

1

1. PUBLICO OBJETIVO
2. SUS NECESIDADES y INTERESES
3. OBJETIVO DE MI ORG-ON
4. TEMAS PRINCIPALES
5. LOGICA DE CONTENIDO

1. QUIEN ES TU PUBLICO OBJETIVO EN REDES SOCIALES y WEB ESPACIO?

5 MINUTOS EN EL GRUPO

1. Campo: productor, exportador
2. Cafeterías y turismo
3. Venta del café tostado y chocolate
4. Marca personal – el servicio de un experto

La empatía es la intención de comprender los sentimientos y emociones, intentando experimentar de forma objetiva y racional lo que siente otro individuo.

La empatía hace que las personas se ayuden entre sí. Está estrechamente relacionada con el altruismo - el amor y preocupación por los demás - y la capacidad de ayudar.

Cuando un individuo consigue sentir el dolor o el sufrimiento de los demás poniéndose en su lugar, despierta el deseo de ayudar y actuar siguiendo los principios morales.

La capacidad de ponerse en el lugar del otro, que se desarrolla a través de la empatía, ayuda a comprender mejor el comportamiento en determinadas circunstancias y la forma como el otro toma las decisiones.

El diseño de la experiencia del usuario (UX) es un proceso para crear productos que brindan experiencias significativas y relevantes a los usuarios. Esto implica el diseño de todo el proceso de adquisición e integración del producto, incluidos los aspectos de marca, diseño, usabilidad y función.

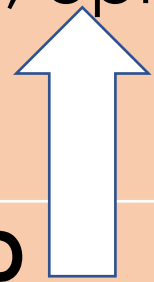
“Es una forma de diseñar que tiene como objetivo crear productos o artefactos que resuelvan las necesidades concretas de los usuarios finales, consiguiendo el mayor grado de satisfacción y la mejor experiencia de uso posible, siempre pensando en el menor esfuerzo del usuario”.



2. NECESIDADES y INTERESES DE MI PUBLICO OBJETIVO

QUE INTERESA A PRODUCTOR

Que avisan sobre todo que esta pasando en organización
Mejorar la calidad de vida
Dan soporte en el cultivo
Educan
Reconocen a el como participante de esta organización y como una persona
Cosas comunes (humor, problemas, opiniones, ideas)



NECESIDAD

Falta transparencia, seguridad, estabilidad, calidad de vida, que sienta importante y digno, autoestima

QUE INTERESA A EXPORTADOR

El proceso de producción transparente
Calidad del producto
Diferentes propuestas de producto y de trabajo
Ayudan a vender
Org-on esta responsable y sostenible
Conocer mas que esta detrás de producto
Algo nuevo e interesante
Experiencia, competencia, seguridad



NECESIDAD

Seguridad en la calidad, abastecimiento continuo
Algo único y diferenciado que ayuda ser mas competente

<https://fairtrade.es/es>
<https://www.facebook.com/USDA/>
<https://www.facebook.com/RainforestAlliance/>
<https://www.facebook.com/drwcoffee/>
<https://www.facebook.com/nordicapproach/>
<https://www.facebook.com/Trabocca/videos/369303164327810>

QUE INTERESA A CONSUMIDOR

Como preparan producto
Seguridad
Características del producto (sabor, textura, resistencia)
Responsabilidad social
Noticias, algo nuevo
Imaginación
Ideas para usar
Variedad de productos



NECESIDAD

Placer, propósito para unión, crear impacto, salud, estatus

<https://www.youtube.com/watch?v=TKZ6fhDwHRw>
<https://www.youtube.com/watch?v=ItqHHeh3FpY>
<https://www.youtube.com/watch?v=dRaNdK2T0iE>
<https://www.youtube.com/watch?v=LSS1gdw8MvE>

3. OBJETIVOS DE MI ORGANIZACION

**OBJETIVO DE ORGANIZACIÓN
RELACIONADO CON
PRODUCTOR**

Informar para que refleja
Entrega cosecha de buena calidad
Realiza aporte
Participa en proyectos
Cumplí comprometido
Viene en reuniones
Confía a org-on
Compromete a largo plazo
se desarrolla
Mejorar la calidad de producto
Crear productos mas competentes y
mas caros para comprador

**OBJETIVO DE ORGANIZACIÓN
RELACIONADO CON
EXPORTADOR**

Compra y paga bien
Ayuda
Flexible
Nos capacita
Se compromete
Tiene paciencia

**OBJETIVO DE ORGANIZACIÓN
RELACIONADO CON CONSUMIDOR,
HoReCaTi**

Compra
Fideliza
Comprometa
Tiene paciencia

4. TEMAS PRINCIPALES QUE VAMOS DESARROLLAR

ESO VAMOS CREAR PARA PRODUCTOR	QUE VAMOS CREAR PARA EXPORTADOR	QUE VAMOS CREAR PARA CONSUMIDOR
<p>COMUNICADO:</p> <ul style="list-style-type: none"> Asambleas Acopio Logística Eventos Resultados del año Precios Proyectos (oportunidades) Oportunidades 	<p>TRAZABILIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> Cultivo Cosecha Traslado Acopio Evaluación Normas (certificaciones) Abastecimiento continuo Garantía de calidad Participación en ferias Confianza (experiencia, clientes, aliados, certificación) 	<ul style="list-style-type: none"> PRODUCTO Procesos de producción Experiencia Producto terminado compra Cultivo Reconocimiento de producto Actividades, participaciones en Ferias Consejos de uso La sostenibilidad ambiental SOCIAL Trato de personas, Bienestar
<p>CENITIMENTAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> Reconocimiento Historias Visitas Arte Mensajes Humor campesinos 	<p>ORIGEN, CULTURA</p> <ul style="list-style-type: none"> Paisajes, clima Tradición, cultura Arqueología, Historia <p>SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> Fairtrade, Rain Forest, USDA, Desarrollo 	<p>ORIGEN, CULTURA</p> <ul style="list-style-type: none"> Paisajes Cultura Historia Noticias
<p>Días de campo</p>	<p>Días de responsabilidad social, internacional, su país</p>	<p>Días de</p>

