,000.00	1 mes
	informe de ingresos ante la Autoridad Tributaria	\$ 150.00	1 mes
	TOTAL	\$ 24,325.00	

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN PARA LA SUCURSAL INTERNACIONAL DE ÁMARUM COFFEE:

Estrategia de Atracción:

- ♦ **Establecimiento de un Calendario de Comunicación:** Se garantizará una presencia constante y coherente en medios tradicionales y digitales, evitando la saturación de publicidad. Se identificarán horarios y días óptimos para compartir promociones.
- ♦ **Publicidad en Radio:** Se realizarán anuncios en estaciones locales de radio para llegar a una audiencia amplia y compartir promociones con los radioyentes.
- ♦ **Vallas Publicitarias:** Se colocarán vallas publicitarias en lugares estratégicos para captar la atención de futuros clientes, con mensajes claros y atractivos.
- ♦ **Publicidad en Redes Sociales:** Se crearán anuncios en plataformas digitales dirigidos a audiencias específicas según intereses y ubicación geográfica. Además, se implementarán actividades interactivas en redes sociales para involucrar a los seguidores y generar expectativas.

Estrategia de Expectativa de los Consumidores

- ♦ **Comunicación y Gestión de Expectativas:** Desde la expansión de la marca hasta la promoción de productos y servicios, se establecerá una comunicación cercana con los consumidores para gestionar sus expectativas y construir relaciones sólidas.

Estrategia de Operación

- ♦ **Descuento de Apertura:** Se ofrecerán descuentos especiales durante los primeros días de inauguración para incentivar la visita de nuevos clientes.
- ♦ **Promoción "Invita a un Amigo":** Se premiará a los clientes que traigan a un amigo con descuentos adicionales en sus compras, incentivando la recomendación y la lealtad.

Estrategia de Fidelización

- ♦ **Tarjeta de Fidelidad:** Se implementará un programa de fidelización para recompensar a los clientes frecuentes con puntos o descuentos en sus compras, incentivando la repetición de visitas.

Estas estrategias, centradas en la atracción, operación y fidelización, son fundamentales para el éxito de Ámarum Coffee. Al combinarlas, se logrará atraer nuevos clientes, brindar una experiencia de alta calidad, optimizar las operaciones y mantener la lealtad de los clientes existentes, lo que fortalecerá la posición de la marca en el mercado internacional y contribuirá al crecimiento y éxito continuo de Ámarum Coffee.

B. Estrategia de expansión a nivel internacional al país de Costa Rica por medio de la creación de un producto y exportación indirecta.

Objetivos Creación de Productos para Exportación Indirecta de Ámarum Coffee:

Desarrollo de productos innovadores: Crear productos innovadores y de alta calidad que se alineen con las preferencias del consumidor y que destaquen la experiencia única de Ámarum Coffee.

Incursionar en nuevos mercados: Utilizar la exportación indirecta internacional como una estrategia para ingresar y establecer presencia en nuevos mercados internacionales donde Ámarum Coffee aún no tiene presencia física.

Adaptación a los Mercados Locales: Adaptar los productos de Ámarum Coffee para satisfacer las preferencias y necesidades específicas de cada mercado internacional, considerando factores como sabores locales, tendencias culinarias y sensibilidades culturales.

Establecimiento de Canales de Distribución: Establecer canales de distribución eficientes y efectivos para llevar los productos de Ámarum Coffee a los mercados internacionales, utilizando estrategias de exportación indirecta a través de distribuidores y socios comerciales locales.

Proceso de creación de un producto

- ◆ **Generación de la idea del producto:** Se lleva a cabo una lluvia de ideas basada en las necesidades de los clientes, la investigación de mercado y los precios internacionales del café. Se exploran conceptos que resuenen con el mercado global y que reflejen los valores de la marca Ámarum Coffee.
- ◆ **Definición del producto:** A partir de la investigación de mercado a nivel internacional, se desarrolla un concepto inicial que aborde las necesidades identificadas en diferentes regiones. Se definen características clave, funcionalidades y propuestas de valor que puedan atraer a una audiencia global.
- ◆ **Elaboración del prototipo y diseño inicial:** Se crean diseños y prototipos del producto de café para visualizar su apariencia y funcionamiento. El diseño se enfoca en aspectos como la estética, la ergonomía y la experiencia del usuario, teniendo en cuenta las preferencias culturales y los hábitos de consumo de diferentes países.
- ◆ **Desarrollo de la producción:** Una vez que el diseño del producto está finalizado y probado, se inicia la producción a gran escala. Se establecen relaciones con proveedores nacionales de café de alta calidad y se implementan procesos de producción eficientes y sostenibles.
- ◆ **Lanzamiento al mercado:** Se prepara una estrategia de lanzamiento al mercado internacional que incluya marketing, publicidad y distribución adaptados a cada región. Esto puede implicar la creación de materiales promocionales multilingües, la planificación de eventos de lanzamiento.

- ♦ **Evaluación y retroalimentación post-lanzamiento:** Una vez que el producto está disponible en el mercado internacional, se monitorea su desempeño y se recopila retroalimentación de los clientes.

Ejemplo:

Nombre del Producto: "Ámarum Bliss: Café Especial de Edición Limitada"

- ♦ **Investigación de Mercado:** De acuerdo con el estudio de mercado exhaustivo para identificar las tendencias y preferencias del consumidor en el mercado internacional. Se encontró una creciente demanda de cafés especiales de edición limitada con perfiles de sabor únicos y experiencias sensoriales memorables.
- ♦ **Desarrollo de Concepto:** El concepto de "Ámarum Bliss" como un café especial de edición limitada, cuidadosamente seleccionado y procesado para ofrecer una experiencia de sabor salvadoreño y un momento de felicidad para los consumidores.
- ♦ **Selección de Granos y Origen:** Las pruebas de catación y evaluación de diversos granos de café de alta calidad de diferentes regiones productoras. Se seleccionaron granos arábica de origen único, cultivados en fincas salvadoreñas, conocidos por sus notas florales y su perfil de sabor delicado.
- ♦ **Proceso de Tueste:** la experiencia de diferentes perfiles de tueste para resaltar las características naturales de los granos de café seleccionados. Se optó por un tueste medio que realizara los sabores suaves y complejos, con notas de chocolate, caramelo y frutos rojos.
- ♦ **Mezcla y Degustación:** Se realizaron múltiples sesiones de catación y degustación para garantizar la calidad y consistencia del producto final.
- ♦ **Diseño de Empaque:** Se desarrolló un diseño de empaque atractivo y llamativo que reflejara la calidad y la exclusividad del producto. Se eligieron materiales sostenibles y reciclables para el empaque, en línea con los valores de sostenibilidad de Ámarum Coffee.

- ♦ **Pruebas de Mercado:** Se realizaron pruebas piloto del producto en mercados internacionales seleccionados para evaluar la aceptación y la demanda del consumidor. Se recopilaban comentarios y retroalimentación de los clientes para realizar ajustes finales al producto y al proceso de comercialización.
- ♦ **Lanzamiento y Promoción:** Se planificó un lanzamiento oficial del producto "Amarum Bliss" con una campaña de promoción en medios tradicionales y digitales. Se organizaron eventos de degustación y se establecieron alianzas estratégicas con influencers y medios de comunicación para aumentar la visibilidad y generar interés en el producto.



ESTABLECIMIENTO DE LA ALIANZA JOINT VENTURE

Seleccionar socios para una alianza de joint venture es un paso crítico para garantizar el éxito de la marca conjunta. Se deben de considerar factores como la reputación, experiencia, recursos, capacidades complementarias y cultura marcarial. Aquí hay algunos elementos importantes a considerar al elegir socios para una joint venture:

- ♦ **Objetivos y visión compartidos:** Busca socios cuyos objetivos marcariales y visión estratégica estén alineados con los tuyos. Es crucial que estos objetivos deben ser mutuamente beneficiosos para ambas partes y estar alineados con las estrategias marcariales de ambas marcas.

- ♦ **Capacidades complementarias:** Busca socios que aporten habilidades, recursos y activos que complementen los tuyos. Esto puede incluir experiencia en el mercado local, conocimientos técnicos, tecnología, redes de distribución, acceso a recursos financieros, etc. La combinación de capacidades de ambas partes debe crear sinergias que impulsen el éxito de la marca conjunta.
- ♦ **Reputación y credibilidad:** Es importante asociarse con socios que tengan una buena reputación y credibilidad en el mercado objetivo. Investiga la historia marcarial de los posibles socios, su historial de éxito en proyectos anteriores, relaciones con clientes y proveedores, etc.
- ♦ **Compatibilidad cultural y valores compartidos:** La cultura marcarial y los valores de ambas partes deben ser compatibles para facilitar una colaboración efectiva. Busca socios cuyos principios éticos, formas de trabajo y estilo de gestión sean similares a los tuyos. La armonía cultural contribuirá a construir una relación sólida y de confianza entre las partes.
- ♦ **Compromiso financiero:** Evalúa la capacidad financiera de los posibles socios para invertir en la joint venture y respaldar su crecimiento y desarrollo a largo plazo. Deben tener la capacidad de aportar los recursos financieros necesarios para financiar el negocio y cumplir con las obligaciones financieras acordadas.
- ♦ **Acuerdos contractuales claros:** Antes de formalizar la joint venture, asegúrate de establecer acuerdos contractuales claros y detallados que definan los roles y responsabilidades de cada socio, los términos financieros, los derechos de propiedad, la gobernanza de la marca conjunta, etc.
- ♦ **Flexibilidad y adaptabilidad:** La capacidad de los socios para adaptarse a cambios en el entorno marcarial y ajustar la estrategia según sea necesario es crucial para el éxito de la joint venture. Busca socios que sean flexibles y estén abiertos a nuevas ideas y enfoques.
- ♦ **Comunicación y transparencia:** Una comunicación clara y transparente entre los socios es esencial para una asociación exitosa. Busca socios que valoren la comunicación abierta, sean honestos en sus interacciones y estén dispuestos a compartir información de manera proactiva.

Al evaluar posibles socios para una alianza de joint venture, es importante tener en cuenta estas características y seleccionar aquellos que mejor se alineen con los objetivos y valores de tu marca. Una vez seleccionados los socios adecuados, es fundamental establecer una comunicación abierta y trabajar juntos de manera colaborativa para lograr el éxito de la marca conjunta.

Ejemplo:

Aquí tienes un ejemplo del proceso de establecimiento de alianzas de joint venture con cadenas de supermercados en San José para la exportación de un nuevo producto de café, adaptado para el manual de Ámarum Coffee:

Nombre del Producto: " Ámarum Bliss: Café Especial de Edición Limitada

- ♦ **Investigación de Mercado:** Se realizó un análisis detallado del mercado de café en San José, Costa Rica, identificando la creciente demanda de cafés orgánicos de alta calidad entre los consumidores conscientes de la salud y el medio ambiente.
- ♦ **Identificación de Socios Potenciales:** Se identificaron varias cadenas de supermercados líderes en San José que tienen un fuerte compromiso con la sostenibilidad y una amplia base de clientes que valoran los productos de calidad premium.

SOCIOS POTENCIALES
Auto Mercado-San José
Megasuper
Walmart
Maxi pali

Acercamiento y Negociación: Se establecieron contactos con las cadenas de supermercados seleccionadas para discutir la posibilidad de una colaboración mediante una joint venture para la distribución y venta del nuevo producto "Ámarum

Bliss: Café Especial de Edición Limitada Se presentaron los beneficios mutuos de la asociación y se negociaron los términos y condiciones de la colaboración.

Desarrollo del Producto: Se desarrolló el producto " Ámarum Bliss: Café Especial de Edición Limitada ", un café arábico premium con granos cuidadosamente seleccionados y un proceso de producción sostenible que garantiza la máxima calidad y frescura.

PROCESO DE EXPORTACIÓN DE CAFÉ

Inscripción como exportador

La marca debe estar constituida y registrada en el centro Nacional de Registros (CNR). Posteriormente, debe inscribirse ante el Instituto Salvadoreño del Café (ISC) y el Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones (CIEX).

Pasos del proceso de exportación de café:

- ◆ Paso 1: Matrícula/ Registro de comercio en el Centro Nacional de Registros (CNR)
- ◆ Paso 2: Registro como exportador en el Instituto Salvadoreño del Café (ISC)
- ◆ Paso 3: Inscripción como exportador Centro de Trámites de importaciones y Exportaciones (CIEX El Salvador)

Paso 1: Matrícula/ Registro de comercio en el Centro Nacional de Registros (CNR)

Servicios del Registro de Propiedad Intelectual - Marca

Pasos:

1. Solicitar formulario

2. Completar formulario
3. Devolver formulario debidamente lleno con sus anexos

Requisitos:

- ◆ Formularios: Solicitud de registro marca - persona natural o solicitud de registro marca - persona jurídica
- ◆ Arancel: \$100.00 por cada clase.

Solicitud de registro de marca persona natural:

- ◆ Datos del solicitante/ titular: Nombre, documento único de identidad (DUI), edad, profesión, dirección de domicilio, nacionalidad, calidad en que actúa.
- ◆ Balance
- ◆ Datos de la marca: identificación de la marca, traducción (en caso sea otro idioma), tipo de marca, Productos o servicios que ampara, Reservas, Peticiones.

Solicitud de registro de marca persona Jurídica:

- ◆ Datos del solicitante/ titular/apoderado/representante legal: Nombre, documento único de identidad (DUI), edad, profesión, dirección de domicilio, nacionalidad, calidad en que actúa, poder, libro.
- ◆ Escritura de Constitución de Sociedad (o Pacto Social vigente).
- ◆ Credencial de Junta Directiva.
- ◆ Datos de la personería jurídica: nombre o razón social, naturaleza jurídica, domicilio.
- ◆ Datos de la marca: identificación de la marca, traducción (en caso sea otro idioma), tipo de marca, Productos o servicios que ampara, Reservas, Peticiones.

