

¡MI MARCA!

Es la liga de cooperativas más grande y antigua en el mundo que trabaja para fortalecer el movimiento cooperativista a través de herramientas que empoderen a los agricultores unidos para mejorar su calidad de vida y fortalecer nuestras acciones

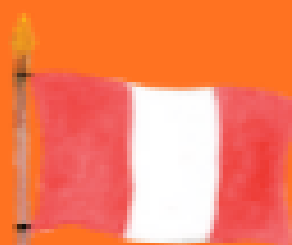
LA IMPORTANCIA DE COOPERATIVAS



Cuando..Los pequeños agricultores se UNEN pueden producir en gran escala a través de esto acceden a tecnología, educación, créditos, oportunidades a un menor costo, aumentando la eficiencia de su negocio. Gracias a las cooperativas en zonas rurales podemos construir un futuro sostenible donde se beneficia a toda la población.

NCBA
CLUSA

**FORTALECIENDO
EL MOVIMIENTO
COOPERATIVISTA**



FABRIKANTOVA NATALY, MARKETING

LA LIGA DE COOPERATIVAS DE USTADOS UNIDOS
100 COOPERATIVAS, 150 MARCAS, 400
PACKAGING, MAS DE 8000 PERSONAS PARA
MARKETING AGRÍCOLA
MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE PRODUCTORES
A TRAVÉS DE MEJORAMIENTO DE SUS INGRESOS



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

1. Que es Marca?
2. Cuales son beneficios?
3. Idea de negocio agroindustrial
4. Producto, proceso, calidad
5. Nombre y Historia
6. Presencia digital, uniformidad, credenciales
7. Diseño de Identidad
8. Registro Marca de la marca
9. Diseño de Empaques y branding
10. Impresion
11. Base de datos y comercializacion



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA CLUSA
National Cooperative Business Association • CLUSA International



**Coop
Business
School**



Que es marca?



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA CLUSA
National Cooperative Business Association • CLUSA International



**Coop
Business
School**

Una marca es

- Nombre
- Diseño, símbolo, imagen
- Topografía determinada
- Colores específicos
- Identidad (el origen de la marca)
- packaging
- Historia
- Reputación
- Imagen - la percepción de los clientes, consumidores
- Precios altos o bajos
- Manera en que se promueve



Una marca se puede definir, en un sentido amplio, como el conjunto de atributos, tangibles e intangibles, que identifican un producto o servicio y lo hacen único en el mercado

Una marca es una identificación comercial primordial o el conjunto de varios identificadores con los que se relaciona y ofrece un producto o servicio en el mercado



*La marca es mucho más que un logo. Más que una página web o una tarjeta empresarial. Tu marca es tu voz en el mercado empresarial, y la oportunidad que tienes para diferenciarte del resto. Es la forma en la que decides presentar tu historia al mundo, y sin duda es la llave del éxito y de la supervivencia. La mayoría de los emprendedores entran en el mercado laboral sin una marca, pero con una **idea**. Esta idea suele contener su **alma**, ser tan personal que es difícil de explicar a los demás. Generalmente piensan que los demás lo deberían entender de forma automática, como hacen ellos, pero esto dista de la realidad. Y por eso la necesidad de desarrollar un mensaje de marca efectivo*



Idea

**Nombre
Historia**

**Identidad
Diseño**

Calidad

Precios

**Forma
Ilegar**

Percepción

Una marca es





Beneficios de tener una marca



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA CLUSA
National Cooperative Business Association • CLUSA International



Coop Business School

Beneficios de crear mi marca

- Negocio personal, experiencia propia
- Fuente de ingresos
- Posicionamiento y respeto
- Formalización de negocio y producto
- Financiamiento no reembolsable (proyectos)
- Brinda oportunidades, contactos
- Ventaja sobre la competencia
- Te diferencian y recuerdan
- Distingue los productos y servicios
- Mejora comercialización
- Genera confianza
- Ahorro a largo plazo/Reducen los costos de marketing
- Incrementa el valor de la empresa
- Activo intangible que tiene valor monetario
- Aumenta el precio por la calidad
- Incrementa el valor de la empresa





Beneficios de tener mi propia marca

Beneficios crear mi marca

- Negocio personal - ingresos adicional
- Ayuda a los padres o cumplimiento de sus sueños
- Experiencia propia: formalizar, invertir, analizar, tomar decisiones, ganar, negociar, perder, asumir errores, flexible, tener trayectoria, aprender llegar a los objetivos a pesar de..,
- Experiencia en marketing - aprender especialidad de marketing: demanda, necesidades, lenguaje, preferencias, diseños gráficos, gestión de redes sociales, comercialización, contactos