TEMAS PRINCIPALES PRODUCTOR	TEMAS PRINCIPALES EXPORTADOR	TEMAS PRINCIPALES CONSUMIDOR
COMUNICADO	TRAZABILIDAD	PRODUCCION
CAPACITACION	ORIGEN	ORIGEN
CENITIMENTAL	CULTURA	CULTURA
DIAS	SOCIAL	SOCIAL
VENTA DE SERVICIOS DE COOPERATIVA	COMPROMISO	VENTA DEL PRODUCTO

LOGICA DE CONTENIDO

NECESIDAD DE ORG-ON	CONTENIDO	NECESIDAD DEL SOCIO
Fidelización Comprometer a largo plazo	Reconocimiento La entrega La familia, el aporte de socio	Reconocido, sentir importante en org-on y su parte
Confianza Asistencia de reuniones Participación activa	Comunicado	Informado, conocer que esta pasando, tomar decisión
Se desarrolla para que entienda mas y toma decisiones correctas	Oportunidades del proyecto Educación, capacitación	Mejorar la calidad de vida
Confianza, flexibilidad	Humor	Relax, subir animo, sentir parte de
Mejorar la calidad de producto	Capacitación	Mejorar el precio

NECESIDAD DE ORG-ON	CONTENIDO	NECESIDAD DE EXPORTADOR
Paga mas Flexible Ayuda Apoya con capacitaciones	Origen diferenciado Cultura Social Trazabilidad de procesos Blockchain La vida de productor, dificultades Actitud mejorar producto Esfuerzo para normas	Cumplimento de los contrato Cumplimento de normas de certificación Brinda el producto de buena calidad, diferenciado Abastecimiento continua de largo plazo

NECESIDAD DE ORG-ON	CONTENIDO	NECESIDAD DE CONSUMIDOR
Vender mas Que pagan mas Flexibilidad Fidelización Compromiso a largo plazo Nos sugiere a otros	Producto que fácil comprar Variedad de propuesta Ideas de uso Recetas	Compra rápido de un producto de buena calidad Variedad de productos Regalos para otros Componente para reunión experiencia

INGREDIENTES FAIRTRADE*

SALARIOS DIGNOS	100%
-----------------	------

EMPODERAMIENTO MUJER	100%
----------------------	------

EXPLOTACIÓN INFANTIL	0%
----------------------	----

IMPACTO HUELLA ECOLÓGICA	0%
--------------------------	----

*Estos son algunos de los objetivos en los que trabajamos en Fairtrade gracias a tu compromiso y decisión de compra.

Conservar en un lugar fresco y seco.



PORQUE LOS CONSUMIDORES QUIEREN SABER CÓMO ESTÁN HECHOS LOS PRODUCTOS

#FairtradeEsComercioJusto



15 AÑOS DANDO PODER



**CREATING A BETTER FUTURE
FOR PEOPLE AND NATURE**



Rainforest Alliance ✓

@RainforestAlliance · Sin fines de lucro

Ibiraci Village Natural



Trabocca

5 d · 🌐



The new Ibiraci Village coffee (PBO200057-01) arrives in the E...

The new Ibiraci Village coffee (PBO200057-01) arrives in the EU this coming January! The citric acid...

Ver más



3



Me gusta



Comentar



Compartir



A continuación



Adolfo from Fazenda Passeio delivers a...
Trabocca
hace una semana · 58 repro



If we do our job well, you don't have to...
Trabocca
hace 4 semanas · 139 repro



Looks matter. Because besides taste, looks...
Trabocca
hace 4 semanas · 113 repro

Comentarios

Ver todos



Escribe un comentario...