Paso 2: Registro como exportador en el Instituto Salvadoreño del Café (ISC):

Pasos:

- ◆ Solicitar formulario
- ◆ Completar formulario
- ◆ Devolver formulario debidamente lleno con sus anexos
- ◆ Revisión por parte de Asesoría Legal
- ◆ Inspección por parte de Control de Calidades
- ◆ Pago de carné
- ◆ Retiro de carné.

Requisitos:

- ◆ Formulario: hoja de registro de exportadores y hoja de requisitos para registro renovación exportador
- ◆ Costo del Servicio: \$100.00 (IVA incluido).

Persona natural:

- ◆ Documento único de identidad (DUI)
- ◆ Número de identificación Tributaria (NIT)
- ◆ Número de Registro de Contribuyente (NRC)
- ◆ Carné de residente o pasaporte en caso de ser extranjero
- ◆ Certificación de Registro de Calidades y Marcas, extendido por la oficina correspondiente de Centro Nacional de Registros (CNR)

Persona jurídica:

- ◆ Documento único de identidad (DUI) representante legal
- ◆ Número de identificación Tributaria (NIT) de la sociedad.
- ◆ Número de Registro de Contribuyente (NRC) de la sociedad.
- ◆ Inscripción en el Departamento de Asociaciones Cooperativas Agropecuarias del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), si son Asociaciones Cooperativas Agropecuarias.
- ◆ Escritura de constitución de la sociedad debidamente inscrita.
- ◆ Certificación de Registro de Calidades y Marcas, extendido por la oficina correspondiente de Centro Nacional de Registros (CNR)
- ◆ Anexar carta dirigida al director ejecutivo del Instituto Salvadoreño del Café (ISC), firmada por el representante legal
- ◆ Último Balance o Balance Inicial si es marca nueva.
- ◆ Cuenta de correo electrónico vigente.

Paso 3: Inscripción como exportador Centro de Trámites de importaciones y Exportaciones (CIEX El Salvador)

Persona natural:

- ◆ Documento único de identidad (DUI)
- ◆ Número de identificación Tributaria (NIT)
- ◆ Carné de residente o pasaporte en caso de ser extranjero
- ◆ Marca de café vigente e inscrita en Centro Nacional de Registros (CNR)

- ◆ Cuenta de correo electrónica vigente.
- ◆ Ficha de inscripción Sistema de Facilitación de Comercio Exterior (SFCE)

Persona jurídica:

- ◆ Documento único de identidad (DUI) representante legal
- ◆ Número de identificación Tributaria (NIT) de la sociedad.
- ◆ Número de Registro de Contribuyente (NRC) de la sociedad.
- ◆ Escritura de constitución de la sociedad debidamente inscrita
- ◆ Matrícula de comercio vigente e inscrita en el Centro Nacional de Registros (CNR)
- ◆ Último Balance o Balance Inicial si es marca nueva.
- ◆ Ficha de inscripción Sistema de Facilitación de Comercio Exterior (SFCE)

Requisitos para efectuar exportaciones:

- ◆ Estar inscrito como exportador en CIEX El Salvador.
- ◆ Poseer usuario y contraseña de SICEX, para autorizar sus exportaciones.
- ◆ Los documentos de exportación que autoriza el CIEX El Salvador, a través del Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICEX) dependerán de la naturaleza del producto a exportar, país de origen y destino de la mercancía, dando como resultado: Declaración Única Centroamericana (DUCA F o DUCA D) o una Declaración de Mercancías (DM), Certificados Fitosanitarios y Zoosanitarios para productos y subproductos de origen vegetal y animal, respectivamente

y Certificados de Origen si cumple las reglas de origen o si el país de destino lo requiere (no preferencial).

- ♦ **Certificado de origen:** Solo si la aduana en destino lo exige, que suele ser lo más común.
- ♦ **Certificado fitosanitario:** Al ser el café un producto de origen vegetal, debemos certificar que nuestro producto esté libre de insectos, ácaros, bacterias, hongos, etc.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

- ♦ **Participación en eventos y ferias comerciales:** Participar en ferias comerciales locales e internacionales relacionadas con la industria del café, para exhibir y promocionar el producto. Esto permite llegar directamente a los consumidores interesados y establecer contactos con posibles socios comerciales.
- ♦ **Alianzas con distribuidores y minoristas locales:** Establecer alianzas con distribuidores y minoristas locales en Costa Rica que tengan experiencia en la comercialización de productos similares. Esto facilitará la distribución y aumentará la visibilidad del producto en el mercado local.
- ♦ **Publicidad en medios especializados:** Realizar publicidad en medios especializados en la industria del café, como revistas y sitios web relacionados. Esto permite llegar a un público específico interesado en productos de café de alta calidad.
- ♦ **Marketing digital:** Implementar estrategias de marketing digital, como anuncios en redes sociales y campañas de correo electrónico dirigidas a consumidores y marcas interesadas en productos de café de exportación.
- ♦ **Demostraciones y Degustaciones:** Organizar eventos de degustación y demostraciones del producto en puntos de venta, cafeterías y eventos locales. Esto brinda la oportunidad de que los consumidores prueben el producto y generen interés en su compra.

- ♦ **Presencia en Medios de Comunicación Locales:** Trabajar con medios de comunicación locales, como periódicos, estaciones de radio y programas de televisión, para obtener cobertura y publicidad del producto. Entrevistas, reseñas y artículos sobre el producto pueden aumentar su visibilidad y credibilidad en el mercado.
- ♦ **Estrategias de fidelización:** Ámarum Coffee Implementa el programa de fidelización para recompensar a los clientes frecuentes y fomentar la repetición de visitas; estos programas pueden incluir tarjetas de lealtad, descuentos especiales, ofertas exclusivas y promociones personalizadas en los productos.

2.3. METODOLOGÍA Y ESTRATEGIAS

La metodología y las estrategias que implementará Ámarum Coffee para expandir operaciones en el mercado nacional e internacional son las siguientes:

A. ESTRATEGIA DE EXPANSIÓN A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL AL POR MEDIO DE SUCURSALES.

- ♦ **Experiencia del Cliente:** Crear un ambiente acogedor y único en cada sucursal que refleje la identidad de Ámarum Coffee.
- ♦ **Ediciones limitadas y exclusivas:** Ofrecer productos exclusivos en cada sucursal para atraer a los amantes del café que buscan bebidas novedades.
- ♦ **Menú exploratorio:** Incluye una amplia gama de bebidas y productos innovadores en el menú, el cual se diferencia por el menú explotaría al experimentar con productos y sabores.
- ♦ **Tecnología y conveniencia:** Implementar sistemas de pedidos en línea y aplicaciones móviles para mejorar la conveniencia del cliente.

- ♦ **Marketing digital:** Implementará campañas digitales fuertes, utilizando SEO, SEM, redes sociales y colaboraciones con influencers del sector.
- ♦ **Publicidad tradicional:** Realizará anuncios en medios impresos, radio y televisión a nivel local y nacional.
- ♦ **Promociones y descuentos:** Ofrecerá promociones especiales y programas de fidelización para atraer y retener clientes.
- ♦ **Marketing adaptado a cada mercado:** Ámarum Coffee implementará campañas de marketing que se adapten a las especificidades culturales y preferencias de cada país, utilizando tanto medios digitales como tradicionales.

B. ESTRATEGIA DE EXPANSIÓN A NIVEL INTERNACIONAL AL PAÍS DE COSTA RICA POR MEDIO DE LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO Y EXPORTACIÓN INDIRECTA.

- ♦ **Historia y origen:** Promoverá la historia y el origen del café, destacando su procedencia de fincas seleccionadas y prácticas de cultivo sostenible.
- ♦ **Ediciones limitadas:** Lanzará regularmente ediciones limitadas que generen expectativa y exclusividad entre los consumidores.
- ♦ **Packaging Atractivo:** El empaque contará la historia del café y su origen, adaptado a las preferencias culturales de los mercados objetivos.
- ♦ **E-commerce:** Potenciará la venta en línea con envíos rápidos y seguros.
- ♦ **Eventos Internacionales:** Participación en ferias y eventos internacionales del sector del café para aumentar la visibilidad de la marca.
- ♦ **Canales de venta diversificados:** Asegurará presencia en tiendas especializadas, supermercados y cafeterías seleccionadas.
- ♦ **Marketing adaptado a cada mercado:** Ámarum Coffee implementará campañas de marketing que se adapten a las especificidades culturales y preferencias de cada país, utilizando tanto medios digitales como tradicionales.

- ♦ **Seguimiento y apoyo continuo:** Ámarum Coffee desde el país salvadoreño proporciona seguimiento y apoyo continuo a las alianzas internacionales, manteniendo una comunicación constante, visitas regulares y de tal forma brindar asesoramiento y orientación para asegurarse de que las franquicias están cumpliendo con los estándares de calidad y enfrentando cualquier desafío de manera efectiva.

2.4. ORGANIZACIÓN PARA LA EJECUCIÓN

Es la estructura y disposición de los recursos, roles y responsabilidades dentro de una marca o entidad con el fin de llevar a cabo de manera efectiva y eficiente los objetivos y actividades planificadas.

Al expandir operaciones a nivel nacional e internacional por medio de un modelo de negocio “Sucursal” y la exportación de un producto a nivel internacional varios puestos desempeñarán roles clave en el proyecto. A continuación, se presentan los puestos que desarrollarán el proceso de expansión de operaciones:

- ♦ **Director General:** Desempeña un papel fundamental en la organización para la ejecución de la expansión nacional e internacional. Es responsable de la supervisión y coordinación de todas las áreas y actividades del proceso de expansión. Sus funciones incluyen la toma de decisiones estratégicas, la gestión de recursos y la definición de la visión y los objetivos de la marca. El director general asegura que todas las iniciativas estén alineadas con la misión y valores de Ámarum Coffee, garantizando el éxito de la expansión.

- ♦ **Representante Legal:** Es la responsabilidad de asegurar el cumplimiento de todas las normativas y regulaciones tanto a nivel nacional como internacional. Este profesional se encarga de la revisión y negociación de contratos, la protección de la propiedad intelectual y la gestión de cualquier asunto legal que pueda surgir durante el proceso de expansión. Además, el Representante Legal trabaja en estrecha colaboración con los consultores legales y asesores externos para garantizar que la marca opere dentro del marco legal durante su expansión.

- ♦ **Área de Producción:** Es el Área encargada para mantener la calidad y consistencia del producto mientras se incrementa la capacidad para satisfacer la demanda nacional e internacional. Esta área supervisa todo el proceso de producción, desde la selección de los granos de café hasta el empaquetado final. El equipo de producción se asegura de que se sigan las mejores prácticas agrícolas y de manufactura, cumpliendo con los estándares de sostenibilidad y comercio justo que definen la marca. La implementación de tecnologías avanzadas y procesos eficientes es esencial para cumplir con los plazos y los volúmenes requeridos para la exportación.

- ♦ **Área de Operaciones:** Es el área responsable de la logística y la gestión de la cadena de suministro. Este equipo coordina la distribución del café a nivel nacional e internacional, asegurando que el producto llegue fresco y en perfectas condiciones a los distribuidores y clientes finales. Las operaciones incluyen la gestión de inventarios, la optimización de rutas de transporte y la colaboración con socios logísticos. Además, el Área de Operaciones supervisa la implementación de procesos eficientes para minimizar costos y maximizar la eficiencia operativa.

- ♦ **Área de Servicio al Cliente:**

Es el área encargada de proporcionar soporte y atención de alta calidad a los clientes. Este equipo maneja consultas, quejas y feedback, asegurando que todas las interacciones con la marca sean positivas. La atención al cliente es fundamental para construir y mantener relaciones fuertes con distribuidores y consumidores finales en nuevos mercados. El Área de Servicio al Cliente también recopila y analiza datos sobre la satisfacción del cliente, proporcionando información valiosa para mejorar los productos y servicios ofrecidos.

La organización para la ejecución de Ámarum Coffee está estructurada de manera que cada área clave desempeña un papel específico y esencial. El director general lidera la visión estratégica, el representante legal asegura el cumplimiento normativo, el área de producción mantiene la calidad del producto, el área de operaciones optimiza la logística y el área de servicio al cliente garantiza una experiencia excepcional. Juntas, estas áreas trabajan de manera cohesiva para llevar a cabo la expansión nacional e internacional de manera eficiente y efectiva, asegurando el éxito de Ámarum Coffee en nuevos mercados.

2.5. MONITOREO Y EVALUACIÓN

Para monitorear y evaluar la elaboración de un manual para la apertura de sucursales de Ámarum Coffee a nivel nacional y la expansión de operaciones a nivel internacional.

Objetivo del Plan de Monitoreo y Evaluación:

- ◆ Asegurar que el Manual de Ámarum Coffee sea completo, claro y útil para los empleados.
- ◆ Evaluar la efectividad del proceso de elaboración del manual.
- ◆ Identificar áreas de mejora para futuras revisiones del manual.

El proceso de monitoreo y evaluación es crucial para asegurar que las actividades se ejecuten de manera efectiva y cumplan con los objetivos establecidos. A continuación, se describe cómo se llevará a cabo el monitoreo y la evaluación de cada fase del cronograma:

Actividad	Responsable	Costo	Duración	Indicador de Proceso	Resultado
FASE 1: Diagnóstico y Preparación (4 meses)					
Investigación y recopilación de información	Estudiante	\$0.00	1 mes	Número de fuentes de información recopiladas.	18 referencias bibliograficas
Diagnóstico inicial y análisis de capacidades internas de Ámarum Coffee	Estudiante	\$50.00	1 mes	Número de análisis realizados.	3
Elaboración del manual para la expansión de operaciones de Ámarum Coffee a nivel nacional e internacional	Estudiante	\$100.00	2 - 2.5 meses	Número de borradores del manual completadas según el cronograma.	2
Revisión y edición del manual	Estudiante	\$0.00	2 semanas	Número de revisiones y ediciones completadas en el tiempo planificado.	3
Socialización del manual	Estudiante	\$0.00	1 semana	Número de actividades de socialización realizadas según el cronograma.	1
Capacitación del personal	Estudiante	\$50.00	1 semana	Numero de personal capacitado en el tiempo planificado.	3
Total		\$200.00			

Este cuadro proporciona una visión clara y estructurada de los indicadores de proceso, facilitando el seguimiento y la evaluación del cumplimiento de las actividades del proyecto según el cronograma establecido.