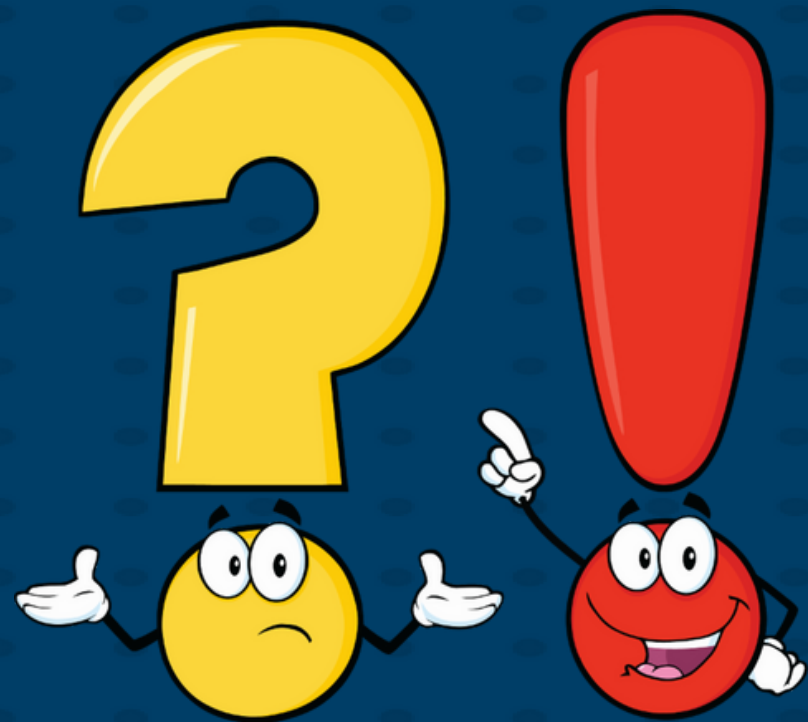






Idea de mi negocio
Producto agroindustrial

Idea



1. De donde vengo? Que conozco? Que puedo hacer? Que me gustaria crear?
2. En que tiene necesidad donde estoy yo? Que le gustaria adquirir o comprar?
3. Cual es mi capacidad financiera/tiempo/conocimientos?
4. Quien me puede apoyar?

Modelo de Negocio: Lienzo Lean Canvas





Producto agroindustrial que cultivan en la finca de mis padres



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA CLUSA
National Cooperative Business Association • CLUSA International



**Coop
Business
School**

Producto agroindustrial

Finca no diversificada

Cafe en grano

Finca diversificada

1. **Cafe tostado molido, cafe tostado en grano**
2. **Cascara de cafe, flor de cafe**
3. **Licor de cafe**
4. **Miel**
5. **Chocolate para taza, bitter, con arandanas**
6. **Pasantillas**
7. **Consultorias**
8. **Proyectos**



Como voy producir?

Cafe tostado molido - variedades, perfil, beneficio humedo

Labaratorio donde va tostar y moler? cuanto va costar (3.5s/)

Como voy empacar - en empaque 0.7 s/



Como voy producir?

Cascara de cafe, flor de cafe - deshidratar, empacar



Como voy producir?

Licor de cafe..



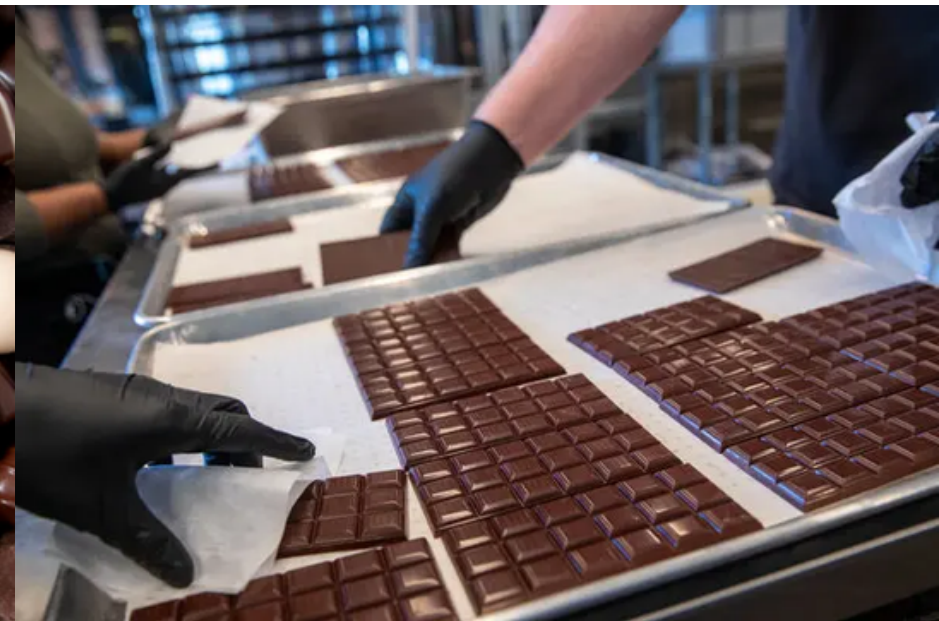
Como voy producir?

Miel.. demanda mas alta que oferta..



Como voy producir?

Chocolate para taza, bitter, con arandanas - marca blanca



Plan de actividades Pasantías - que mostrar, enseñar, transmitir y cunato ganar!



pasantias fincas cafetaleras



Todo Imágenes Noticias Maps Vídeos Más Herramientas

Colecciones Búsqueda Segura



ANDINA Cafetaleros de Junín realizan pasantía en finc...



Google Sites Pasantias - ANTAMI TOURS



Envol Vert Pichanaki : Pasantía en tor...



Google Sites Pasantias - ANTAMI TOURS



U.S. Agency for International Development Comunidad de Cafés Especiales potenciará la pr...



APP BUSINESS Pasantía Especializada: La Ruta del Café versión Chir...



Perú 21 Café peruano: Comunidad de Caf...



ANDINA Capacitan a productores del Monzón en cultivo...



Agraria.pe Abren convocatoria para curso sobre café sost...



APP BUSINESS Pasantía Especializada: La Ruta del Café versión El g...



Barinopia Cinco fincas cafetalera...



Revista Gana Más Presentan proyecto Comunidad de Cafés E...



Inforegion Desarrollan pasantía en Costa Rica para r...



La Ruta del Café Peruano Turismo vivencial: La ruta del café en dist...