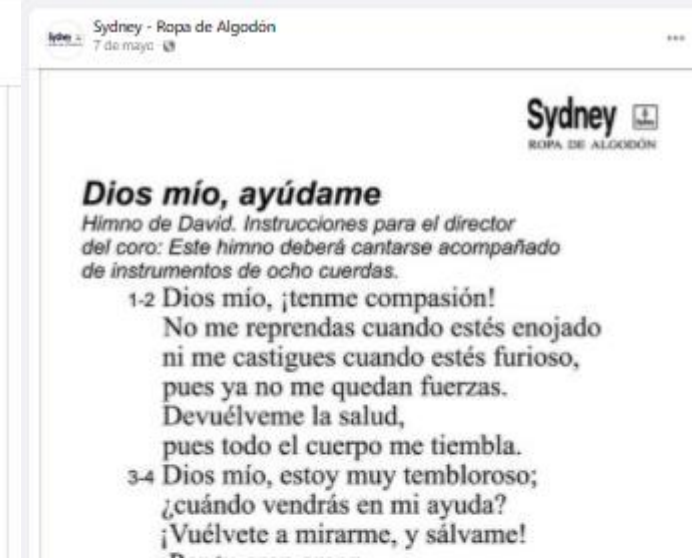
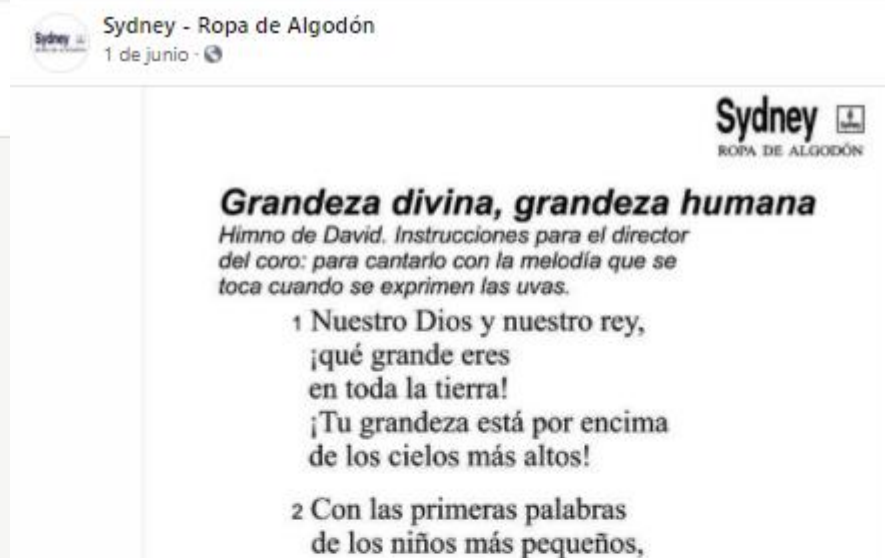
2

EJEMPLOS

**ESTA BIEN O ESTA MAL?
QUE VEAS?
QUE IMAGEN MARCADO
SEQUEDA EN TU MEMORIA?**



Cual objetivo percibia la cooperativa?



20 Me gusta 1 comentario 12 veces compartido

Sydney - Ropa de Algodón 7 de mayo

Pregunta del Día

Un lector de principios Sydney, nos consulta lo siguiente: He oído decir a un predicador evangélico que no le tiene miedo a la muerte. ¿Cómo se puede afirmar algo así cuando la muerte se presenta sorpresivamente a una persona y la saca de este mundo y después no se sabe nada más de ella? ¿Los creyentes debemos tener miedo a la muerte?

Respuesta:
Significado de la Muerte

Bueno, la idea que una persona tiene de la muerte, o la manera como una persona cataloga a la muerte depende en absoluto de la condición espiritual de esa persona.

Permítame citar algunos ejemplos para que Usted vea la diferencia. Para las personas que no tienen a Cristo como su Salvador, la muerte es el comienzo de la retribución por el pecado.

Ponga atención a lo que dice Hebreos 9:27
"Y de la manera que está establecido para los hombres que mueran una sola vez, y después de esto el juicio"

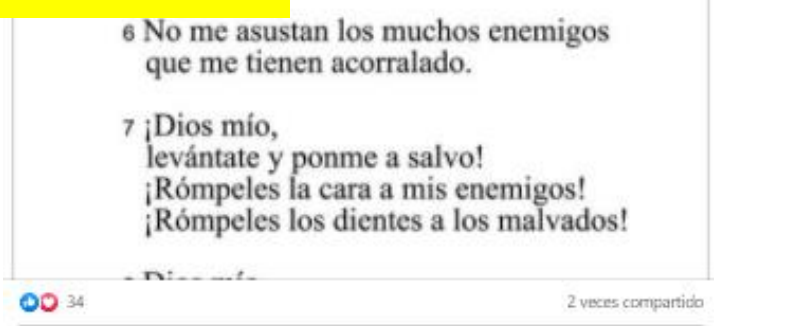
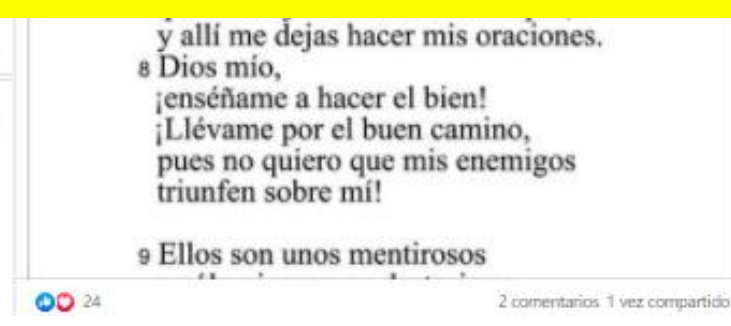
La muerte en este caso es como un implacable verdugo que arrastra al reo al castigo eterno. Por contraste, para las personas que tienen a Cristo como su Salvador, la muerte es el comienzo de la recompensa eterna.