Desglose de Indicadores de Proceso:

- ◆ Investigación y recopilación de información: Número de fuentes de información recopiladas: Contabilización de las fuentes de información recopiladas durante el mes de investigación.

- ◆ Diagnóstico inicial y análisis de capacidades internas de Ámarum Coffee: Número de análisis realizados
- ◆ Elaboración del manual para la expansión de operaciones de Ámarum Coffee a nivel nacional e internacional: Número de borradores del manual elaborados: Cantidad de borradores del manual preparados durante el período de elaboración.
- ◆ Revisión y edición del manual: Número de revisiones y ediciones completadas en el tiempo planificado.
- ◆ Socialización del manual: Número de sesiones de socialización realizadas
- ◆ Capacitación del personal: Número de sesiones de capacitación realizadas

2.6. RECURSOS Y PRESUPUESTO

CRONOGRAMA PROYECTADO

				MES																							
Actividades	Responsable	Presupuesto	Periodo de ejecución	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
FASE 1: Diagnóstico y Preparación			4 meses																								
Investigación y recopilación de información	Estudiante	\$ 00.00	1 mes																								
Diagnóstico inicial y análisis de capacidades internas de Ámarum Coffee	Estudiante	\$ 50.00	1 mes																								
Elaboración del manual para la expansión de operaciones de Ámarum Coffee a nivel nacional e internacional	Estudiante	\$ 100.00	2 -2 1/2 mes																								
Revisión y edición del manual	Estudiante	\$ 00.00	2 semanas																								
Socialización del manual	Estudiante	\$ 00.00	1 semana																								
Capacitación personal	Estudiante	\$ 50.00	1 semana																								
Total		\$ 200.00																									
FASE 2: Expansión a nivel nacional			1-2 años																								
Análisis del mercado nacional	Consultores y Asesores Externos	\$ 500.00	3 meses																								
Evaluación de puntos de venta (ubicación de la sucursal) y Contratación de punto de venta	Consultores y Asesores Externos	\$ 1,200.00	2 meses																								
Establecimiento de Alianzas Estratégicas	Representante legal/director general y Gerente de sucursal	\$ 500.00	1 mes																								
Creación de un menú para la sucursal	Consultores y Área de operaciones	\$ 100.00	1 mes																								

[illegible]

[illegible]

2.7. RECURSOS Y PRESUPUESTO

Es esencial desarrollar un presupuesto detallado que contemple todos estos recursos y gastos ya que esto permitirá una gestión financiera eficiente y ayudará a garantizar la viabilidad y rentabilidad de la expansión de la marca Ámarum Coffee a nivel nacional e internacional.

RECURSOS Y PRESUPUESTO DEL INFORME DE INNOVACIÓN		
FASE 1: Diagnóstico y Preparación		
Actividades	Responsable	Presupuesto
Diagnóstico inicial y análisis de capacidades internas de Ámarum Coffee	Estudiante	\$50.00
Elaboración del manual para la expansión de operaciones de Ámarum Coffee a nivel nacional e internacional	Estudiante	\$100.00
Capacitación personal	Estudiante	\$50.00
TOTAL		\$200.00

RECURSOS Y PRESUPUESTO DEL INFORME DE INNOVACIÓN		
FASE 2: Expansión a nivel nacional		
Actividades	Responsable	Presupuesto
Análisis del mercado nacional	Consultores y Asesores Externos	\$500.00
Evaluación de puntos de venta (ubicación de la sucursal) y Contratación de punto de venta	Consultores y Asesores Externos	\$1,200.00

Establecimiento de Alianzas Estratégicas	Representante legal/director general y Gerente de sucursal	\$500.00
Creación de un menú para la sucursal	Consultores y Área de operaciones	\$100.00
Diseño de espacio de la sucursal	Consultores y Área de operaciones	\$5,000.00
Inscripción de la sucursal en Centro Nacional de Registros (CNR)	Representante legal	\$100.00
Solicitud de permiso sanitarios	Representante legal	\$100.00
Búsqueda y contratación de personal	Representante legal/director general y Gerente de sucursal	\$4,000.00
Formación del personal	Área de operaciones	\$300.00
Implementación de las estrategias comunicación y promoción	Área de operaciones	\$1,000.00
Apertura de sucursal.	Área de operaciones, Área de producción, Área de Servicio al Cliente	\$25,000.00
TOTAL		\$37,800.00

RECURSOS Y PRESUPUESTO DEL INFORME DE INNOVACIÓN		
FASE 3: Expansión a nivel internacional		
Actividades	Responsable	Presupuesto

A. Estrategia de expansión a nivel internacional al país de Costa Rica por medio de sucursales.

Análisis del mercado internacional	Consultores y Asesores Externos	\$1,000.00
Inscripción de la sucursal	Representante legal	\$800.00
Permisos sanitarios	Representante legal	\$50.00
Cobertura Geográfica (Alquiler)	Representante legal	\$825.00
Establecimiento de Alianzas Estratégicas	Director General	\$1,000.00
Diseño de espacio de la sucursal	Área de operaciones	\$5,000.00
Contratación del personal	Representante legal/director general y Gerente de sucursal	\$5,000.00
Formación del personal	Área de operaciones	\$500.00
Implementación de las estrategias comunicación y promoción	Área de operaciones	\$2,000.00
Apertura de sucursal.	Área de operaciones, Área de producción, Área de Servicio al Cliente	\$10,000.00
Informe de ingresos ante la Autoridad Tributaria	Gerente de sucursal	\$150.00
TOTAL		\$26,325.00

B. Estrategia de expansión a nivel internacional al país de Costa Rica por medio de la creación de un producto y exportación indirecta.

Análisis del mercado internacional	Consultores y Asesores Externos	\$1,000.00
Creación del producto	Área de operaciones	\$500.00

Establecimiento de Alianzas Estratégicas	Director General	\$5,000.00
Inscripción Matrícula/ Registro de comercio en el Centro Nacional de Registros	Representante legal	\$100.00
Registro como exportador en el Instituto Salvadoreño del Café (ISC)	Representante legal	\$100.00
Inscripción como exportador Centro de Trámites de importaciones y Exportaciones	Representante legal	\$100.00
Implementación de las estrategias comunicación y promoción	Área de operaciones	\$2,000.00
TOTAL		\$8,800.00

Cronograma

ACTIVIDADES	Meses	1				2				3				4				5				6				7				8			
	Semanas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
Investigación y recopilación de información																																	
Redacción y diseño del manual																																	
Revisión y edición del manual																																	

ACTIVIDAD	Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Introducción																
Capítulo I: La necesidad de innovar																
Capítulo II: Implementación de la innovación																
Capítulo III: Resultados de la innovación																
Capítulo IV: Conclusiones y Recomendaciones																

CAPÍTULO 3: RESULTADOS DE LA INNOVACIÓN

3.1. CAMBIOS EN NECESIDADES Y PROBLEMAS ABORDADOS

Antes de la implementación del diagnóstico, Ámarum Coffee se encontraba en una posición en la que carecía de una evaluación exhaustiva de su marca. Esta carencia limitaba significativamente la comprensión profunda de sus fortalezas, debilidades y las oportunidades de expansión que estaban a su alcance. Durante la fase de investigación, se llevaron a cabo análisis para identificar las necesidades específicas de Ámarum Coffee. Este proceso permitió a la marca adquirir una comprensión más clara de su posición en el mercado y de las áreas que requerían mejoras para optimizar su rendimiento tanto a nivel nacional como internacional.

La marca reconocía la importancia estratégica de ampliar su presencia en nuevos mercados y consolidar su posición competitiva. Sin embargo, enfrentaba un desafío significativo: la falta de una guía estructurada y detallada que delineara los pasos necesarios para llevar a cabo esta expansión de manera efectiva y organizada.

La ausencia de un manual o de un proceso impedía a Ámarum Coffee aprovechar las oportunidades de expansión. Sin una hoja de ruta clara, las iniciativas de crecimiento eran susceptibles a errores, falta de coordinación y subóptima utilización de recursos. Esto también dificultaba la capacitación del personal y la alineación de todas las partes interesadas en torno a una visión y estrategia comunes para la expansión.

Ahora, con la elaboración y disponibilidad del manual para la expansión de operaciones, Ámarum Coffee ha logrado solventar esta necesidad crítica. Este manual actúa como una guía comprensiva que detalla los pasos específicos y las estrategias para expandirse tanto a nivel nacional como internacional.

La implementación del diagnóstico ofreció a Ámarum Coffee una visión más holística y estratégica de su marca. Al comprender mejor sus puntos fuertes y débiles, la marca

pudo identificar áreas clave en las que debía concentrar sus esfuerzos para maximizar su impacto en el mercado. Además, el diagnóstico proporcionó una base sólida para la toma de decisiones informadas, permitiendo a la marca desarrollar estrategias más efectivas para su crecimiento y expansión.

El proceso de diagnóstico permitió a Ámarum Coffee abordar de manera más efectiva sus necesidades específicas y los problemas que enfrentaba en el mercado. Al obtener una comprensión más profunda de su marca y su posición en el mercado, la marca pudo identificar oportunidades de mejora y desarrollar estrategias para capitalizarlas. Esto, a su vez, sentó las bases para un crecimiento más sólido y sostenible tanto a nivel nacional como internacional.

3.2. CAMBIOS OBSERVADOS EN (EL BIEN SERVICIO O PROCESO QUE SE INNOVÓ)

La implementación del diagnóstico en Ámarum Coffee ha generado cambios significativos en su bien, servicio y procesos innovados. Con el diagnóstico realizado, la marca ha logrado identificar de manera clara y precisa sus fortalezas y oportunidades de mejora. Este análisis ha sido fundamental para el desarrollo de estrategias de expansión efectivas que permitan a Ámarum Coffee alcanzar sus objetivos tanto a nivel nacional como internacional.

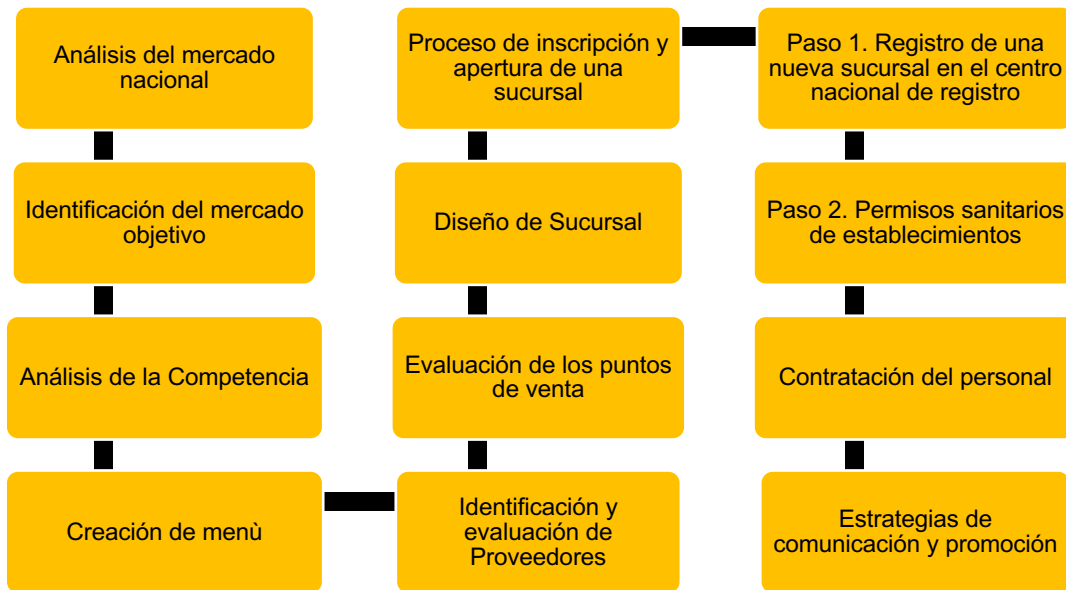
Uno de los cambios más destacados es la elaboración de un manual para la expansión de operaciones de Ámarum Coffee. Este manual ha sido diseñado como una guía integral que proporciona un marco estructurado para el crecimiento de la marca. Contiene estrategias específicas y detalladas para entrar en nuevos mercados, así como para optimizar las operaciones existentes en los mercados en los que ya se encuentra presente.

La creación de este manual representa un paso crucial en la evolución de Ámarum Coffee hacia una marca más estratégica y orientada al crecimiento. Proporciona a la marca una hoja de ruta clara y coherente para la expansión de sus operaciones, lo que permite una implementación más eficiente de sus estrategias de crecimiento. Además, al incluir estrategias específicas para diferentes mercados y contextos, el manual se adapta a las necesidades y desafíos únicos que enfrenta Ámarum Coffee en su expansión nacional e internacional.