USAID DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA



NCBA CLUSA National Cooperative Business Association • CLUSA International



Escuela de CoopMarketing



El Mercurio



Actiweb



Issuu



Facebook

Plan de actividades Consultorias - que voy aprender, enseñar, ganar

Un dia= de 150 a 1500 soles



Turismo vivencial: La ruta del café en distintas regiones

Creador: Aygel Alfaro
Copyright: Aygel Alfaro
¿Quieres saber de dónde proceden estos datos? [Más información](#)



Google

Bolsa 250g Fuerte – Comp... Café Compadre Molido Medio... Café Compadre : Economía ... CAFE SOLAR 250 gr. by C... CAFE COMPADRE – Ku...

compadre.pe [Compadre – Café que...](#)
IPAE [Compadre, el café solar...](#)
La Ruta del Café Peruano [Café Compadre: Más que una taz...](#)
EcoSpace [EcoSpace](#)
compadre.pe [Compadre – Café que...](#)

IPAE [Compadre, el café solar que em...](#)
EiComercio.pe [VIDEO\] Café compadre, marca que reva...](#)
Ripley.com · En stock [Ripley - PACK CLÁSICO CAFÉ COMP...](#)
Facebook [Café Compadre - Home | Facebo...](#)

Canal IPe [Café Compadre: un café socialmente respons...](#)
Facebook [Café Compadre - Un buen...](#)
Economía Verde [Café Compadre : Economía ...](#)
NESsT [Café Compadre | NESsT](#)

Crustal Olitegral [Café Compadre](#)
[Café Compadre](#)
[Café Compadre](#)



Café Compadre : Economía Verde
Las imágenes pueden estar protegidas por derechos de autor. [Más información](#)

Como voy producir?

Proyectos - que base tener, como buscar y como participar

<https://ncbaclusaperu.com/80-fondos/>



¿La competencia te deja atrás?



Para llegar a tus clientes y sobresalir entre tu competencia necesitarás renovar tus equipos, digitalizar tu negocio, innovar y diversificar tu empresa o, en otras palabras, **necesitarás capital**.

Capital para acceder a pasantías y obtener certificaciones, que mejore tu propuesta comercial y te permita crecer al ritmo del mercado.

[Obtener financiamiento](#)

¿Sabes cómo obtener capital para tus proyectos?



En la actualidad podrías invertir en una cuenta de ahorros, enfocarte en tus clientes antiguos para asegurar ventas o incluso solicitar un préstamo, pero queremos que conozcas otra opción: **los fondos concursables y no concursables de recursos no reembolsables**.

Para acceder a estos fondos, deberás presentar un proyecto que cumpla los requisitos de cada entidad organizadora. En el Perú existen cientos de fondos que te ayudarán a lograr los objetivos más importantes de tu organización.

[Obtener financiamiento](#)



¿En qué puedes utilizar los fondos?

Planifica

tu próximo plan de abonamiento, mejora la productividad y calidad de tus cultivos y accede a mejores mercados con mejores precios.

Diversifica

tus cultivos y fideliza a tus socios mejorando la calidad de vida de sus familias.

Aprende

de los líderes de tu industria, capacitando a tus trabajadores con pasantías internacionales y replicando sus aprendizajes en tu cooperativa.

Impulsa

a las mujeres y jóvenes de tu cooperativa para que formulen proyectos que mejoren la producción y calidad del producto, y así generen sus propios ingresos.

En el Perú hay más de 200 fondos y miles de oportunidades de financiamiento todos los años

3 alternativas para encontrar tu fondo ideal

Categoría del fondo

Tipo de financiamiento

Entidad organizadora

Innovate?

VALIDACIÓN DE LA INNOVACIÓN



Innovate?

RETO BIO 2019



CONCYTEC

PROYECTOS DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL



Innovate?

SELECCIÓN DE ENTIDADES PROVEEDORAS DE SERVICIOS TECNOLÓGICOS



Innovate?

INNOVACIÓN PARA LA MICROEMPRESA



Innovate?

PASANTÍAS TECNOLÓGICAS





Costos de cada producto o actividad



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA CLUSA
National Cooperative Business Association • CLUSA International



**Coop
Business
School**

Cafe tostado molido

1. Cafe en grano (20s/ -30%)
2. Tostado molido 4s/
3. Envase 0.5 s/
4. Empaque 0.9s/
5. Registro sanitario (680+30+5)/1000/4
6. Registro de la marca 530/1000/4
7. Diseño de identidad y empaque (100+100+150)/1000/4
8. Creación de canales de venta: redes sociales (mi tiempo diario) 1hr 10s/ x5x4 = costo mensual
9. Comercialización: base de datos, comunicación, visitas
10. %promoción (pasajes, flyer, muestra)

NUEVA LINEA DE PRODUCTOS



COMPRA AHORA



Plan de actividades



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA CLUSA
National Cooperative Business Association • CLUSA International



Coop Business School

Plan de actividades

1. Definir perfil y costo de 1 kilo de cafe;
cuantos calidades o perfiles puedo producir
1. Definir nombre y crear historia
2. Diseñar la Marca
3. Diseñar empaque
4. Crear Redes Sociales
5. Crear empresa para facturación o sacar RUC
6. Registrar la Marca
7. Sacar registro sanitario
8. Comprar empaques
9. Imprimir etiquetas, tarjetas, flayer
10. Hacer base de Datos
11. Enviar la propuesta
12. Visitar a los clientes potenciales
13. Hacer plan de contenido
14. Hacer publicación y promociones en canales
15. Hacer lista de ferias gratuitas





**Una finca
4 perfiles**

4 productos=4 precios



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA CLUSA
National Cooperative Business Association • CLUSA International



**Coop
Business
School**

Calidades y variedades

- *Perfiles de cafe segun variedad; método (lavado, honey, natural, fermentación anaerobica); tipo de tostado y molido (claro, oscuro, suave); con notas adicional (con toque de piña, guaba, limona, fresa)*
- *Sacar ficha tecnica - descripción de perfil de cafe - el valor*

Cliente siempre busca variedades





Nombre de marca

Historia



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA CLUSA
National Cooperative Business Association • CLUSA International

Naming o nombre

*Causar impacto, único, llamativo, distinto, original
Brevedad, concisión, expresar la idea con pocas*

palabras, fácil de recordar.