Poco antes de morir, el apóstol Pablo pronunció palabras cargadas de significado sobre este asunto. Leo en 2º Timoteo 4:6-8 donde dice:
"Porque yo ya estoy para ser sacrificado, y el tiempo de mi partida está cercano. He peleado la buena batalla, he acabado la carrera, he guardado la fe. Por lo demás, me está guardada la corona de justicia, la cual me dará el Señor, juez justo, en aquel día; y no solo a mí, sino también a todos los que aman su venida"

El apóstol Pablo mira a la muerte como el fin de una vida fructífera en este mundo, pero a la vez como el comienzo de una vida más plena en el cielo.

La tienda de ropa?
Algodón peruano?
O iglesia?
Cual es objetivo de la marca? Vender o evangelizar?
Cual es interés de su publico?
Comprar, conocer mas sobre algodón o cantar canciones evangélicos por muerte de cada fallecido?
<https://www.facebook.com/sydney.pe>

En este momento me encuentro en Cusco en nuestro DISTRIBUIDOR AUTORIZADO, con la calidad de siempre. Contacta al WhatsApp https://api.whatsapp.com/send?phone=51982350929



OTOÑO - INVIERNO

Abrígate en esta temporada con algodón puro



cafarena y pantaloneta



Sydney - Ropa de Algodón

@sydney.pe · Tienda de ropa infantil y para bebés

WhatsApp

1. No hay cultivo del algodón 2. proceso de fabricación 3. tampoco conocemos que es una de mejores marcas en Peru que esta reconocida en Australia 4. no dice que calidad de algodón 5. no hay trabajadores 6. tampoco clientes
2. SOLO: buscan distribuidores 3. Evangelizan sus seguidores

Cual objetivo percibia la marca SYDNEY?

- Encontrar distribuidores
- Evangelizar
- Comentar sobre varios muertos



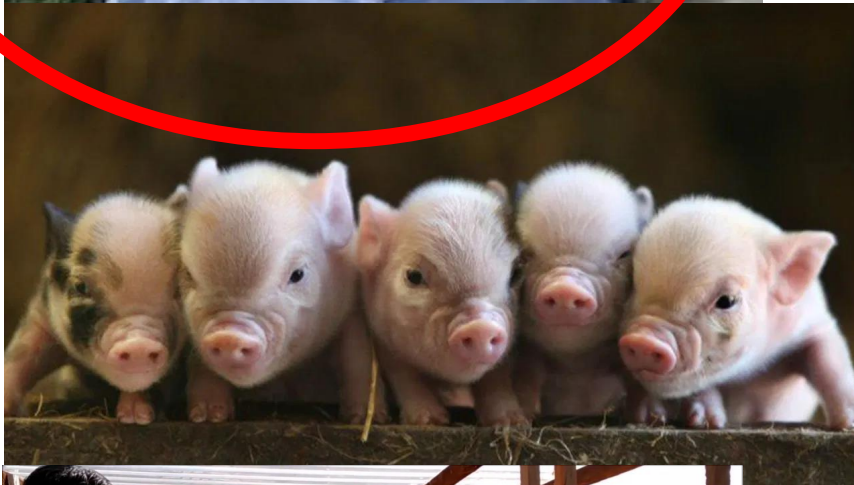
CHOCOLATE

El chocolate promueve los **sentimientos de emoción, atracción y nerviosismo** que asociamos con el **enamoramamiento**, y actúa como un antidepresivo cuando se combina con la dopamina en el cerebro. Algunas personas creen que es **un afrodisíaco**, y se dice que el emperador azteca Montezuma lo usó como su propio alijo personal de Viagra.

consumo de chocolate no es sólo cuestión de precio, los consumidores buscar aspectos como **aportes a la salud** y que estos productos generen **un placer a la hora de ingerirlos**.

El consumidor quiere chocolate, disfrutarlo sin importar las limitaciones de compra por la crisis global, puede bajar el nivel de las compras, modera su consumo o pone más energía en encontrar un mejor valor para disfrutar su sabor





1. Aumento precio por microlote
2. visita



1. Entrega la cosecha a coop
2. Capitalización
3. Microlote de 80 a 87



GRATIS

ABONO CASERO



100 s/

Publico: consumidor

Herramienta: fan page de facebook para consumidor, B2C, horecati

Intereses: comprar café o chocolate, recibir placer, encontrar regalo para familiar, conocer nueva experiencia,

Objetivo: vender, enamorar, diferenciarse



I – EJEMPLO chocolate





II – EJEMPLO

Chocolate+origen



Exotic Chocolate

@exotic.pe

Inicio

Publicaciones

Videos

Fotos

Información

Comunidad

Crear una página



Me gusta

Seguir

Compartir



Enviar mensaje

<https://web.facebook.com/exotic.pe/>

Crear publicación



Escribe una publicación...



Cambios deb...



Foto/video



Etiquetar ami...



INFORMACIÓN SOBRE EXOTIC CHOCOLATE



POR ANIVERSARIO

**¡UNA DOCENA DE
13 UNIDADES!**

EN BOMBONES Y TRUFAS

EXOTIC
CHOCOLATERÍA FINA





III - EJEMPLO



Preguntas relacionadas

¿Qué busca el consumidor de café?



¿Cómo son las personas que consumen café?



¿Por qué las personas toman café?