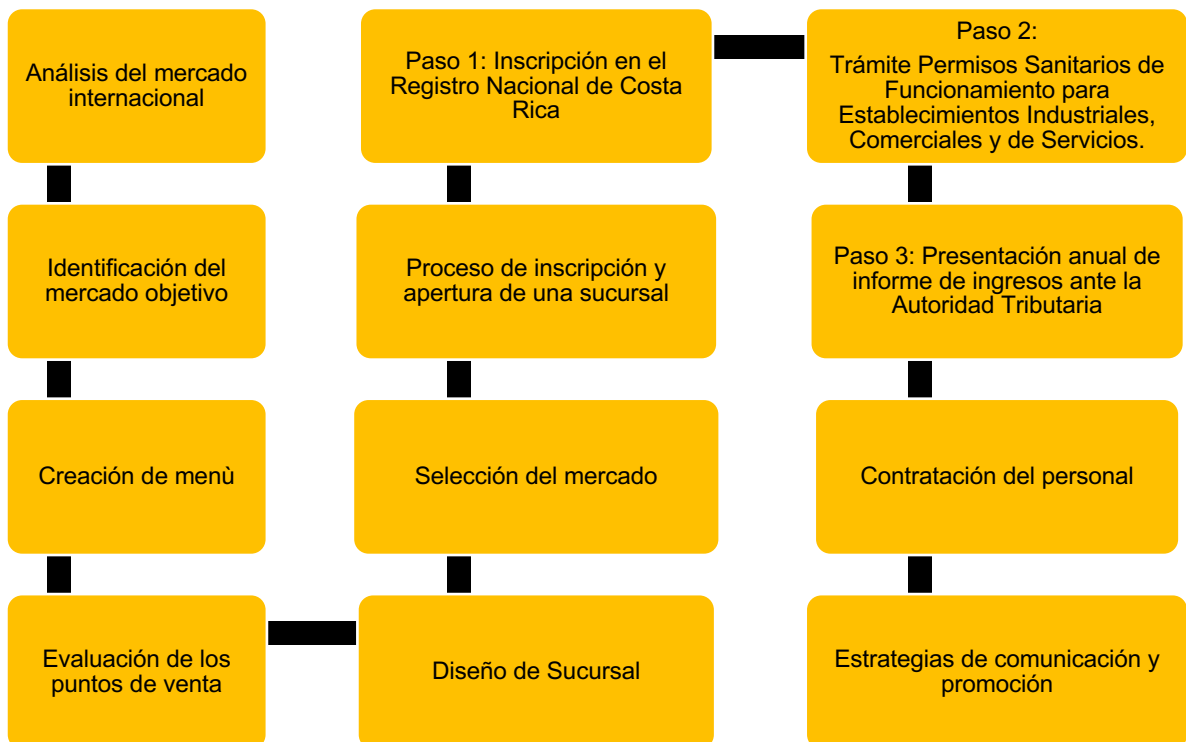
A. Secciones del Manual para la expansión de operaciones de Ámarum Coffee a nivel nacional e internacional.



B. Proceso para la expansión de operaciones de Ámarum Coffee a nivel nacional



C. Proceso de expansión de operaciones de Ámarum Coffee a nivel internacional por medio de sucursales



Proceso de expansión de operaciones de Ámarum Coffee a nivel internacional por medio de producto con exportación indirecta a través de la alianza joint venture



3.3. PRUEBAS Y DEMOSTRACIONES DE LA EFICACIA, EFICIENCIA Y EFECTIVIDAD

La demostración de la eficacia, eficiencia y efectividad del manual de expansión de operaciones de Ámarum Coffee se llevó a cabo mediante un proceso que incluyó reuniones y presentaciones sobre el manual.

Para comenzar, se organizó una reunión virtual con el director general y el representante legal de Ámarum Coffee. En esta reunión, se presentó el manual en detalle, destacando sus características clave y su potencial del manual para su uso en la expansión de la marca. Se discutieron las estrategias propuestas y se analizaron las implicaciones prácticas para el negocio. Durante este intercambio, se buscó obtener retroalimentación directa de los líderes de la marca sobre la utilidad y la viabilidad del manual en el contexto específico de Ámarum Coffee. **(Anexo F. Fotografías reunión presentación del manual para la expansión de operaciones a nivel nacional e incursión en el mercado internacional de la marca Ámarum Coffee)**

()

Posteriormente, se llevó a cabo una presentación y capacitación para todo el personal de Ámarum Coffee. Esta sesión se diseñó para proporcionar una comprensión profunda del contenido del manual y para demostrar cómo puede ser utilizado de manera efectiva para mejorar las operaciones y facilitar la expansión de la marca. Se brindó orientación práctica sobre cómo aplicar las estrategias propuestas en el manual en situaciones reales, con ejemplos aplicados a la marca. ***(Anexo G. Fotografías de la Capacitación del personal de Ámarum Coffee sobre el manual para la expansión de operaciones a nivel nacional e incursión en el mercado internacional)***

Durante la capacitación, se fomentó la participación del personal, permitiendo preguntas y discusiones para garantizar una comprensión completa y una aplicación adecuada del manual.

La demostración de la eficacia, eficiencia y efectividad del manual de expansión de operaciones de Ámarum Coffee se realizó a través de una combinación de reuniones estratégicas con la alta dirección y capacitaciones prácticas para todo el personal. Este enfoque integral permitió no solo validar la utilidad del manual, sino también preparar al equipo de Ámarum Coffee para implementar efectivamente las estrategias propuestas y lograr resultados tangibles en la expansión de la marca.

3.4. PERCEPCIONES Y EVALUACIONES DE USUARIOS Y BENEFICIARIOS

Las percepciones y evaluaciones de los usuarios y beneficiarios del manual de expansión de operaciones de Ámarum Coffee han sido en su mayoría positivas, lo que indica una sólida aceptación y entusiasmo por parte del personal de la marca Ámarum Coffee.

El personal de Ámarum Coffee ha expresado opiniones favorables sobre la presentación del manual. Han destacado que el documento proporciona una estructura

clara y fácil de seguir, lo que les permite comprender de manera efectiva las estrategias propuestas para la expansión de la marca. Esta claridad en la presentación del contenido ha sido fundamental para garantizar que el director general y el Representante legal puedan absorber y asimilar la información de manera eficiente. **(Anexo H. Cartas de percepciones del Personal de Ámarum Coffee).**

Además, el personal ha valorado positivamente la capacitación recibida junto con la presentación del manual. Han reconocido que la capacitación les ha proporcionado una comprensión más profunda de las estrategias delineadas en el manual. Esta capacitación les ha brindado las herramientas y el conocimiento necesarios para aplicar efectivamente las estrategias propuestas en su trabajo diario, lo que les ha permitido sentirse más preparados y capacitados para contribuir al éxito de la marca.

Las percepciones sobre el resultado del diagnóstico ha sido el manual de expansión de operaciones de Ámarum Coffee reflejan un alto nivel de aceptación y entusiasmo por parte del equipo. Esta respuesta positiva es fundamental para el éxito de la implementación del manual y para el logro de los objetivos de expansión de la marca, ya que un equipo comprometido y entusiasmado es esencial para impulsar el cambio y el crecimiento dentro de la organización.

Rol	Percepciones y Evaluaciones
Director General	El diagnóstico y el manual de expansión de operaciones fueron recibidos como herramientas cruciales para el crecimiento de la marca. Valora positivamente las estrategias propuestas para la expansión tanto a nivel nacional como internacional, reconociendo su potencial para impulsar el éxito a largo plazo de Ámarum Coffee.
Representante Legal	Reconoce la importancia del diagnóstico y el manual como recursos clave para guiar la expansión de Ámarum Coffee. Valora especialmente la inclusión de estrategias específicas

	para la expansión nacional e internacional, considerándolas fundamentales para abordar los desafíos legales y regulatorios asociados con la expansión de la marca.
Encargado de Área de Producción	Percibe el diagnóstico y el manual como herramientas útiles para búsqueda de operaciones de producción en respuesta a la expansión planificada de la marca. Valora la claridad y la precisión de las estrategias propuestas, reconociendo su potencial para mejorar la eficiencia y la calidad en el proceso de producción.
Encargado de Área de Operaciones	Considera el diagnóstico y el manual como recursos valiosos para guiar la expansión de las operaciones de Ámarum Coffee. Destaca la utilidad de las estrategias propuestas para mejorar la gestión y la logística de las operaciones tanto a nivel nacional como internacional, lo que facilitará el crecimiento de la marca de manera sostenible y eficiente.
Encargado de Área de Servicio al Cliente	Observa el diagnóstico y el manual como herramientas esenciales para mejorar la experiencia del cliente durante la expansión de Ámarum Coffee. Valora las estrategias propuestas para fortalecer el servicio al cliente tanto a nivel nacional como internacional, reconociendo su importancia para mantener la satisfacción del cliente y fomentar la fidelidad a la marca en nuevos mercados.

CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

La elaboración del manual para la expansión de operaciones a nivel nacional e incursión en el mercado internacional de Ámarum Coffee ha sido un proceso exhaustivo que ha arrojado varias conclusiones importantes:

- ♦ **Claridad en la estrategia:** Se ha logrado definir con precisión las estrategias de expansión a nivel nacional e internacional. La apertura de sucursales a nivel nacional y el modelo de negocio de sucursal para la expansión internacional ofrecen un enfoque claro y viable para el crecimiento de la marca.
- ♦ **Importancia de la alianza joint venture:** La creación de un producto para exportación mediante una alianza joint venture es una estrategia prometedora que permite acceder a nuevos mercados internacionales de manera eficiente y con menor riesgo.
- ♦ **Consideraciones regulatorias y culturales:** Durante el proceso de elaboración del manual, se ha identificado la importancia de considerar las regulaciones y las diferencias culturales en los mercados tanto nacionales como internacionales. Estas consideraciones son fundamentales para el éxito de la expansión.
- ♦ **Necesidad de flexibilidad y adaptabilidad:** Se ha destacado la importancia de mantener la flexibilidad y la capacidad de adaptación a medida que la marca Ámarum Coffee se expande a nuevos mercados. Las condiciones pueden variar significativamente de un lugar a otro, por lo que es crucial ajustar las estrategias según sea necesario.

4.2. RECOMENDACIONES Y PROPUESTAS

Basándose en las conclusiones obtenidas, se formulan las siguientes recomendaciones y propuestas para la implementación efectiva del manual de expansión de Ámarum Coffee:

- ♦ **Capacitación continua:** Se recomienda proporcionar capacitación continua a todo el personal involucrado en la expansión, tanto a nivel nacional como internacional.

Esto garantizará que todos estén alineados con la estrategia y puedan adaptarse a los cambios según sea necesario.

- ♦ **Estudio de mercado detallado:** Se propone realizar estudios de mercado detallados en cada ubicación objetivo, tanto a nivel nacional como internacional. Esto permitirá comprender mejor las preferencias de los consumidores, la competencia local y las regulaciones específicas del mercado.
- ♦ **Establecimiento de relaciones sólidas:** Se recomienda establecer relaciones sólidas con socios locales en los mercados internacionales objetivo. Esto facilitará la entrada al mercado y ayudará a superar barreras culturales y regulatorias.
- ♦ **Monitorización y evaluación constante:** Es fundamental establecer un sistema de monitorización y evaluación constante para seguir de cerca el rendimiento de las operaciones tanto a nivel nacional como internacional. Esto permitirá identificar rápidamente cualquier desviación respecto a los objetivos y tomar medidas correctivas de manera oportuna.

Implementar estas recomendaciones y propuestas garantizará que la expansión de Ámarum Coffee sea exitosa y sostenible tanto a nivel nacional como internacional.

4.3. SOCIALIZACIÓN DE RESULTADOS

Plan de socialización de resultados

El plan de socialización de resultados de un informe de innovación es un conjunto estructurado de estrategias y actividades diseñadas para difundir y compartir de manera efectiva los resultados y hallazgos del proyecto con la comunidad académica, marca Ámarum Coffee.

En primer lugar, esta socialización tiene como objetivo principal promover el intercambio de conocimientos, aprendizaje, toma de decisiones y resultados clave que

se desean socializar con el público identificado ya que estos resultados incluyen aspectos como la expansión de operaciones a nivel nacional por medio de la apertura de sucursales y a nivel internacional por medio del modelo de negocio de la sucursal y la creación de un producto para exportación.

La socialización permite desarrollar materiales informativos atractivos y accesibles para comunicar los resultados del informe de innovación a la Universidad Evangélica de El Salvador y la marca Ámarum Coffee.