*Facilidad de escritura y pronunciación-
conoce el público objetivo*

Qué tan agradable suena

Mensaje que transmite

Facilidad de recordarlo -

lo asocien con el valor (café)

Innovación tendencia

Referencias de otros idiomas

El naming es el un conjunto de técnicas utilizadas para desarrollar y crear nombres de productos, servicios, empresas, eventos o un proyecto en general.





**Piensa el nombre de una
tyua marca de cafe y
explica por que**



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA CLUSA
National Cooperative Business Association • CLUSA International



Que historia detras de tu marca? Como vas justificar



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA CLUSA
National Cooperative Business Association • CLUSA International

Justifica nombre de tu marca



Bosques Tropicales

El segundo tesoro de Curimaná son los bosques tropicales de cedro, caoba y tornillo. Hogar de sajinos, venados y pequeños monos saltarines que han desarrollado particulares colas prensiles para maniobrar ágilmente entre los árboles.

En estos espesos bosques las aves hacen sentir su presencia a través de sus armoniosos cantos. Cada centímetro de esta tierra está bendecida con una biodiversidad única e inconfundible. Aquí, entre el verde esmeralda de los árboles, destacan los quacamayos, aves sagradas y onigmáticas, de vivo plumaje multicolor; surcan con grácil vuelo los ríos y lagunas buscando un lugar idóneo para alimentarse.

El follaje de este encantador bosque tropical también es el escondite perfecto para el pecarí, el roedor más grande del mundo. Ruchoncho y risueño en su aspecto, esta adorable especie tiende a vivir cerca de los ríos y cochas alimentándose de las plantas

más jugosas y tiernas que crecen en sus orillas.

La vida no solo rebose en tierra, la cuenca del río Amazonas alberga también una gran variedad de vida salvaje en sus profundidades. Aquí, en estas turbulentas y misteriosas aguas habita el paiche, soberano de los ríos, el pez de agua dulce más grande del mundo puede superar con creces los 3 metros de longitud.

La mítica y majestuosa anaconda también comparte estos territorios. Sigilosa y cauta, habita cerca a los poco profundos cursos de agua, buscando presas como armadillos y venados a los que engulle enteros. La anaconda es parte del mágico folklóre de la selva y en su honor existen mitos y leyendas apasionantes.



Comprador investiga, busca y quiere que demuestras POR QUE!!!

Debes demostrar con hechos, imágenes, números, historias, testimonios, por que ESTE NOMBRE

Dolche vita o Hachy Coffee

Historia relacionada con experiencia de tu familia, lugar origen, sueño, producto



Cuenta historia de tu marca



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA CLUSA
National Cooperative Business Association • CLUSA International



Logo



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA **CLUSA**
National Cooperative Business Association • CLUSA International

Justifica nombre de tu marca

Simplicidad - sencillo y no contener elementos decorativos superficiales..

Pero en la moda ilustraciones que muestran idea en mas detallas

Originalidad - fácilmente recordable e identificable

Representativo - mostrar la esencia de la marca y reforzar su mensaje; tener logica con producto y historia

Escalabilidad - reproducible a cualquier tamaño y adaptable a varios formatos (serigrafia, bordado, tamaño 1x1sm, compatible con aliados)

Pregnancia

La pregnancia es la capacidad de una forma visual de captar la atención y ser recordada por la gente

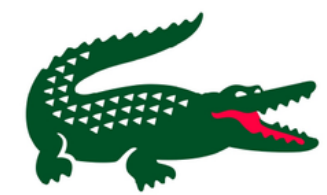
Relevancia - atractivo para tu público objetivo.

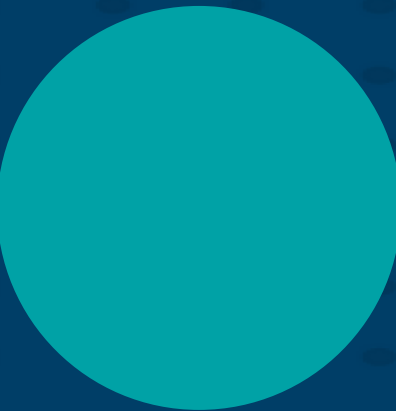


Tipos de logos

Diferentes tipos de logos

Logotipo	Imagotipo	Isotipo	Isologo
Solo tipografía	Conjunto de tipografía y pictografía	Solo pictografía	Tipografía y pictografía unificados





Manual de la marca



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA **CLUSA**
National Cooperative Business Association • CLUSA International

Qué es un manual de identidad

*El manual de identidad es un documento en el que se recogen las líneas maestras de los elementos que definen tu marca, y cómo deben usarse. Es fundamental que todas las personas que trabajan en torno a tu marca (de forma interna o externa) **tengan una guía de referencia y sepan utilizar de forma correcta los elementos gráficos corporativos.***