En Salvador y en el mundo, el consumo de café ha venido aumentando en los últimos años, pero de manera sofisticada, por lo cual las tiendas de café especial se han ganado un espacio importante en las preferencias de los consumidores con un aumento en su número y **variedad**. De otro lado, los consumidores son cada vez **más exigentes** y su decisión de compra está más orientada hacia la **experiencia, la sostenibilidad ambiental, la cultura y el bienestar**. El poder adquisitivo en los países emergentes, entre los que se encuentra Colombia, ha aumentado, lo que trae como consecuencia que el consumidor de café evolucione y exija un café especial, de calidad, de origen y con preparaciones diferentes.

buena preparación, de un origen único y sabor distintivo

Se debe consolidar el negocio de las tiendas de café a partir de una estrategia que logre integrar a los consumidores que buscan en el café experiencias diferentes a través de sabor, preparación, calidad e información sobre la producción y aquellas que buscan las relacionadas con la cultura, las tradiciones y los valores de la región por medio del café especial.



PUKU PUKU CAFÉ
@pukupukucafe

- Inicio
- Tienda
- Fotos
- Publicaciones
- Opiniones
- Comunidad



Te gusta <https://web.facebook.com/pukupukucafe/>

Crear publicación
Escribe una publicación...



Haz clic para ver productos



Haz clic para ver productos







Generamos

1 año = 250 \$ por una persona

Publico: comprador del
Café verde

Herramienta: fan page para: cliente -
exportador

Intereses: trazabilidad, origen, cultura,
social, valor para su competencia

Objetivo: fidelizar, enamorar,
diferenciarse de los demas



I – EJEMPLO

















JDBM / LFO
1997









PROHIBIDO
ARROJAR BASURA.
POR FAVOR:
NO CONTAMINE EL
MEDIO AMBIENTE
¡LONYA GRANDE
TE QUIERE!

BIENVENIDOS A
LONYA GRANDE
TIERRA DEL BUEN CAFE
LES DESEA UN FELIZ VIAJE Y UN
PRONTO RETORNO .









**Poder en negociacion
Influencia**

Respeto Deferencia Ventaja Competitiva

Publico: comprador del grano cacao
Fan page para: cliente - exportador
Intereses: trazabilidad, origen, cultura, social, desarrollo gracias a su empresa
Objetivo: fidelizar, demostrar avances y impacto positivo



II – EJEMPLO





Cooperativa Agraria Allima Cacao - Seguir

24 de diciembre a las 21:56



Agradecemos nuestros amigos

Compartimos ese video, el despacho de 04 contenedores de cacao FTO como agradecimiento a todos nuestros colaboradores por el enorme esfuerzo para lograr el objetivo y superar las dificultades, a los aliados públicos y privados, por que con cada grano de arena contribuyen al desarrollo.

GRACIAS POR CREER EN NOSOTROS Ver menos



TikTok
@pawunbedon

Me gusta Comentar Compartir

14 y 17 personas más · 4 comentarios

Más relevantes



Wilhelm Foelster
Enhorabuena... todo esfuerzo merece su recompensa... Saludos...

Me gusta Responder · 3 d



Fernando Bravo de Rueda
Felicitaciones por gran esfuerzo. Todo le saldrá bien

Me gusta Responder · 3 d



Alexander Brionos
Felicitaciones estimados amigos se que este 2021 será mejor a seguir esforzándonos que al final las recompensas llegan!

Me gusta Responder · 2 d



Luis Rivelinho Yalta Hernández
Vamos por más queridos waukyisitas y adoradas warrykunas!!! 2021 se duplicará!!!

Me gusta Responder · 3 d



Escribe un comentario...







ORGANICO

MENTACION

3
4
5
6

[Small blue paper with illegible text]