Plan de socialización de resultados			
¿A quién debo comunicar?	¿Cuándo les debo comunicar?	¿Cómo les voy a comunicar?	¿Por qué medios?
Marca Ámarum Coffee.	Posteriormente que el informe de innovación sobre la Elaboración de un manual para la expansión de operaciones a nivel nacional e incursión en el mercado internacional de la marca Ámarum Coffee, se encuentre Aprobado por el jurado de evaluación de la Universidad evangélica de El Salvador.	Correo electrónico, Comunicación en línea (Whatsapp)	Medios presenciales Medios físicos Redes sociales
Marca Ámarum Coffee.	Posteriormente que el informe de innovación sobre la Elaboración de un manual para la expansión de operaciones a nivel nacional e incursión en el mercado internacional de la marca Ámarum Coffee, se encuentre Aprobado por el jurado de evaluación de la Universidad evangélica de El Salvador.	Reuniones presenciales Correo electrónico Comunicación en línea (Whatsapp) Llamadas telefónicas Visitas	Medios presenciales Medios físicos Redes sociales
Universidad Evangélica de El Salvador	Posteriormente que el informe de innovación sobre la Elaboración de un manual para la expansión de operaciones a nivel nacional e incursión en el mercado internacional de la marca Ámarum Coffee, se encuentre Aprobado por el jurado de evaluación de la Universidad evangélica de El Salvador.	Biblioteca Central UEES Sistema E-Recursos UEES	Medios presenciales Medios físicos Plataforma de aprendizaje

FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS

1. *Centro Nacional de Registros (CNR)*. (s. f.). Apertura de Local, Sucursal o Agencia. <https://www.cnr.gob.sv/servicios/catalogo-de-servicios-del-registro-de-comercio/>
2. *Centro Nacional de Registros (CNR)*. (s. f.). Catálogo de Servicios del Registro de Propiedad Intelectual. <https://www.cnr.gob.sv/servicios/detalle-de-servicios-del-registro-de-propiedad-intelectual/#marca-persona-natural>
3. *Centro Nacional de Registros (CNR)*. (s. f.). Catálogo de Servicios del Registro de Comercio. <https://www.cnr.gob.sv/servicios/catalogo-de-servicios-del-registro-de-comercio/>
4. Centro de Medición MIDE UC & Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación INEE (s. f.). *Desarrollo de instrumentos de evaluación: cuestionarios*. <https://www.inee.edu.mx/wp-content/uploads/2019/08/P2A355.pdf>
5. *CIEX El Salvador*. (2024, 3 abril). *Inscripción Importador, exportador o Transportista de Carga Internacional - CIEX El Salvador*. <https://www.ciexelsalvador.gob.sv/ciexelsalvador/inscripcion-importador-exportador-o-transportista-de-carga-internacional/>
6. *CIEX El Salvador* (2023) *Autorización de Documentos de Exportación*. CIEX el Salvador. <https://www.ciexelsalvador.gob.sv/ciexelsalvador/autorizacion-de-documentos-de-exportacion/>

7. Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162-167. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>
8. Ernst, D., & Bamford, J. (2005). Your alliances are too stable. *Harvard Business Review*. En: <https://hbr.org/2005/06/your-alliances-are-too-stable>
9. Hernández Martínez, L. (2018, septiembre). *Los modelos estratégicos: tipos de alianzas* [Diapositivas]. http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/103710/secme-3766_1.pdf?sequence=1
10. *Instituto Salvadoreño del Café (ISC)*. (2023, 19 octubre). *Registro Cafetalero* -. Instituto Salvadoreño del Café (ISC). <https://www.isc.gob.sv/servicios-en-ventanilla/registros/>
11. *Instituto Salvadoreño del Café (ISC)*. (2023, 19 octubre). *Hoja de requisitos para registro renovación exportador* - Instituto Salvadoreño del Café (ISC). <https://www.isc.gob.sv/download/hoja-de-requisitos-para-registro-renovacion-exportador/>
12. Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2021, 1 octubre). *La Caficultura Salvadoreña Es Vida Y Desarrollo*. <https://www.mag.gob.sv/2021/10/01/la-caficultura-salvadorena-es-vida-y-desarrollo/>
13. Marshall, R., Nguyen, T. V., & Bryan, S. E. (2005). A dynamic model of trust development and knowledge sharing in strategic alliances. *Journal of General Management*, 31, 41-57.

14. *Ministerio de Salud*. (2023, 6 septiembre). *Requisitos para la presentación de solicitud de establecimientos alimentarios y fabricas alimentarias (artesanales)* - *Dirección de Salud Ambiental* - Dirección de Salud Ambiental - Ministerio de Salud. <https://disam.salud.gob.sv/servicios/permisos-sanitarios-de-establecimientos/requisitos-para-la-presentacion-de-solicitud-de-establecimientos-alimentarios-y-fabricas-alimentarias-artesanales/>
15. Peris-Ortiz, M., Rueda-Armengot, C., & Benito-Osorio, D. (s. f.). *Internacionalización: Métodos de entrada en mercados exteriores* (De Universitat Politècnica de València Universidad Rey Juan Carlos). https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/31217/Internacionalización_submissionb.pdf
16. Ponce Talancón, H., (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 12(1),113-130. [fecha de Consulta 29 de febrero de 2024]. ISSN: 0185-1594. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29212108>
17. Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce (2007) *Fundamentos de Marketing*, Decimocuarta Edición, de McGraw-Hill Interamericana.
18. Velázquez Vargas, F. (S. F.). *Alianzas Estratégicas. Caso Human Goals*. <https://mastereconomicas.uca.es/wp-content/uploads/2016/08/FranciscoJVelazquezTFM.pdf>

ANEXOS

Anexo A. Resultado de la Guía de entrevista dirigida a personal de Ámarum Coffee.

Nombre	Cargo	1. ¿Podría proporcionarme una visión general de los objetivos y de la situación actual de Ámarum Coffee en cuanto a la expansión a nivel nacional e internacional?	2. ¿Qué estrategias de marketing y promoción se utilizan para impulsar la venta de productos y servicios de Ámarum Coffee?	3. ¿Ha participado en la elaboración de manuales o guías para la expansión de la marca previamente?	4. ¿Cuáles son los principales competidores de Ámarum Coffee y cómo se posiciona la marca frente a ellos?	5. ¿Existe algún plan para desarrollar nuevos productos o servicios en el futuro cercano, cuéntenos si posee experiencia en el proceso de creación de productos?	6. ¿Han identificado mercados atractivos para la expansión de Ámarum Coffee a nivel nacional e internacional?	7. ¿Dónde considera que sería la próxima zona ideal para abrir una sucursal de Ámarum Coffee y por qué?	8. ¿Cuál es el rango de edad que Ámarum Coffee desea atraer como clientes?	9. ¿Qué nivel socioeconómico se espera que tengan los clientes de Ámarum Coffee?	10. ¿Qué tipo de ocupación se espera que tengan los clientes que visitan Ámarum Coffee?
Eduardo Chavez	Encargado de servicio al cliente	Brindar una experiencia diferente al cliente desde el café y sus derivados, y su expansión se prevé de pauta a nuevas sucursales y hacer conocida la marca dentro de istmo centroamericano resaltando las características del café y la experiencia	Promoción en redes sociales	No	Starbucks Coffee es el principal, Ámarum busca ofrecer un espacio mas dinámico y lleno de energía para disfrutar de una experiencia diferente	Si, constantemente se visualizan las nuevas tendencias y se dedica parte del tiempo y presupuesto a componer nuevas formulas de productos	Alrededor de El Salvador, Guatemala se esta volviendo un mercado muy atractivo	Centro historico, por su dinamismo en crecimiento	25-40 años	\$500 - \$800	Estudiantes
Oscar Ramirez	Representante Legal	Amarum Coffee tiene como objetivo principal expandirse tanto a nivel nacional como internacional, buscando establecer una presencia sólida en mercados clave y aumentar su base de clientes.	Amarum Coffee utiliza una combinación de marketing digital, promociones en redes sociales.	Personalmente, no he participado en la elaboración de manuales o guías para la expansión de la marca previamente	Los principales competidores de Amarum Coffee incluyen grandes cadenas como Starbucks y the Coffee cup, así como marcas locales en diferentes mercados.	No tengo experiencia directa en el proceso de creación de productos, pero es común que Amarum Coffee evalúe y considere el desarrollar nuevos productos y servicios para mantenerse competitiva. La innovación es clave para atraer y retener	Una posible próxima zona ideal podría ser una ciudad cosmopolita con una alta afluencia de turistas y profesionales, como en el departamento de la libertad o centro histórico y a nivel internacional Costa Rica o Alemania	Sí, estoy familiarizado con el concepto de joint venture, que implica una colaboración entre dos o más empresas para desarrollar un proyecto conjunto.	25-40 años	\$500 - \$800	Profesionales
Eduardo Ramirez	Director general	Ámarum Coffee está enfocada en ampliar su presencia tanto a nivel nacional como internacional. A nivel nacional, nuestro objetivo es establecer sucursales en las principales ciudades y regiones emergentes con alta demanda de café de calidad. Internacionalmente, buscamos ingresar a mercados con un creciente interés en el café gourmet.	Implementamos una combinación de marketing digital y tradicional. Utilizamos redes sociales, campañas de email marketing y publicidad en línea para llegar a nuestros clientes potenciales.	No, por el momento no hemos desarrollado manuales y guías para la expansión de la marca.	Nuestros principales competidores incluyen cadenas internacionales como Starbucks y Juan Valdez y locales como the coffee cup. Nos diferenciamos ofreciendo un menu exploratorio	Sí, estamos explorando el desarrollo de nuevas líneas de productos como cafés especiales de temporada y bebidas innovadoras en el menu exploratorio, no tengo experiencia en el proceso de creación de productos pero si conozco un poco sobre la promoción en el mercado.	Sí, hemos identificado varias puntos a nivel nacional, uno de ellos es el centro histórico, surf City, Santa Ana y a nivel internacional en América o Europa con un creciente interés en el café de alta calidad	La próxima zona ideal sería otra sucursal en la ciudad de San Salvador	25-40 años	\$500 - \$800	Estudiantes

Nombre	Cargo	11. ¿Qué tipo de experiencia espera Amarum Coffee que tengan sus clientes al visitar sus establecimientos?	12. Tienes experiencia previa en logística internacional o en el manejo de envíos internacionales?	13. ¿Ha considerado en cuanto a la diferenciación de precios para diferentes segmentos de clientes o mercados geográficos durante la expansión?	14. ¿Qué estrategias propondrías para que Amarum Coffee pueda expandirse a nivel nacional y a nivel internacional en el mercado actual?	15. ¿Tienes alguna idea o concepto inicial para un nuevo producto para incursionar en el mercado internacional, cómo describirías este producto en términos de sabor, presentación y valor agregado en comparación con los productos existentes?	16. ¿Qué canales de marketing se utilizarán para la expansión de Amarum Coffee a nivel nacional e internacional?	17. ¿Está familiarizado con el concepto de una alianza joint venture?	18. ¿Cómo seleccionaría Amarum Coffee a los posibles socios para una joint venture, puede mencionarnos qué criterios o características consideraría importantes al evaluar a los potenciales socios?	19. ¿Cuáles son, en su opinión, los principales riesgos y barreras que enfrentaría Amarum Coffee en su proceso de expansión nacional e internacional?
Eduardo Chavez	Encargado de servicio al cliente	Diversion, dinamismo, energía	No	Si, considero que sería importante para entrar a mercados nuevos	Quizás abriendo sucursales pequeñas o kioscos en zonas estratégicas, y haciendo promoción de la marca como café salvadoreño en mercados internacionales	Cafe en grano, gourmet, tostado oscuro con diferentes esencias que le permitan distinguirse de los demás	Probablemente redes sociales para iniciar	No del todo	Creo que una alianza debe ir encaminada a que ambos grupos se beneficien en lo económico y en las perspectivas a futuro	Algunos retos pueden ser económicos y saber publicitarse bien en otros países
Oscar Ramirez	Representante Legal	Amarum Coffee se enfoca en proporcionar una experiencia acogedora y de alta calidad, con un ambiente agradable y divertido	No tengo experiencia directa en logística internacional, pero es un aspecto crítico en la expansión de una marca a nuevos mercados, que requiere planificación y coordinación detallada	La diferenciación de precios es una estrategia importante que Amarum Coffee considera para diferentes segmentos de clientes nacionales e internacionales.	Algunas estrategias incluyen alianzas con distribuidores locales, campañas de marketing específicas para cada mercado, y la apertura de tiendas insignia en ubicaciones estratégicas.	Una posible idea para un nuevo producto podría ser una línea de café en bolsa empaquetado reciclable	Los canales de marketing incluirían publicidad digital, redes sociales, colaboraciones con influencers, eventos de lanzamiento, y promociones en tiendas físicas y online.	Sí, estoy familiarizado con el concepto de joint venture, que implica una colaboración entre dos o más empresas para desarrollar un proyecto conjunto.	Amarum Coffee consideraría la experiencia del socio en el mercado local, su red de distribución, su reputación y valores alineados	Los principales riesgos y barreras incluyen la competencia local, barreras culturales, regulaciones gubernamentales, y desafíos logísticos. También es crucial gestionar adecuadamente la calidad y coherencia de la marca en nuevos mercados.
Eduardo Ramirez	Director general	Queremos que nuestros clientes disfruten de una experiencia única y acogedora, con un excelente servicio al cliente, un ambiente cómodo y una alta calidad en todos nuestros productos.	Aunque no tengo experiencia directa en logística internacional, estoy familiarizado con los principios básicos	Si, estamos considerando estrategias de precios que se adapten a las características económicas de cada mercado, asegurando que nuestros productos sean competitivos y accesibles sin comprometer la calidad a nivel nacional	Recomiendo una estrategia de expansión basada en sucursales o franquicias para acelerar el crecimiento a nivel nacional e internacional. Además, establecer alianzas con distribuidores locales y utilizar plataformas de ecommerce para alcanzar nuevos mercados.	Una idea sería desarrollar una línea de cafés infusionados con sabores locales de cada región donde nos expandimos. Por ejemplo, un café con notas de vainilla de Madagascar o cacao de Perú. Estos productos serían presentados en empaques sostenibles y elegantes, destacando su origen y proceso artesanal, ofreciendo un valor agregado de autenticidad y exclusividad.	Utilizaremos una combinación de marketing digital, marketing de influencers, y participaciones en ferias y eventos internacionales. También consideraremos la publicidad en medios locales y colaboraciones con marcas afines.	Sí, una joint venture es una asociación comercial en la que dos o más empresas colaboran en un proyecto específico	Seleccionaríamos socios que compartan nuestra visión y valores, con experiencia en el mercado local y un historial comprobado de éxito.	Los principales riesgos incluyen la adaptación a las preferencias locales, la competencia con marcas establecidas, las barreras regulatorias y la gestión de la cadena de suministro.

Anexo B. Resultados de las de entrevistas dirigida a clientes de Amarum Coffee.