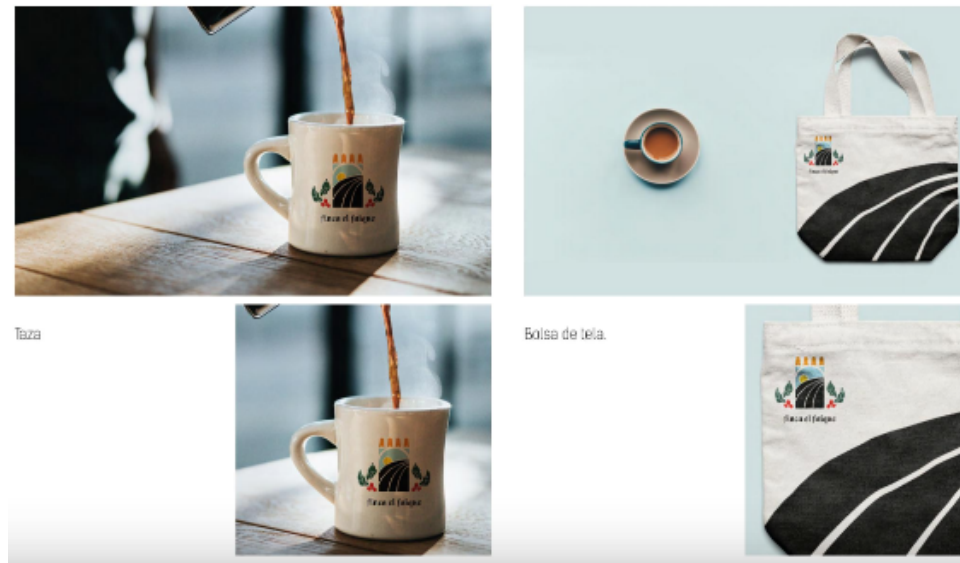
- issuu.com/home/published/brandbok_bajares_120dpi_14mb_1_
- issuu.com/home/published/finca_el_faique_-_manual_
- issuu.com/home/published/amazonas_microlote._coffee_-_brandbook



¿Qué debe incluir un manual de identidad?

Definición de la marca, que significado tiene **Logotipo** una breve explicación sobre el mismo

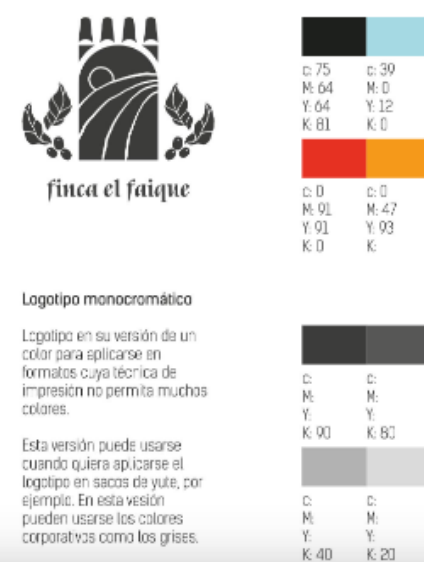
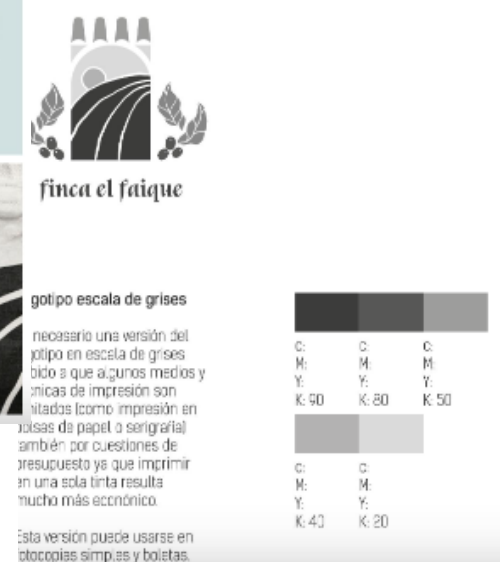
- **Construcción del logotipo** una cuadrícula y detallar proporciones y medidas del mismo
- **Tamaños mínimos de reproducción del logo**
- **Colores.:** Pantone, RGB, CMYK
- **Versión en blanco y negro del logotipo.**
- **Versiones cromáticas.**
- **Usos no permitidos del logo.**
- Tipografías fuentes tipográficas utilizadas en el logo y sus variantes (papelería, etc).
- Papelería La guía de estilo tendrá que reflejar todo lo relacionado con la imagen para tarjetas , carpetillas, hojas en distintos tamaños, **sobres, facturas,**
- Usos audiovisuales y medios sociales- el comportamiento del logo ante fotografías o vídeos.
- **Branding para venta-** polo, gorro, tazas
- **NADA MERCHANDISING**



Paleta de colores



Variantes del logo



Aplicaciones





Crear redes sociales (Premaratón)



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA CLUSA
National Cooperative Business Association • CLUSA International