dos cajones



COOPERATIVA AGRARIA
ALLIMA CACAO
Cusco - Perú

Versión: 2

Vig. 01.01.2020

REGISTRO DE PROCESO

R. ALICERIAS	
N° BITACORA	01-00224
C. ACOPIO	ALMACEN CENTRAL
N° PLANILLA	
CODIGO CAJON	6-14

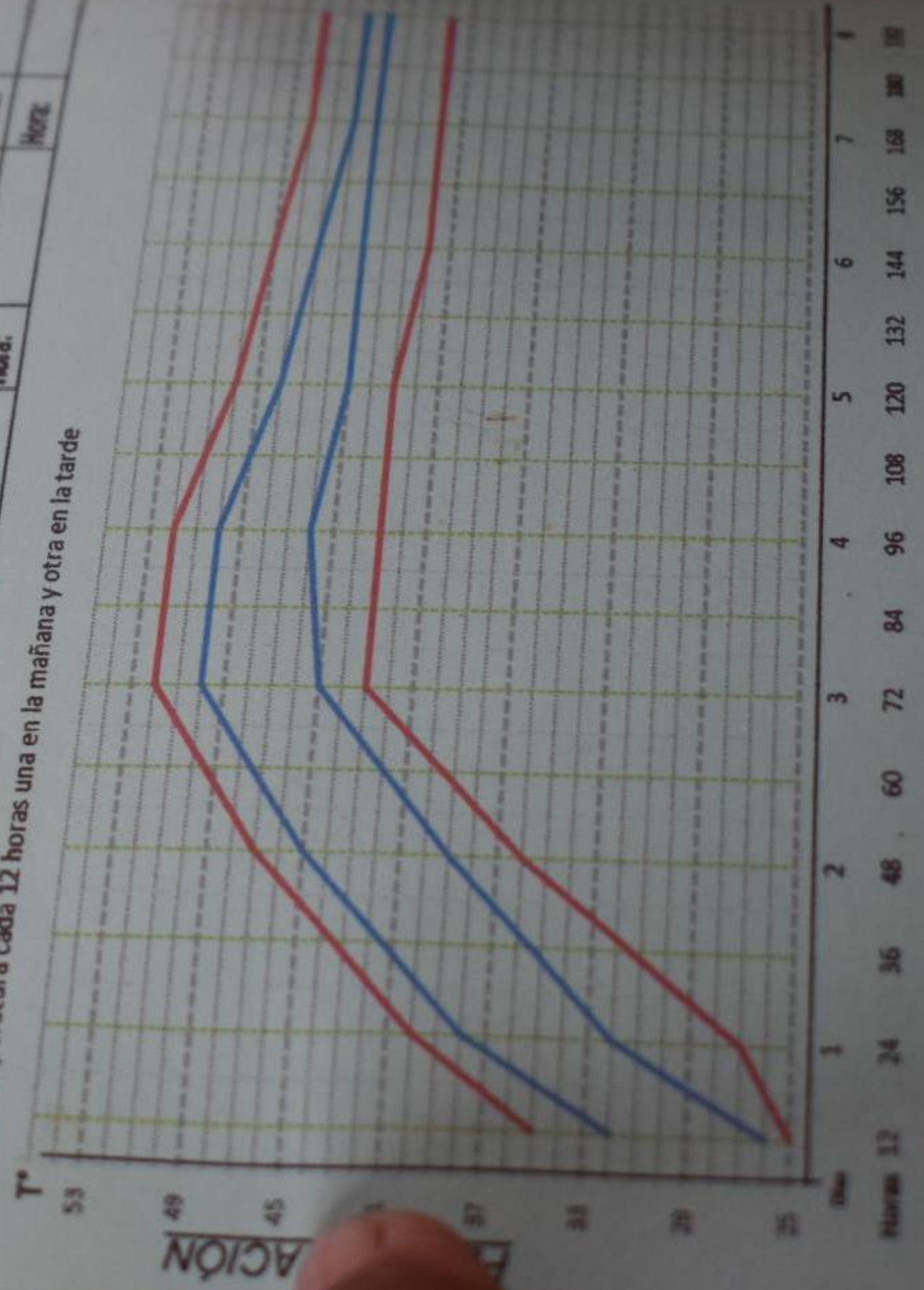
Control de la Temperatura de Fermentación

Fecha acopio: 08/12/20

Fecha de encajonado: _____ Hora de Recepción: _____
Hora de encajonado: _____
Peso fresco (kg): 943.90

1ra remoción		2da remoción		3ra remoción		4ta remoción		5ta remoción	
Fecha:	Hora:	Fecha:	Hora:	Fecha:	Hora:	Fecha:	Hora:	Fecha:	Hora:

Controlar la temperatura cada 12 horas una en la mañana y otra en la tarde



Tipo de cacao Condición

CONVSI: Fino: Orgánico: Convencional:

Obs. Supervisor:













POR SI
US
SIEND

FERMENTACION


POR SU SEGURIDAD
USTED ESTA
SIEMPRE GRABADO


PROHIBIDO EL
FUMAR Y PERSONAS
NO AUTORIZADAS


COOPERATIVA AGRARIA
ALLIMA CACAO
Chocolate Peru

Medidas de PREVENCIÓN de **ALLIMA CACAO** Frente al **CORONA VIRUS**

- 
Lavese las manos
frecuentemente
- 
Mantenga el distanciamiento
social obligatorio
- 
Use su mascarilla de
forma correcta y obligatoria







WARMI
KUNAS

WARMI
KUNAS

WARMI
KUNAS

100%
CACAO
CHOCOLATE
PARA
TAZA

100%
CACAO
CHOCOLATE
PARA
TAZA

100%
CACAO
CHOCOLATE
PARA
TAZA

100%
CACAO
CHOCOLATE
PARA
TAZA

ALTO EN
GRASAS
SATURADAS

Evitar su consumo excesivo

90 GR

90 GR



COOPERATIVA AGRARIA
ALLIMA CACAO
Chocolate - Peru

WARMI KUNAS
100% CACAO
CHOCOLATE PARA TAZA



WARMI KUNAS

100% CACAO
CHOCOLATE
PARA TAZA

WARMI KUNAS

100% CACAO
CHOCOLATE
PARA TAZA

100% CACAO
CHOCOLATE
PARA TAZA





USO OBLIGATORIO DE ALCOHOL EN GUATEMALA
COVID-19

ALCOHOL PURO 96%



LLIMA CACAO



CAJA
Consume lo que
produces



CAJAS
CALLE
CALLE
CALLE
CALLE

Muchas
gracias
por



WARMI KUNAS
100% CACAO
PARA TAZA

WARMI KUNAS
100% CACAO
PARA TAZA

WARMI KUNAS
100% CACAO
PARA TAZA



100%
PARA
TAZA
CACAO

WAFARMIL
HKUNAEAS

ALTO EN
CACAO
NATURAL

90 GR

CACAO

Conservar en un ambiente
seco y seco (16° - 20°C).

Lote:
F.V:

F.P.