Nombre	Edad	Ocupación	1. ¿Cuáles es su opinión general sobre la experiencia que ofrece Amarum Coffee en comparación con otras cafeterías?	2. ¿Cómo se enteró por primera vez de Amarum Coffee?	3. ¿Con qué frecuencia suele visitar Amarum Coffee?	4. ¿Cómo calificarías tu satisfacción general con los productos ofrecidos por Amarum Coffee?	5. ¿Qué grupos demográficos (clientes) crees que son los más representados en Amarum Coffee?	6. ¿Consideras que Amarum Coffee tiene una audiencia específica en términos de edad o género, si tu respuesta es afirmativa coméntanos género y rango de edad?	7. ¿Qué piensa sobre la idea de que Amarum Coffee expanda su presencia a nivel nacional?	8. ¿Dónde consideras que sería la próxima zona ideal para abrir una sucursal de Amarum Coffee?	9. ¿Qué tipo de productos o servicios adicionales te gustaría que Amarum Coffee ofreciera en sus sucursales?	10. ¿Cómo percibes los precios de Amarum Coffee en comparación con otras cafeterías nacionales?	11. ¿Crees que los precios deberían mantenerse consistentes en todas las sucursales nacionales o adaptarse según la ubicación?	12. ¿Qué tipo de productos o servicios te gustaría que Amarum Coffee ofreciera al ingresar al mercado internacional?	13. ¿En qué países o regiones te gustaría ver la presencia de Amarum Coffee en su expansión internacional?	14. ¿Cómo crees que Amarum Coffee debería comunicar su entrada al mercado internacional?	16. ¿Qué estrategias de marketing crees que serían efectivas para atraer a los clientes en diferentes países?
Paola	24	Trabajo	Ofrece una experiencia diferente	Redes sociales	3 - 5 veces al mes	Muy satisfecho/a	Turistas	25 a 35 años	¡Es una idea brillante! Amarum Coffee tiene el potencial de convertirse en una marca nacionalmente reconocida.	La Libertad, Santa Elena, Antigua Cuscatlán	Opciones veganas	Los precios de Amarum Coffee son más bajos que la mayoría de las cafeterías nacionales.	Creo que los precios deberían ser consistentes en todas las sucursales para garantizar la equidad para todos los clientes.	Colaboración con artistas locales para ofrecer productos de edición limitada con empaques exclusivos que reflejen la cultura de cada país	Centroamérica	Organizar eventos de lanzamiento en ciudades clave del mercado objetivo para generar atención y generar interés local.	Programas de fidelización internacional: Ofrecer incentivos y recompensas a los clientes en diferentes países para fomentar la lealtad a la marca.
María José	20	Estudio y Trabajo	es una experiencia muy agradable, me hace sentir bienvenida y cómoda	Invitación (amistades o familia)	otros	Muy satisfecho/a	Estudiantes	25 a 35 años	¡Es una idea brillante! Amarum Coffee tiene el potencial de convertirse en una marca nacionalmente reconocida.	San Salvador, Zona Rosa	comida más saludable	Los precios de Amarum Coffee son más bajos que la mayoría de las cafeterías nacionales.	Creo que los precios deberían ser consistentes en todas las sucursales para garantizar la equidad para todos los clientes.	Selección de productos gourmet, como café en grano premium y equipos de preparación de café de alta calidad.	Centroamérica	Organizar eventos de lanzamiento en ciudades clave del mercado objetivo para generar atención y generar interés local.	Marketing experiencial: Diseñar experiencias únicas que resuenen con las culturas locales y conecten emocionalmente con los clientes.
Gabriela	22	Trabajo y estudio	Ofrece un ambiente muy acogedor y divertido	Invitación (amistades o familia)	otros	Muy satisfecho/a	Estudiantes	15 a 25 años	Me encantaría ver a Amarum Coffee en más lugares, si mantienen la misma calidad y autenticidad que los hizo exitosos en primer lugar.	La Libertad, Santa Elena, Antigua Cuscatlán	smoothies naturales	Los precios de Amarum Coffee son similares a los de otras cafeterías nacionales.	Creo que los precios deberían ser consistentes en todas las sucursales para garantizar la equidad para todos los clientes.	Colaboración con artistas locales para ofrecer productos de edición limitada con empaques exclusivos que reflejen la cultura de cada país	Centroamérica	Organizar eventos de lanzamiento en ciudades clave del mercado objetivo para generar atención y generar interés local.	Marketing experiencial: Diseñar experiencias únicas que resuenen con las culturas locales y conecten emocionalmente con los clientes.
Rebeca	25	Trabajo	Me parece un lugar súper chévere para compartir con amigos y pasar un rato para salir de lo estresante del trabajo	Redes sociales	2 - 3 vez a la semana	Muy satisfecho/a	Emprendedores	15 a 25 años	¡Es una idea brillante! Amarum Coffee tiene el potencial de convertirse en una marca nacionalmente reconocida.	La Libertad, Santa Elena, Antigua Cuscatlán	productos light	Los precios de Amarum Coffee son similares a los de otras cafeterías nacionales.	Depende de la estrategia de marketing de la empresa y su enfoque en la estandarización versus la personalización.	Servicios de suscripción mensual para enviar café fresco directamente desde las fincas a los clientes internacionales	en toda latinoamérica	Lanzar una campaña de marketing en línea dirigida específicamente al mercado internacional a través de anuncios pagados en plataformas como Google y Facebook.	Programas de fidelización internacional: Ofrecer incentivos y recompensas a los clientes en diferentes países para fomentar la lealtad a la marca.

Nombre	Edad	Ocupación	1. ¿Cuál es su opinión general sobre la experiencia que ofrece Amarum Coffee en comparación con otras cafeterías?	2. ¿Cómo se enteró por primera vez de Amarum Coffee?	3. ¿Con qué frecuencia suele visitar Amarum Coffee?	4. ¿Cómo calificarías tu satisfacción general con los productos ofrecidos por Amarum Coffee?	5. ¿Qué grupos demográficos (clientes) crees que son los más representados en Amarum Coffee?	6. ¿Consideras que Amarum Coffee tiene una audiencia específica en términos de edad o género, si tu respuesta es afirmativa ¿cuántos años y rango de edad?	7. ¿Qué piensa sobre la idea de que Amarum Coffee expanda su presencia a nivel nacional?	8. ¿Dónde consideras que sería la próxima zona ideal para abrir una sucursal de Amarum Coffee?	9. ¿Qué tipo de productos o servicios adicionales te gustaría que Amarum Coffee ofreciera en sus sucursales?	10. ¿Cómo percibes los precios en Amarum Coffee en comparación con otras cafeterías nacionales?	11. ¿Crees que los precios deberían mantenerse consistentes en todas las sucursales nacionales o adaptarse según la ubicación?	12. ¿Qué tipo de productos o servicios te gustaría que Amarum Coffee ofreciera al ingresar al mercado internacional?	13. ¿En qué países o regiones te gustaría ver la presencia de Amarum Coffee en su expansión internacional?	14. ¿Cómo crees que Amarum Coffee debería comunicar su entrada al mercado internacional?	15. ¿Qué estrategias de marketing crees que serían efectivas para atraer a los clientes en diferentes países?
Ana	25	Trabajo	Amarum ofrece una experiencia personalizada	Redes sociales	1 vez a la semana	Muy satisfecho/a	Profesionales	25 a 35 años	Me encantaría ver a Amarum Coffee en más lugares, si mantienen la misma calidad y autenticidad que los hizo exitosos en primer lugar.	La Libertad, Santa Elena, Antiguo Cuscatlán	Opciones más saludables	Los precios de Amarum Coffee son más bajos que la mayoría de las cafeterías nacionales.	Creo que los precios deberían ser consistentes en todas las sucursales para garantizar la equidad para todos los clientes.	Colaboración con artistas locales para ofrecer productos de edición limitada con empaques exclusivos que reflejen la cultura de cada país	Guatemala, Honduras y Nicaragua	Organizar eventos de lanzamiento en ciudades clave del mercado objetivo para generar atención y generar interés local.	Programas de fidelización internacional: Ofrecer incentivos y recompensas a los clientes en diferentes países para fomentar la lealtad a la marca.
Rocio	22	Trabajo y Estudio	Me encanta ir a Amarum porque me reciben siempre con amabilidad y cariño, es un buen lugar para hacer cosas del trabajo y estudio	Redes sociales	2 - 3 vez a la semana	Muy satisfecho/a	Estudiantes	25 a 35 años	¡Es una idea brillante! Amarum Coffee tiene el potencial de convertirse en una marca nacionalmente reconocida.	La Libertad, Santa Elena, Antiguo Cuscatlán	comida vegana y vegetariana	Los precios de Amarum Coffee son más bajos que la mayoría de las cafeterías nacionales.	Creo que los precios deberían ser consistentes en todas las sucursales para garantizar la equidad para todos los clientes.	Colaboración con artistas locales para ofrecer productos de edición limitada con empaques exclusivos que reflejen la cultura de cada país	centroamerica	Participación en ferias comerciales internacionales relacionadas con la industria del café podría ser una estrategia efectiva para conectarse con distribuidores y minoristas locales.	Estrategias de contenido multilingüe: Crear contenido relevante en varios idiomas para llegar a audiencias globales de manera efectiva.
Esperanza	36	Trabajo negocio propio	Amarum tiene un café de alta calidad y un ambiente agradable	Invitación (amistades o familia)	otros	Muy satisfecho/a	Emprendedores	25 a 35 años	Me encantaría ver a Amarum Coffee en más lugares, si mantienen la misma calidad y autenticidad que los hizo exitosos en primer lugar.	La Libertad, Santa Elena, Antiguo Cuscatlán	Más variedad de postres	Los precios de Amarum Coffee son similares a los de otras cafeterías nacionales.	Creo que los precios deberían ser consistentes en todas las sucursales para garantizar la equidad para todos los clientes.	Colaboración con artistas locales para ofrecer productos de edición limitada con empaques exclusivos que reflejen la cultura de cada país	Centroamérica	Participación en ferias comerciales internacionales relacionadas con la industria del café podría ser una estrategia efectiva para conectarse con distribuidores y minoristas locales.	Marketing experiencial: Diseñar experiencias únicas que resuenen con las culturas locales y conecten emocionalmente con los clientes.

Nombre	Edad	Ocupación	1. ¿Cuál es su opinión general sobre la experiencia que ofrece Amarum Coffee en comparación con otras cafeterías?	2. ¿Cómo se enteró por primera vez de Amarum Coffee?	3. ¿Con qué frecuencia suele visitar Amarum Coffee?	4. ¿Cómo calificarías tu satisfacción general con los productos ofrecidos por Amarum Coffee?	5. ¿Qué grupos demográficos (clientes) crees que son los más representados en Amarum Coffee?	6. ¿Consideras que Amarum Coffee tiene una audiencia específica en términos de edad o género, si tu respuesta es afirmativa coméntanos género y rango de edad?	7. ¿Qué piensa sobre la idea de que Amarum Coffee expanda su presencia a nivel nacional?	8. ¿Dónde consideras que sería la próxima zona ideal para abrir una sucursal de Amarum Coffee?	9. ¿Qué tipo de productos o servicios adicionales te gustaría que Amarum Coffee ofreciera en sus sucursales?	10. ¿Cómo percibes los precios en Amarum Coffee en comparación con otras cafeterías nacionales?	11. ¿Crees que los precios deberían mantenerse consistentes en todas las sucursales nacionales o adaptarse según la ubicación?	12. ¿Qué tipo de productos o servicios te gustaría que Amarum Coffee ofreciera al ingresar al mercado internacional?	13. ¿En qué países o regiones te gustaría ver la presencia de Amarum Coffee en su expansión internacional?	14. ¿Cómo crees que Amarum Coffee debería comunicar su entrada al mercado internacional?	16. ¿Qué estrategias de marketing crees que serían efectivas para atraer a los clientes en diferentes países?
Roberto	26	trabajo	un ambiente bastante cálido y su atención es un 10/10	Invitación (amistades o familia)	1 vez a la semana	Muy satisfecho/a	Estudiantes	25 a 35 años	¡Es una idea brillante! Amarum Coffee tiene el potencial de convertirse en una marca nacionalmente reconocida.	San Salvador, Zona Rosa	mas variedad de postres	Los precios de Amarum Coffee son similares a los de otras cafeterías nacionales.	Creo que los precios deberían ser consistentes en todas las sucursales para garantizar la equidad para todos los clientes.	Selección de productos gourmet, como café en grano premium y equipos de preparación de café de alta calidad.	centroamérica	Lanzar una campaña de marketing en línea dirigida específicamente al mercado internacional a través de anuncios pagados en plataformas como Google y Facebook.	Marketing experiencial: Diseñar experiencias únicas que resuenen con las culturas locales y conecten emocionalmente con los clientes.
Juan Marcos	21	Estudio	Me encanta esta cafetería, todos sus productos son inigualables	Redes sociales	1 vez a la semana	Muy satisfecho/a	Estudiantes	15 a 25 años	¡Es una idea brillante! Amarum Coffee tiene el potencial de convertirse en una marca nacionalmente reconocida.	San Salvador, Zona Rosa	Me gustaría ver más variedad en sus bebidas	Los precios de Amarum Coffee son similares a los de otras cafeterías nacionales.	Creo que los precios deberían ser consistentes en todas las sucursales para garantizar la equidad para todos los clientes.	Colaboración con artistas locales para ofrecer productos de edición limitada con empaques exclusivos que reflejen la cultura de cada país	En toda latinoamerica	Lanzar una campaña de marketing en línea dirigida específicamente al mercado internacional a través de anuncios pagados en plataformas como Google y Facebook.	Marketing experiencial: Diseñar experiencias únicas que resuenen con las culturas locales y conecten emocionalmente con los clientes.
Sofia	28	Enfermera	Una experiencia agradable y deliciosa	Redes sociales	otros	Muy satisfecho/a	Profesionales	25 a 35 años	¡Es una idea brillante! Amarum Coffee tiene el potencial de convertirse en una marca nacionalmente reconocida.	La Libertad, Santa Elena, Antiguo Cuscatlán	Más variedad en su menú	Los precios de Amarum Coffee son similares a los de otras cafeterías nacionales.	Creo que los precios deberían ser consistentes en todas las sucursales para garantizar la equidad para todos los clientes.	Colaboración con artistas locales para ofrecer productos de edición limitada con empaques exclusivos que reflejen la cultura de cada país	Guatemala	Lanzar una campaña de marketing en línea dirigida específicamente al mercado internacional a través de anuncios pagados en plataformas como Google y Facebook.	Programas de fidelización internacional: Ofrecer incentivos y recompensas a los clientes en diferentes países para fomentar la lealtad a la marca.