CDP
Cooperative Development Foundation

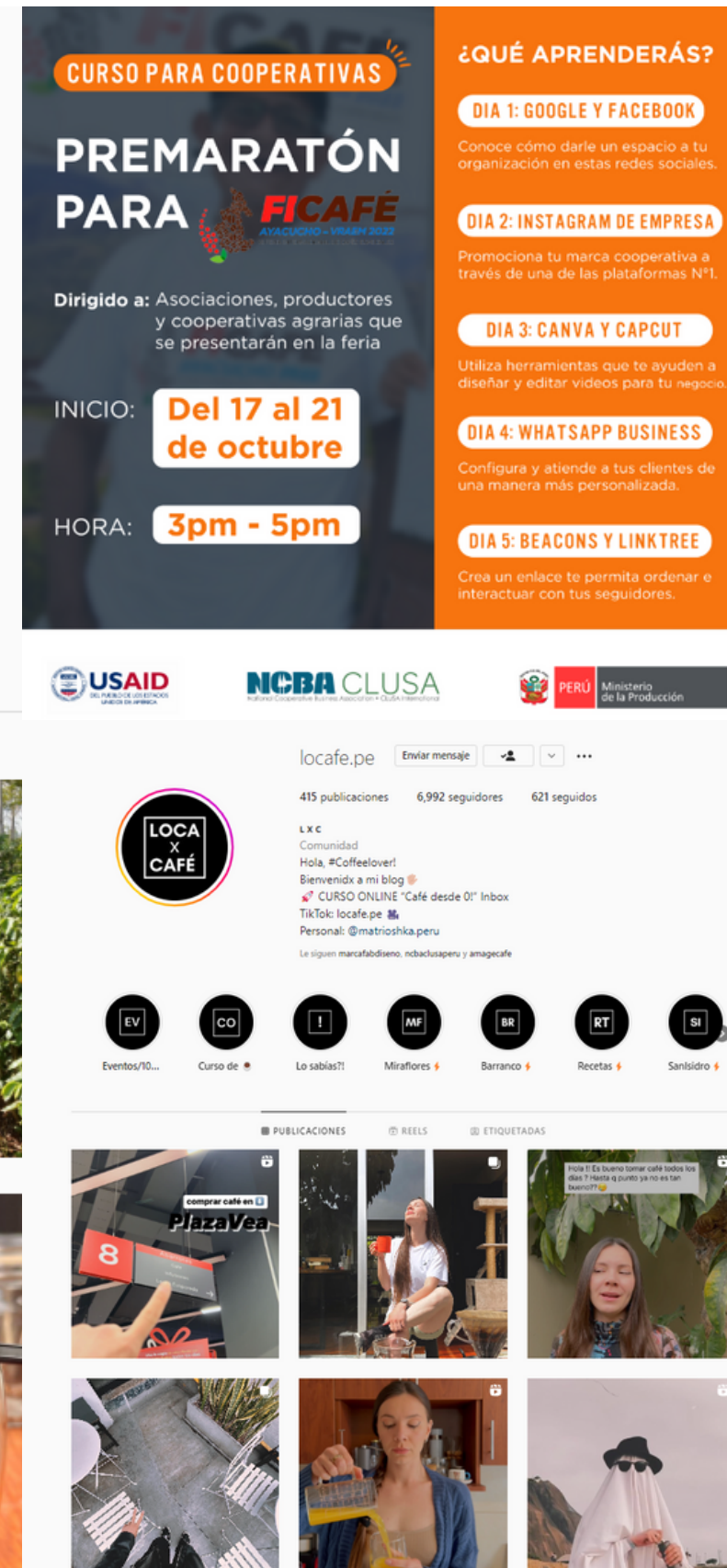
**Coop
Business
School**

IDENTIDAD DIGITAL

Corto, simple recordar y escribir
De que trata marca: café, chocolate, finca -
entendible + Coffe o cacao (si juntan dos productos')

UNIFORMIDAD - IGUALDAD 100%

1. Nombre correo en gmail
2. Google Business
3. Facebook=instagram=pagina web (dominio)
4. que es dominio y que es hosting: 50s/+1507350s/
en el año+desarrollo de landing page
5. Business Whatsapp 3.0 cafe
6. Catalogo para Facebook, Instagram, business
WhatsApp, issue, bio
7. QR Permanente
8. Cuenta Canva para diseños gratuitos
9. Plantilla para redes - diseñador profesional
10. Teléfono que SIEMPRE CONTESTA!
11. Mensajes guardados (si) y mensajes **automáticos**
(no)



- nbaclusaperu.com/cursos/anatomia-de-coop-marketing/
- nbaclusaperu.com/eventos/premaraton-para-ficafe/



Diseño de empaque



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA **CLUSA**
National Cooperative Business Association • CLUSA International

CDP**F**
Cooperative Development Foundation

Coop
Business
School

Diseño de empaque



1. *Presupuesto para 1000 bolsas.. ejemplos..: cajas, etiquetas, stikers, seragrafia, costo con válvula y sin valvula,*
2. *Traslado, almacenado*
3. *Mi idea*
4. *Perspectiva en futuro.. de variedades..chocolates.. polos,, gorros..*
5. *Ficha técnica para control*



• <https://www.instagram.com/marcafabdiseno/?next=%2F>

• https://issuu.com/home/published/curiman_folletonacional

• https://issuu.com/home/published/etiquetas_wayra Inkawasi presentaci n 1

Folleto

Juntos hacia el desarrollo



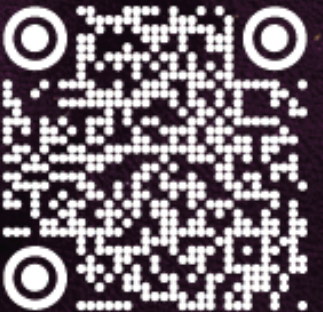
Coopacnor
Cooperativa agraria
Cumbres del norte



Conócenos



Contáctanos



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA CLUSA
National Cooperative Business Association • CLUSA International

**Escuela de
CoopMarketing**

Folleto

1. *Contar tu historia*
2. *Despertar el deseo de comprar o consumir*
3. *Costo de diseño no es igual costo de impresion (150 flayer o 3500 folleto)*
4. *Mejor flayer A5*



Formalidad



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA CLUSA
National Cooperative Business Association • CLUSA International