CONCENTRADO
DE PULPA
DE CACAO



100g

Reserva
No Azúcar



Registro Sanitario: M6401420N UICOAR
N° lote: 19112002PC

Fecha de p...
19-11-2020

Fecha de m...
20-05-2021



1
SALIDA



USO OBLIGATORIO
DE MASCARILLA
DE SEGURIDAD

GRAN

CALIBRE
3
SALIDA







FERM

SEL

ANTAGIO









Publico: productor

Herramienta: fan page para comunidad, productor

Intereses: trazabilidad, origen, cultura, social, valor para su competencia

Objetivo: fidelizar, enamorar, diferenciarse de los demas



I - EJEMPLO





Cooperativa Agraria Monte Azul

Publicado por Grace Vargas [?]

Me gusta esta página · 19 de junio ·

Admiramos el labor que día a día realizan nuestros Socios para el cuidado de sus fincas y el bienestar de sus familia.

Agradecemos su buen labor y por ser parte de la familia de Cooperativa Monte Azul.

Reconocimiento al socio,
enfoco en su personalidad
= fidelizacion, compromiso



DIA DEL PADRE

GRACIAS POR SER SOCIO



24 DE JUNIO

FELIZ DÍA DEL CAMPESINO



II - EJEMPLO





Cooperativa Agraria Cafetalera "La Prosperidad" de Chirinos

Inicio

Servicios

Tienda

Ofertas

Fotos

Reconoce



Feliz Día del Campesino



Fideliza

COMUNICADO

Estimado socio/a, la cooperativa Agraria Cafetalera La Prosperidad de Chirinos, da a conocer lo siguiente:

Sobre el **SERVICIO ACOPIO 2020**

Sobre el **SERVICIO DE MOVILIDAD PARA RECOJO DE CAFÉ BERGAMINO**

Estamos atendiendo en las oficinas: Chirinos y Ambato.

Horario: Lunes a Viernes 8:00 a.m. - 4:00 p.m. Sábados

Comuníquese a los siguientes números: Cel. 976175482 Cel. 944438239

Horario: Lunes a Viernes 8:00 a.m. - 4:00 p.m.

Comunica



A 2,523 perso

2,664 person

Información

Enviar mens

Agrega un sit

Cooperativa a

Sugerir camb



"EL ARTE DE LOS NIÑOS"

COOPERATIVA CAFETALERA
LA PROSPERIDAD DE CHIRINOS





Feliz Día del
Campesino

Cooperativa Agraria Cafetalera "La Prosperidad" de Chirinos ...
 Publicado por Laprosperidad Cac (?) · 24 de junio a las 20:34 ·

Ustedes campesinos 🌾👨🏫 nos inspiran amar el trabajo en campo 🌿
 y nos enseñan a trabajar la tierra 🌱👨🏫
 ¡¡CAMPESINOS SON EL ORGULLO DE NUESTRA TIERRA 🌾🌍
 ¡¡FELIZ DIA CAMPESINO!! DE LA CAC"LP"



607 116 [Impulsar publicación](#)

Publicado por Laprosperidad Cac (?) · 24 de junio a las 18:19 ·

Francisco Mijahuanca orgulloso de ser socio 🙌 de nuestra cooperativa envía mensaje de motivación y un saludo por el día de campesino #FelizDiaDelCampesino #felizdiasanjuan



Obtén más Me gusta, comentarios y contenido compartido ×
 Esta publicación tiene un mejor rendimiento que el 65% de las publicaciones de tu página. Promocionala para obtener más resultados excelentes.

1,301 293 [Impulsar publicación](#)
 Personas alcanzadas Interacciones

Cooperativa Agraria Cafetalera "La Prosperidad" de Chirinos

- Inicio
- Servicios
- Tienda
- Ofertas
- Fotos
- Videos
- Publicaciones
- Eventos
- Información
- Comentarios
- Empleos

[Promocionar](#)

[Ir al centro de anuncios](#)

Me gusta Siguiendo ▾ Compartir ...

Videos

Como tu cientes?



37 2

Como habia antes y como e...



16 1

Contribuimos al Medio Ambi...



28 2

[Ver todos](#)



Cooperativa Agraria Cafetalera "La Prosperidad" de Chirinos

Publicado por Laprosperidad Cac [?] · 3 d · 🌐

Momentos inolvidables que solo suceden en origen, una de nuestras productoras nos muestra como asar estas sabrosuras.

#CalidadDeCafé

#calidaddevida



1,533

Personas alcanzadas

275

Interacciones

[Promocionar publicación](#)



Cooperativa Agraria Cafetalera "La Prosperidad" de Chirinos

Publicado por Laprosperidad Cac [?] · 6 d · 🌐

Nuestro presidente Sigilfredo Nolasco Elera saluda por el día del café 🌿☕
Peruano.