Anexo C. Formulario para la inscripción de una sucursal en El Salvador.



CNR Centro Nacional
de Registros



CENTRO NACIONAL DE REGISTROS
REGISTRO DE COMERCIO
**SOLICITUD DE MODIFICACIÓN DE MATRÍCULA DE EMPRESA DE COMERCIO
PERSONA NATURAL**

EXPEDIENTE N°: _____

F004

DATOS DE LA EMPRESA

TITULAR: _____
DUI: _____ NIT: _____

DATOS DEL APODERADO (Cuando Aplique)

NOMBRE: _____
DUI: _____ NIT: _____
PODER: _____ INSCRIPCIÓN: _____ LIBRO: _____

TIPO MODIFICACIÓN DE ASIENTO DE EMPRESA

☐ Dato actualizado
☐ NOMBRE DE LA EMPRESA _____
☐ DIRECCIÓN _____
☐ ACTIVIDAD ECONÓMICA _____
☐ NATURALEZA ECONÓMICA _____
☐ DATOS DE TITULAR _____

TIPO MODIFICACIÓN DE DATOS DE LOCAL

☐ APERTURA ☐ CIERRE ☐ MODIFICACION DE DATOS
☐ NÚMERO DE LOCALES ☐ NÚMERO DE LOCALES ☐ NÚMERO DE LOCALES

*El detalle de las aperturas, cierres o modificaciones deberán ser expresadas en el reverso.

DATOS DEL AUTORIZADO PARA RETIRAR

NOMBRE: _____
DUI: _____ NIT: _____

Declaro bajo juramento que la información proporcionada es fehaciente.

Firma del Titular o Apoderado

Nota: De no ser presentada presonalmente debe traer la firma legalizada

Lugar y Fecha: _____

Código de Notificación: _____

F004-RM-PN-CM-DL-V1



DETALLE DE APERTURAS Y CIERRES

F004-A

LOCAL N°	NOMBRE DEL LOCAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	NATURALEZA	FECHA DE APERTURA	FECHA DE CIERRE

DETALLE DE MODIFICACIONES

Solo declarar el dato a modificar

LOCAL N°	NOMBRE DEL LOCAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	NATURALEZA

Nota: En caso de modificar, cerrar o aperturar más locales puede presentar cuantos anexos sean necesarios.

F004-MM-PN-V1
ANEXO



CENTRO NACIONAL DE REGISTROS
REGISTRO DE COMERCIO
**SOLICITUD DE MODIFICACIÓN DE MATRÍCULA DE EMPRESA DE COMERCIO
PERSONA JURÍDICA**

EXPEDIENTE N°: _____

F003

DATOS DE LA EMPRESA

NIT: _____
TITULAR: _____

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL Y/O APODERADO

NOMBRE: _____
DUI: _____ NIT: _____

TIPO MODIFICACIÓN DE ASIENTO DE EMPRESA

Dato actualizado

☐ NOMBRE DE LA EMPRESA _____
☐ DIRECCIÓN _____
☐ ACTIVIDAD ECONÓMICA _____
☐ NATURALEZA ECONÓMICA _____
☐ DATOS DE TITULAR _____

TIPO MODIFICACIÓN DE DATOS DE LOCAL

☐ APERTURA	☐ CIERRE	☐	MODIFICACION DE DATOS
☐ NÚMERO DE LOCALES	☐ NÚMERO DE LOCALES	☐	NÚMERO DE LOCALES

*El detalle de las aperturas, cierres o modificaciones deberán ser expresadas en el reverso.

DATOS DEL AUTORIZADO PARA RETIRAR

NOMBRE: _____
DUI: _____ NIT: _____

Declaro bajo juramento que la información proporcionada es fehaciente.

Firma del Representante Legal

Nota: De no ser presentada presonalmente debe traer la firma legalizada

Lugar y Fecha: _____

Código de Notificación: _____

F003-MM-PJ-V1



DETALLE DE APERTURAS Y CIERRES

F003-A

LOCAL N°	NOMBRE DEL LOCAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	NATURALEZA	FECHA DE APERTURA	FECHA DE CIERRE

DETALLE DE MODIFICACIONES

Solo declarar el dato a modificar

LOCAL N°	NOMBRE DEL LOCAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	NATURALEZA

Nota: En caso de modificar, cerrar o aperturar más locales puede presentar cuantos anexos sean necesarios.

F003-MM-PJ-V1
ANEXO

Propiedad intelectual - Marca natural y jurídica

1

SOLICITUD DE REGISTRO

MARCA - PERSONA NATURAL

(Formulario FSP101)



Hora / fecha de recepción y sello		Reproducción de la marca 8x8cms	
REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL			
DATOS DEL SOLICITANTE			
NOMBRE COMPLETO:			DUI:
EDAD:		PROFESIÓN:	
DIRECCIÓN O DOMICILIO COMPLETO:			
NACIONALIDAD:			
CALIDAD EN QUE ACTUA:			
☐ Personal ☐ Apoderado ☐ Gestor Oficioso			
Si es Apoderado , datos de inscripción de Poder en el Registro de Comercio:			
Número		Libro de Otros Contratos Mercantiles	
Si actúa como Gestor Oficioso , justificar gravedad y urgencia con base a la cual comparece en tal carácter:			
DATOS DEL TITULAR			
NOMBRE COMPLETO:			DUI:
DIRECCIÓN O DOMICILIO COMPLETO:			
NACIONALIDAD:			
DATOS DE LA MARCA			
IDENTIFICACIÓN DE LA MARCA: (Opcional y solo cuando la marca sea figurativa, por ejemplo, los logos, dibujos, figuras y símbolo)		TRADUCCIÓN: (En caso de que la marca esté constituida por algún elemento denominativo en idioma distinto al castellano):	
TIPO DE MARCA:			



SOLICITUD DE REGISTRO

MARCA - PERSONA JURÍDICA
(Formulario FSPI01)



Hora / fecha de recepción y sello		Reproducción de la marca 8x8cms	
REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL			
DATOS DEL SOLICITANTE			
NOMBRE COMPLETO:		DUI:	
EDAD:		PROFESIÓN:	
DIRECCIÓN O DOMICILIO COMPLETO:			
NACIONALIDAD:			
CALIDAD EN QUE ACTUA:			
☐ Apoderado ☐ Representante Legal ☐ Gestor Oficioso			
Si es Apoderado , datos de inscripción de Poder en el Registro de Comercio:			
Número		Libro	de Otros Contratos Mercantiles
Si es Representante Legal , datos de inscripción en el Registro de Comercio de:			
a) Escritura de Constitución de Sociedad (o Pacto Social vigente):			
Número		Libro	de Sociedades
b) Credencial de Junta Directiva:			
Número		Libro	de Sociedades
Si actúa como Gestor Oficioso , justificar gravedad y urgencia con base a la cual comparece en tal carácter:			

DATOS DE LA PERSONA JURÍDICA		
NOMBRE O RAZON SOCIAL:		NATURALEZA JURÍDICA:
NIT:		
DOMICILIO:		
CIUDAD:		
PAÍS/ NACIONALIDAD:		
DATOS DE LA MARCA		
IDENTIFICACIÓN DE LA MARCA: (Opcional y solo cuando la marca sea figurativa, por ejemplo, los logos, dibujos, figuras y símbolo)		TRADUCCIÓN AL IDIOMA CASTELLANO: (En caso de que la marca esté constituida por algún elemento denominativo en idioma distinto al castellano):
TIPO DE MARCA:		
☐ De producto	☐ De servicios	☐ De producto y servicio
PRODUCTOS /SERVICIOS QUE AMPARA: Proporcionar el número de clase, y a continuación de éste, detallar la lista específica de los productos y/o servicios. (si el espacio no es suficiente, escribir en hoja anexa)		
RESERVAS: (marcar solamente una reserva) ☐ El derecho de utilizar la marca en cualquier tipo de letra, color o combinación de colores ☐ El derecho de utilizar la marca tal como se presenta ☐ Otra: (especificar)		
PETICIONES: • Inscribir la marca solicitada		
PRIORIDAD: ☐ Agregar documentación adjunta ☐ Se invoca prioridad País _____ No.: _____ ☐ Otra: (especificar)		
ANEXOS: ☐ Continuación de lista de productos/servicios que ampara la marca ☐ Documentos de personería (especificar) ☐ Documento de fianza (gestor oficioso) ☐ Autorización de terceros (ver instrucción No.4) ☐ Solicitud prioritaria en el extranjero ☐ Otro: (especificar)		
NOTIFICACIONES		
Dirección de correo Electrónico (e-mail) (utilizar letra de molde)		

Persona(s) autorizada(s) para recibir notificaciones:	
LUGAR Y FECHA:	
FIRMA SOLICITANTE	SELLO ABOGADO (únicamente en caso de ser apoderado)

Anexo E. Formulario de Registro del exportador



REGISTRO DEL EXPORTADOR

Para uso exclusivo del CSC	
Registro Exportador	
Año 201	N°
Fecha:	

DATOS GENERALES

1. Persona Natural ☐ Persona Jurídica ☐ 2. NIT: _____
 DUI: _____ NRC: _____
 CARNET DE EXTRANJERO RESIDENTE: _____

3. Nombre según DUI o Denominación o Razón Social

(Primer Apellido) (Segundo Apellido) (Apellido de casada) (Nombre)
 (Denominación o Razón Social)

4. Dirección de la oficina:

Cantón o Caserío: _____
 Municipio _____ Departamento _____
 Correo Electrónico: _____
 Sitio Web: _____
 Redes Sociales: _____
 Teléfonos: _____ Fax: _____

5. Si es persona jurídica

Número de Inscripción de: _____
 Registro de Comercio: _____ MAG- Depto. Asoc.Coop. _____
 (Primer Apellido) (Segundo Apellido) (Apellido de casada) (Nombre del representante legal)

6. Otros datos de la empresa:

- Nombre de la(s) marca(s) registradas (nombre, número y libro de inscripción): y calidad(es) de café a exportar:

Marca:	Calidad ó Tipo:
1 _____	_____
2 _____	_____
3 _____	_____
4 _____	_____
5 _____	_____
6 _____	_____

- Certificaciones (Orgánico, Rain Forest, Fair Trade, 4C, etc.):

1 _____
 2 _____
 3 _____

7. Capacidad de Almacenamiento:

- Café en oro _____ quintales oro
 - Café tostado, molido y envasado _____ quintales oro

DATOS DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA REALIZAR OPERACIONES y/o TRAMITES EN EL CSC

8. Llene el siguiente cuadro:

1	Nombre:	DUI
	Tipo de Autorización:	Firma:
	Cargo:	
2	Nombre:	DUI
	Tipo de Autorización:	Firma:
	Cargo:	
3	Nombre:	DUI
	Tipo de Autorización:	Firma:
	Cargo:	

9. Nombre de la persona responsable que proporciona los datos:

Sello _____ Firma: _____
 Fecha: _____

INSTRUCCIONES PARA LLENAR HOJA DE REGISTRO DE EXPORTADOR

A fin de poder registrarse como Exportador de café, es indispensable que proporcione la información que se requiere en la siguiente página, y anexar las fotocopias legalizadas de los siguientes documentos: DUI y NIT de la persona natural o representante legal, en caso de ser extranjero anexar carné de residente, fotocopia de la matrícula de comercio o matrícula de comerciante individual vigente y del registro de la marca de café; en el caso de las personas jurídicas también anexar escritura de constitución de la sociedad debidamente inscrita, modificaciones al pacto social si existieren, fotocopia de credencial vigente, NIT y NRC de la sociedad o de la persona natural. Además se le solicita anexar carta dirigida al Director Ejecutivo del CSC, firmada por el representante legal.

1. Identifique el tipo de empresa, marcado con una equis (X) en una de las casillas correspondientes a:
Persona Natural, toda persona dedicada a la comercialización interna y/o externa del café.
Persona Jurídica, toda persona ficticia capaz de ejercitar derechos y contraer obligaciones; dedicada a la comercialización interna y/o externa del café.
2. **Anexar las copias y registrar los números de identificaciones siguientes:**
 - **NIT**, Número de Identificación Tributaria
 - **DUI**, Documento Único de Identidad, en caso de personas naturales, ó **Carnet de residente extranjero**, en caso de residentes extranjeros
 - **NRC**, Número de Registro de Contribuyente del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios
3. Escriba el nombre de acuerdo a DUI, o el registrado en la escritura de constitución como Denominación o Razón Social
4. Proporcione la dirección exacta de la oficina escribiendo en el espacio destinado para éste, el nombre de la Calle y/o Avenida, Colonia y el número de residencia en caso de estar en área urbana, o si no la ubicación respecto a una referencia (Ejemplo: Carretera a Chalchuapa, Kilómetro 77); después escriba en los espacios respectivos el nombre del Cantón o Caserío, Departamento y Municipio correspondiente.
En caso de poseer teléfono, fax y/o Correo Electrónico, anote sus números.
5. Los exportadores que son personas jurídicas, deberán suministrar copias de los Números de Inscripción de:
Registro de Comercio, si son sociedades
Inscripción en el Departamento de Asociaciones Cooperativas Agropecuarias del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), si son Asociaciones Cooperativas Agropecuarias.
Nombre completo del Representante Legal, de acuerdo al DUI y anexar copias de documentos personales.
Copias de la Escritura de Constitución de la Sociedad debidamente inscritas
Certificación de Registro de Calidades y Marcas, extendido por la oficina correspondiente de Centro Nacional de Registros
Último Balance o Balance Inicial si es empresa nueva.
6. Otros datos de la empresa:
Detalle los nombres de las marcas registradas
Detalle las calidades de cafés a exportar
Fotocopia(s) de certificaciones
7. Capacidad de almacenamiento en quintales oro.
8. Para efectos de poder gestionar trámites con el Consejo Salvadoreño del Café, es necesario que todo beneficiador proporcione el nombre de una a tres personas autorizadas por este, para presentar informes, retirar documentos, solicitar registros o cambiar en estos, y representar la empresa.
9. Para finalizar la persona o empresa responsable de proporcionar los datos debe escribir su nombre, sellar y firmar la hoja de registro.