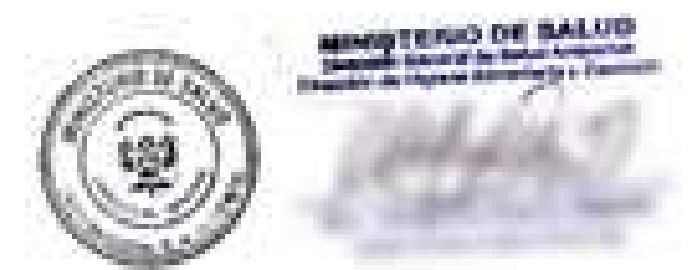
Escuela de
CoopMarketing

Registros



Formalidad de negocio: permiso vender en tiendas, HoReCa, facturar, mayorista, empresas (minas, bancos, colegios, otros)

- **Registrar empresa en SUNAT** (mejor ir a SUNAT y contratar un contador) 200s/-500 s/
- **Registrar marca** en forma online 530 soles o directo visitando INDECOPI
<https://www.indecopi.gob.pe/marcas-como-lo-hago>
https://www.indecopi.gob.pe/documents/2879220/2881490/GUIA_REGISTRA_MARCA
- **Registro sanitario:** 680 s/ cafe (muestra de mi producto, mi DNI)
https://www.youtube.com/watch?v=_OJ6x6eHIZc





Compra envases - empaques



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA CLUSA
National Cooperative Business Association • CLUSA International

Escuela de
CoopMarketing

Envases o empaques

google.com/search?q=empaques+para+cafe+peru+comprar&ni=es&sxsrt=ALICzsZmSDCVggwfC89in-8t3SsNwfSt3g%3A1667971398901

Google

empaques para cafe peru comprar

Cerca de 7,830,000 resultados (0.53 segundos)

Anuncios · Comprar empaques para cafe peru comprar

S/ 29.00 Tiendamia.c...	S/ 129.99 Mercadolibr...	S/ 109.00 Green Hous...	S/ 100.00 Tiendamia.c...	S/ 137.05 m... USD 35.00 ... Alibaba.com

Sitios

BOLSAS PARA CAFÉ PERU
5,0 ★★★★★ (1) · Fabrica de bolsas de plástico
Pueblo Libre · 91 221 116
Cerrado · Abre a las 08:00

Mitu Alimentaria
5,0 ★★★★★ (5) · Empresa de embalaje
Jr caraveli 1072 Breña Municipalidad Metropolita...
Cerrado · Abre a las 09:00

Paginas oficiales de Peru con historial en redes sociales - comentarios de personas reales

<https://bolsasparacafe.pe>

BOLSAS PARA CAFÉ PERU – Bolsas para todo tipo de ...

Podrá elegir entre una variedad de colores, bolsas de diversas capacidades y formatos, así como accesorios que permitan realzar la presentación del café, ...



<https://listado.mercadolibre.com.pe> > empaques-para-cafe

Empaques Para Cafe - MercadoLibre

Envíos Gratis en el día ✓ Compre **Empaques Para Cafe** en cuotas sin interés! ... Bolsa **Empaque Para Envasar Café Trilaminado 1/2 Kg X 100 Und.**



<https://listado.mercadolibre.com.pe> > bolsas-para-empac...

Bolsas Para Empacar Cafe | MercadoLibre

Envíos Gratis en el día ✓ Compre Bolsas **Para Empacar Cafe** en cuotas sin interés! Conozca nuestras increíbles ofertas y promociones en millones de ...

<https://envapack-peru.com>

Envapack Perú

Empaques de alta barrera para alimentos y productos que preservan el ... y comercialización de empaques para diversos productos como: café, granos, ...

[Productos Naturales](#) · [Servicios](#) · [Nosotros](#) · [Contacto](#)

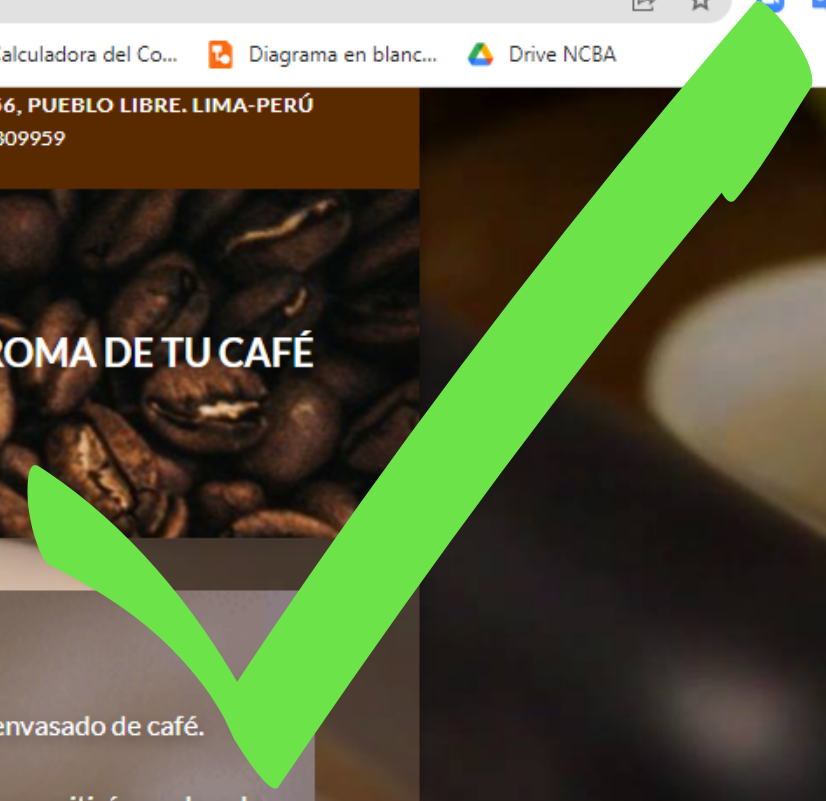


CONSERVAMOS EL BUEN SABOR Y AROMA DE TU CAFÉ

ESTIMADO CLIENTE

Le damos una cordial bienvenida al mundo de las bolsas para café, donde encontrará la solución a sus necesidades para el envasado de café.