7,500

Personas alcanzadas

1,290

Interacciones

[Promocionar publicación](#)



Tú y 86 personas más

7 comentarios · 73 veces compartido

Cooperativa Agraria Cafetalera "La Prosperidad" de Chirinos
 Publicado por Laprosperidad Cac · 24 de diciembre a las 10:11

"El espíritu de la Navidad nos acompaña durante estos días, es tiempo de disfrutar de los más hermosos momentos y compartir nuestros mejores sentimientos. ¡Desearles una Feliz Navidad!"
 Queremos realizar un especial agradecimiento a nuestros proveedores que contribuyeron que se realizará un compartir navideño con nuestros niños del distrito de Chirinos entrega de chocolatada y juguetes
 #Empresa de transporte Julon
 #Empresa Estructura metálicas Heros
 #Empresa de tran... Ver más

Realizamos nuestro compartir de la cena navideña queremos agradecer el compromiso y trabajo en equipo del consejo de administración, consejo de vigilancia y comités especializados y a cada uno de los integrantes nuestro equipo técnico y socios y con la bendición de Dios, nos ha permitido lograr las metas de nuestra organización.
 Este 2020 es un año de muchos retos pero con un trabajo en equipo todo se puede lograr, enviamos un saludo Navideño para toda la familia de La CAC La ... Ver más

Cooperativa Agraria Cafetalera "La Prosperidad" de Chirinos
 Publicado por Nataly Fabrikantova · 23 de diciembre a las 10:11

Nuestro querido Socio, Vamos a ver si lo conoces es uno de nuestros directivos de nuestra Cooperativa Dime: Quien es y cual es su cargo en nuestra Cooperativa?

En este mes de Diciembre, que se celebra una fecha muy importante, deseamos a todas las familias y en especial a las nuestros socios que pasen una !!!Feliz Navidad!!! y que disfruten junto a nuestros niños y niñas.
 #Feliznavidad
 #cooperativa #orgullodenustracooperativa



Cooperativa Agraria Cafetalera "La Prosperidad" de Chirinos
 Publicado por Nataly Fabrikantova · 16 de diciembre a las 14:26



Cooperativa Agraria Cafetalera "La Prosperidad" de Chirinos
 Publicado por Laprosperidad Cac · 15 de diciembre a las 12:53

Nuestro amigo y Socio líder Alejandro Gomez nos muestra su labor realizada en sus parcelas de café y disfrutar de hermosos paisajes que hacen una muy grata experiencia
 #calidaddevida #cooperativa #Peru



Aprender!
 Vamos escuchar a Orestes Adrianzen Delgado, el fundador de la cooperativa agraria cafetalera de chirinos.

EMPADRE

Los machos se empadran a los 3 meses y las hembras a los 2.5 meses de edad. Así se garantiza la vida reproductiva de la cuy hembra.

Ingresar al Manual de Crianza de Cuyes

Queremos agradecer la oportunidad a la ONG AGRITERRA de poder realizar un intercambio de experiencias y trabajo cooperativo con los amigos socios, directivos y equipo técnico gerencial de la Cooperativa Laguna de los Cóndores, así mismo se realizó una visita a las parcelas de nuestro socio líder Sr Alejandro Gómez Vargas, Nuestra organización da la bienvenida a la Cooperativa Hermana Laguna de los cóndores y sabemos que estos días de trabajo con la ONG AGRITERRA serán ... Ver más



<https://www.facebook.com/Cooperativa-Agraria-Cafetalera-La-Prosperidad-de-Chirinos-577824322407807/>



Cooperativa Agraria Cafetalera "La Prosperidad" de Chirinos

Publicado por Laprosperidad Cac [?] · 7 de agosto · 🌐

Detrás de cada taza de café ☕, hay una historia que contar, y muchos sueños por cumplir, queremos agradecer el admirable esfuerzo de cada uno de nuestros productores 🧑🌾 de la Cooperativa Agraria Cafetalera La Prosperidad de Chirinos Ltda por todo su trabajo realizado en producir los mejores cafés ☕ de calidad.
#Calidaddecafécalidaddevida



32,960
Personas alcanzadas

3,524
Interacciones

Promocionar publicación

CONCLUSION
REDES SON INSTRUMENTOS QUE AYUDAN A
LOGRAR OBJETIVOS DE TU EMPRESA SI LO USAS
CORRECTO!

3

TRABAJO EN GRUPOS

Trabajo en grupos:

1. Cafetaleros, vendedores del café en grano - export
2. Agrícola (mango, algodón, granos, otro) - export
3. Tostadores y chocolateros, miel – consumidor final
4. Marcas personales (personas)

MI PUBLICO		
X1	X2	X3
NECESIDADES DE PUBLICO		
N1	N2	N3
INTERESES DE PUBLICO		
I1	I2	I3
OBJETIVOS DE MI OGR-ON		
O1	O2	O3
TEMAS PRINCIPALES SEGUN SUS INTERESES Y MIS OBJETIVOS		
T1	T2	T3

4

HOME WORK

TAREA:

1. Define tu publico objetivo
2. Definie temas principales que interesa al publico
3. Establece objetivos de org.-on
4. Definie que temas vas publicar: intereses + objetivos= contenido

USAR PLANTILLA

1. PLANTILLA EN EXEL PARA TRABAJAR EN CASA Y PRESENTAR EN PROXIMO CLASE

MI PUBLICO		
X1	X2	X3
NECESIDADES DE PUBLICO		
N1	N2	N3
INTERESES DE PUBLICO		
I1	I2	I3
OBJETIVOS DE MI OGR-ON		
O1	O2	O3
TEMAS PRINCIPALES SEGUN SUS INTERESES Y MIS OBJETIVOS		
T1	T2	T3

GRACIAS!
NOS VEMOS EN MIERCULES 5.30
P.M.!

Fabrikantova

Expositor: Marketing para Cooperativos
NCBA CLUSA Perú

CORREO / EMAIL
Fabrikantova@bk.ru

TELÉFONO / NUMBER
(+51)952256389



www.ncbaclusaperu.com