NOTA IMPORTANTE: La información que proporcionen debe ser fidedigna, de lo contrario estarán sujetos a las sanciones que establece la Ley Especial para la Protección de la Propiedad y la Comercialización del Café en el Art. #22 a.

CARNET DE EXPORTADOR

Requisitos renovación
Persona Natural: Presentar declaración jurada junto con documentos originales o en su defecto fotocopia certificada ante notario; y si el usuario desea agilizar su trámite debe presentar la fotocopia de la siguiente documentación: 1. Documento Único de Identidad (DUI) / (Extranjeros presentar carnet de residente) si ha sido modificado o renovado. 2. Matricula de Comerciante individual cuando aplique. 3. Certificado de Registro de Marca de Café inscrita en el CNR, vigente. (Únicamente si ha sido renovada) 4. Correo electrónico y número de contacto. Importante: El trámite es personal. Si lo realiza por medio de apoderado o autorizado, éste deberá presentar DUI original, y cualquiera de los siguientes documentos: • Autorización con firma autenticada ante Notario; • Poder especial. • Poder general administrativo con facultades suficientes para realizar el trámite.
Persona Jurídica: Presentar declaración jurada junto con documentos originales o en su defecto fotocopia certificada ante notario; y si el usuario desea agilizar su trámite debe presentar la fotocopia de la siguiente documentación: 1. Documento Único de Identidad (DUI) de Representante Legal (Extranjeros presentar carnet de residente) si ha sido modificado o renovado. 2. Modificaciones al Pacto Social en caso que aplique. 3. Credencial del Representante Legal vigente. 4. Matricula de Comercio vigente. 5. Certificado de Registro de Marca de Café inscrita en el CNR, vigente. (Únicamente si ha sido renovada) 6. Correo electrónico y número de contacto. Importante: El trámite debe realizarlo el Representante Legal, en su defecto un apoderado o autorizado, quien deberá presentar DUI original y cualquiera de los siguientes documentos: • Autorización con firma autenticada ante Notario (en la auténtica del Representante Legal de la empresa se debe hacer relación a la Personería Jurídica completa). • Poder especial. • Poder general administrativo con facultades suficientes para realizar el trámite.
Asociaciones Agropecuarias: Presentar declaración jurada junto con documentos originales o en su defecto fotocopia certificada ante notario; y si el usuario desea agilizar su trámite debe presentar la fotocopia de la siguiente documentación: 1. Documento Único de Identidad (DUI) de Representante Legal (Extranjeros presentar carnet de residente) si ha sido modificado o renovado. 2. Certificado de Inscripción de la Asociación 3. Credencial del Representante Legal vigente. 4. Certificado de Registro de Marca de Café inscrita en el CNR, vigente. (Únicamente si ha sido renovada) 5. Correo electrónico y número de contacto. Importante: El trámite debe realizarlo el Representante Legal, en su defecto un apoderado o autorizado, quien deberá presentar DUI original y cualquiera de los siguientes documentos: • Autorización con firma autenticada ante Notario (en la auténtica del Representante Legal de la empresa se debe hacer relación a la Personería Jurídica completa). • Poder especial.

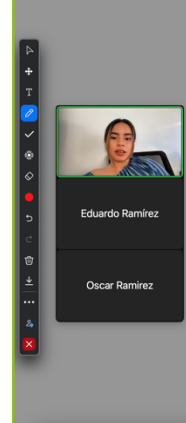
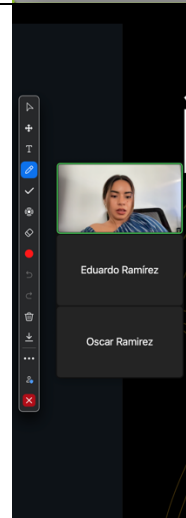
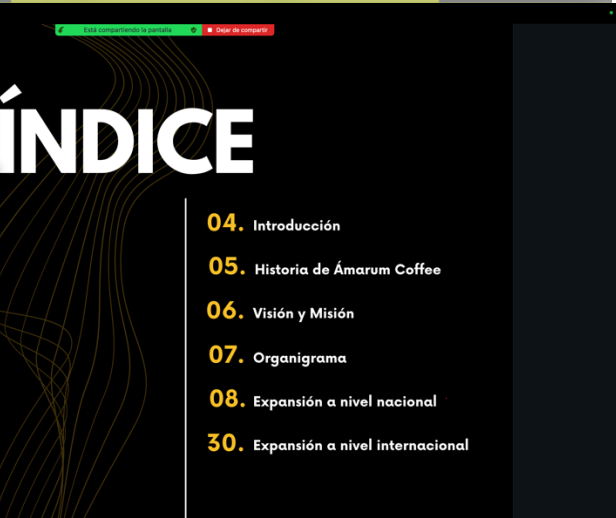
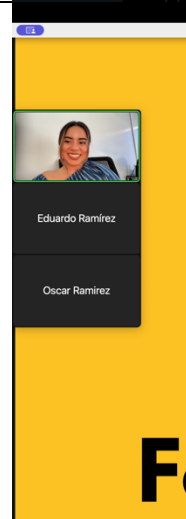
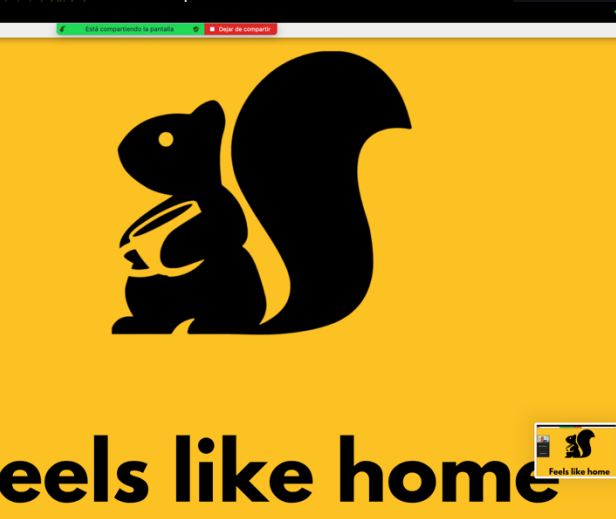
Anexo E. Portada de Manual para la expansión de operaciones a nivel nacional e internacional



Anexo F. Fotografías reunión presentación del manual para la expansión de operaciones a nivel nacional e incursión en el mercado internacional de la marca Ámarum Coffee.

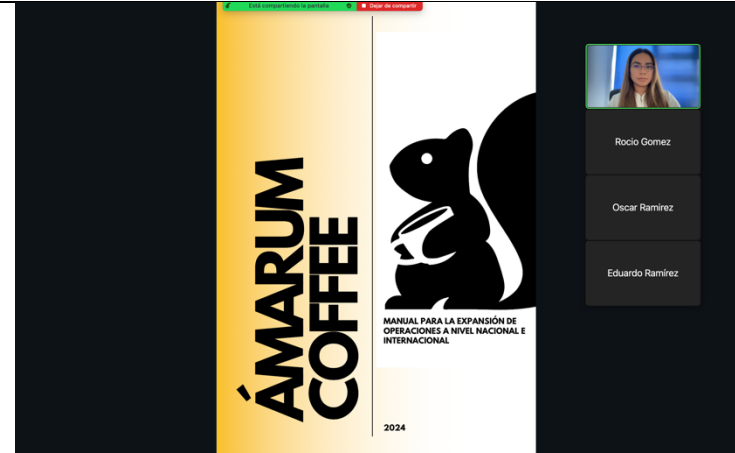
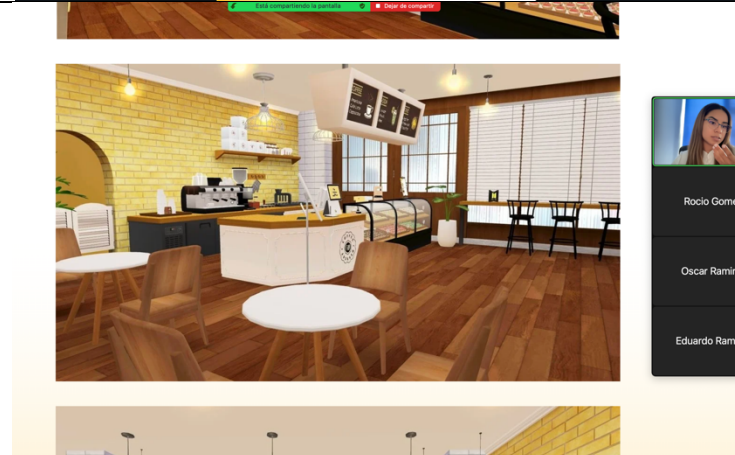
La reunión se sostuvo con el Director General y el Represente Legal de Ámarum Coffee

	Se presento los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los clientes que visitan Ámarum Coffee
	Se presento los resultados obtenidos en las encuestas realizadas al personal de Ámarum Coffee
	Se presentaron ejemplos de empaque los cuales fueron muestra para el resultado del empaque del producto creado.

		Se presentaron ejemplos de empaque los cuales fueron muestra para el resultado del empaque del producto creado.
		Se presento los elementos que componen el manual y su desarrollo
		Se presentaron las secciones y en que consiste cada una de ellas.

Anexo G. Fotografías de la Capacitación del personal de Ámarum Coffe sobre el manual para la expansión de operaciones a nivel nacional e incursión en el mercado internacional.

La reunión se sostuvo con el Director General, Represente Legal y el área de atención al cliente de Ámarum Coffee

	Se presento el manual para la expansión de operaciones a nivel nacional e incursión en el mercado internacional.
	Se presento el bosquejo de una sucursal nacional e internacional cumpliendo con la imagen de Ámarum Coffee
	Se presentaron los diseños de empaque para utilizar en el producto creado, el cual es caffè embolsado llamado “Ámarum Caffee Bliss” .

Anexo H. Cartas de percepciones del Personal de Ámarum Coffee.

San Salvador, 26 de mayo 2024.

Licenciada,
Katherine Durán
Presente.

Espero que este mensaje los encuentre bien. Quisiera compartir con usted algunas reflexiones importantes respecto al reciente diagnóstico y el manual para la expansión de nuestras operaciones a nivel nacional e internacional, herramientas cruciales para el crecimiento de nuestra querida marca.

En primer lugar, me complace informarles que tanto el diagnóstico como el manual de expansión han sido recibidos de manera muy positiva. Estas herramientas no solo proporcionan una visión clara y detallada de nuestras oportunidades de crecimiento, sino que también delinean estrategias robustas y bien fundamentadas para llevar a Ámarum Coffee a nuevos horizontes.

El análisis exhaustivo contenido en el diagnóstico ha sido invaluable para identificar las fortalezas y áreas de mejora de nuestra marca. Este conocimiento nos permitirá tomar decisiones informadas y estratégicas. Por otra parte, el manual de expansión de operaciones presenta un conjunto de estrategias diseñadas para guiar nuestra incursión en nuevos mercados. Las propuestas incluidas abarcan desde la optimización de nuestra cadena de suministro y la ampliación de nuestra capacidad de producción, hasta la implementación de campañas de marketing dirigidas y la adaptación de nuestros productos a las preferencias locales en cada mercado objetivo.

Es especialmente alentador ver el potencial que estas estrategias tienen para impulsar el éxito a largo plazo de Ámarum Coffee. La expansión a nivel nacional nos permitirá consolidar nuestra presencia y reputación en el mercado doméstico, mientras que la incursión en el mercado internacional abre las puertas a un campo de oportunidades para nuestra marca.

Estoy convencido de que, con el compromiso y la colaboración de la marca y las personas que formar parte de ella, podremos implementar estas estrategias de manera efectiva. Cada miembro del equipo desempeña un papel crucial en este proceso, y estoy seguro de que juntos superaremos cualquier desafío y alcanzaremos nuevas alturas.

Les agradezco profundamente por su dedicación y esfuerzo .

Atentamente,



Eduardo Ramírez
Director General
Ámarum Coffee

San Salvador, 25 de mayo 2024.

Licenciada,
Katherine Esmeralda Durán Martínez,
Estudiante de Maestría Comercio Internacional
Universidad Evangelica de El Salvador
Presente.

Me dirijo a usted en mi calidad de Representante Legal de Ámarum Coffee para expresar mis percepciones y evaluaciones respecto al "Manual para la Expansión de Operaciones a Nivel Nacional e Incursión en el Mercado Internacional de la Marca Ámarum Coffee".

En primer lugar, quiero reconocer la importancia crítica de este manual como un recurso clave que guiará nuestros esfuerzos de expansión.

Particularmente, valoro la inclusión de estrategias específicas para la expansión tanto a nivel nacional como internacional. Estas estrategias son fundamentales para enfrentar y superar los desafíos legales y regulatorios que acompañan a la expansión de nuestra marca en nuevos mercados. La claridad y exhaustividad con que se abordan estos aspectos proporcionan una guía práctica y detallada, que es esencial para asegurar que cumplamos con todas las normativas aplicables y mantenemos los estándares de calidad y cumplimiento que nuestros clientes y socios esperan de Ámarum Coffee.

Finalmente, considero que el manual no sólo es una herramienta indispensable para la expansión de Ámarum Coffee, sino también un documento que fortalece nuestra capacidad de tomar decisiones informadas y estratégicas. Estoy convencido de que, con la implementación de las estrategias y recomendaciones contenidas en este manual, Ámarum Coffee está bien posicionada para alcanzar sus objetivos de crecimiento y consolidación en el mercado nacional e internacional.

Agradezco la elaboración de este valioso documento y reitero mi compromiso de apoyar y facilitar la implementación de las estrategias delineadas.

Atentamente,



Óscar Ramírez
Representante Legal
Ámarum Coffee