Ud. Podrá elegir entre una variedad de colores, bolsas de diversas capacidades y formatos, así como accesorios que permitirán realzar la presentación del café, siempre en un empaque que proteja las características propias del grano alargando la vida útil del producto.



¿Qué vas a empacar?

Empaques

Máquinas



Servicios

Nosotros

Contacto

NUEVAS SOLUCIONES EN EMPAQUES

Empaques de alta barrera, para alimentos y productos que preservan el contenido en óptimas condiciones prolongando su vida útil

CONOCE MÁS



¿Quiénes somos?

Nos dedicamos a la importación, fabricación y comercialización de empaques para diversos productos como: café, granos, pulverizados, etc. Contamos con una gran variedad de colores y medidas para cada producto.

Nuestros Servicios

En ENVAPACK PERÚ sabemos que lo más importante es la satisfacción de nuestros clientes. Es por este motivo que nuestro compromiso es ofrecer un servicio que cumpla y supere sus expectativas.



Mostrar todo

Impresión de empaque



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA CLUSA
National Cooperative Business Association • CLUSA International

**Escuela de
CoopMarketing**

ENVASES Y EMPAQUES

1. Ficha técnica de diseñador
2. Mockup
3. La lista de imprentas (preferible con experiencia)
4. Comparar Precios
5. NO CONFIAR
6. Revisar el archivos para impresion
7. Pedir elaborar la muestra (50s/)
8. Coordinar y ser atento al control de impresión



Impresión de empaque



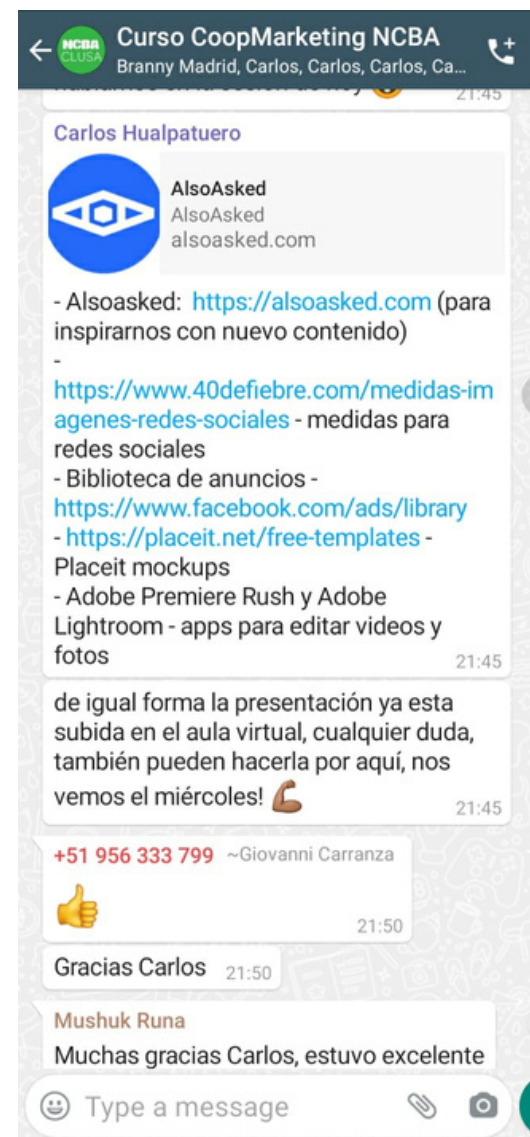
USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA **CLUSA**
National Cooperative Business Association • CLUSA International

**Escuela de
CoopMarketing**

PROMOCION Y VENTA

1. Hacer base de Datos: HoReCa, Tiendas, al rededor a potenciales consumidores o clientes
2. Enviar la propuesta: correo, whastapp, llamada, mensaje en telefono, redes sociales de empresas
3. Visitar a los clientes potenciales en forma presencial, dejar una muestra (tamaño 100gr)
4. Hacer plan de contenido para redes (enlase de curso de Escuela)
5. Hacer publicación y promociones en canales digitales
6. Hacer lista de ferias gratuitas en tu ciudad: responsables en municipalidades



**LA EXPERIENCIA NO ES LO QUE TE
SUCEDE, SINO LO QUE HACES CON
LO QUE TE SUCEDE.
ALDOUS HUXLEY**



FABRIKANTOVA NATALY

MARKETING PARA COOPERATIVAS

LIGA DE COOPERATIVAS DE ESTADOS UNIDOS



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA **CLUSA**
National Cooperative Business Association • CLUSA International



Coop
Business
School

producerstrust.mkt.coop/

Regístrate en el próximo curso de
FOTO Y VIDEO CON CELULAR

Durante 5 días de clases,
aprenderás acerca de:

- Definición de estrategias
- Foto con celular
- Diseño Gráfico
- Producción de video



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA CLUSA
National Cooperative Business Association • CLUSA International

 **DEVIDA**
Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas

 **PRODUCERS**
— MARKET —

Síguenos y sé el primero en enterarte de nuestros eventos:



@NCBACLUSAPERU



ncbaclusaperu.com



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

NCBA **CLUSA**
National Cooperative Business Association • CLUSA International



Coop
Business
School