



Creación de Redes Sociales y Marketing

iBERCINAS

Acuerdos de Participación

- Todas los comentarios son importantes
- La palabra tiene que circular
- La participación dura máximo 2 minutos
- Escuchar con atención y respeto a mis compañer@s
- Tomar agua / hidratarte
- Tener libreta para notas
- Tendremos un receso para descansar
- **Funcionamiento de las reuniones:**
 - Opcional la apertura de cámara
 - Microfonos apagados
 - Participaciones: Levantar la mano y poner preguntas por chat



Plan de difusión





Estrategia sin táctica es el más lento camino hacia la victoria.

Las tácticas sin estrategia son el ruido antes de la derrota.

-Sun Tzu

IBEROCINAS

Plan de Difusión



Metas

Reconocimiento
Tráfico
Seguidores
Interacción
Mensajes



VS



Audiencia



Contenido y Canales



Analíticas





Diseño

iBERCINAS

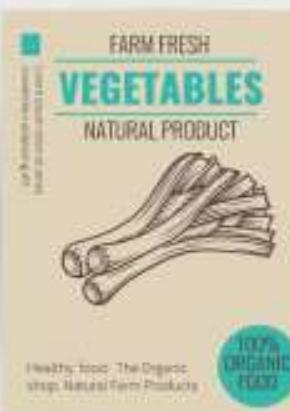
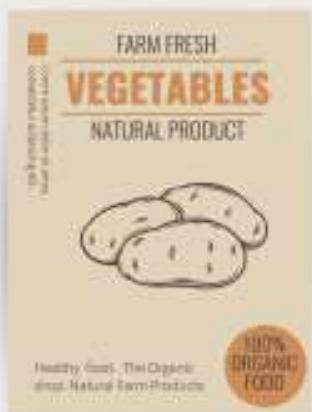
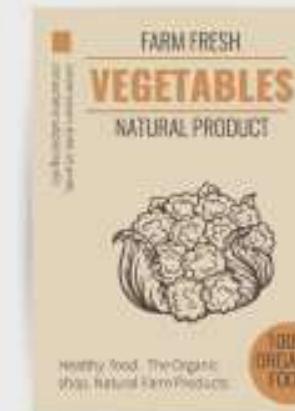
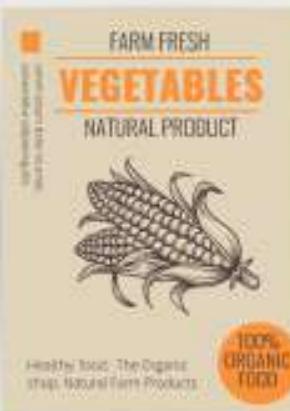
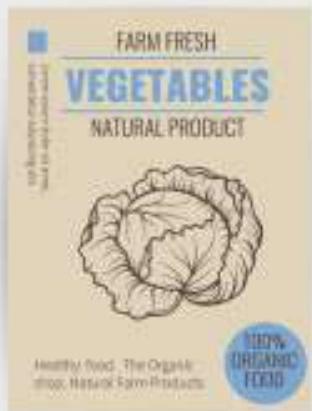
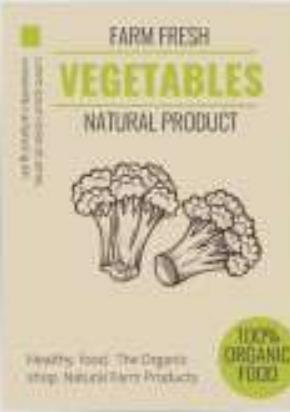
CRAP

Contraste



CRAP

Repetición





Alineación



CRAP

Alineación

THE FUTURE OF BUSINESS STARTS HERE.

UNIVERSAL PITCHES LTD

ABOUT US

JONATHAN BROWN

MEET THE TEAM

PETER SMITH

JENNY JONES

JOHN DODD

OUR SERVICES

OUR SERVICES

OUR CLIENTS

TABLE EXAMPLE

GRAPH EXAMPLE



Producción

IBEROCINAS

¿Antes de grabar?



¿Cuál es el objetivo?

¿Cuál es el mensaje que quiero transmitir?

¿Qué debo/quiero grabar? (elementos, planos, momentos)

¿En dónde se va a ver mi video?

¿Qué luz y sonido me convienen?

¿Qué edición se necesita?



¿Cuál es el objetivo / mensaje?

Reconocimiento

Interés

Entretenimiento

Seguidores e Interacciones

Convencer / Vender



¿Qué debo/quiero grabar?



Elementos

- Fondo
- Ingredientes
- Objetos en el fondo

Planos

- Manos, medio cuerpo, cuerpo completo, rostro

Momentos

- Actividad
- Tiempos de espera



¿En dónde se va a ver mi video?



Luz y sonido



Canciones de fondo, voces, sonidos

Edición



Logo

Subtítulos

Branding

Audio

Información de contacto

Descripción, hashtags





Ideas y Ejemplos

iBERCINAS

Estrategias prácticas

1. Mostrar lo que pasa detrás

La transparencia genera confianza.

- Comparte el **tras bambalinas** de cada evento o producto: preparación, reuniones, montaje, limpieza, risas, nervios.
- Enseña que el proceso **también es parte del valor**: no solo el resultado final.
- Ejemplo visual: fotos espontáneas, manos trabajando, ollas hirviendo, instrumentos en uso.

Frases sugeridas:

“Así se prepara la magia.”

“Lo que no se ve, también cuenta.”

“Cada evento tiene muchas manos detrás.”

3. Historias del alimento

Conocer el origen fortalece el vínculo.

- Cuenta los **procesos detrás de cada ingrediente**: la siembra, cosecha, molienda, fermentación, cocina.
- Usa imágenes reales, sonidos del campo o pequeños relatos de quien cultiva o cocina.
- Estas historias no solo informan, **emocionan y educan**.

Frases clave:

“Este maíz fue sembrado en luna creciente.”

“Cada grano tiene una historia que empieza en la tierra.”

“Cocinar también es honrar a quien sembró.”

2. Testimoniales que suman

Las voces nuevas refrescan la comunidad.

- Muestra historias de personas que **acaban de unirse**: por qué llegaron, qué las inspiró, qué aprendieron.
- Evita el formato “publicitario”: mejor usar tono de conversación o anécdota.
- Pueden ser breves clips en redes o retratos con una cita real.

Frases guía:

“Yo vine a ayudar y me quedé por el cariño.”

“Nunca imaginé que cocinar fuera una forma de sanar.”

“Aquí todos tenemos algo que aportar.”



Estrategias prácticas

4. Las personas detrás del proyecto

Humanizar es conectar.

Presenta a cada persona del equipo o comunidad: sus tareas, talentos y sueños.

No solo “qué hacen”, sino **qué los mueve**.

Muestra roles diversos: quien cocina, quien diseña, quien limpia, quien siembra, quien comunica.

Frases sugeridas:

“Cada quien tiene un fuego que alimentar.”

“Aquí, todos somos parte de la receta.”

“Lo colectivo se hace con rostros.”

6. Comunicación viva en redes

Las redes como tejido, no escaparate.

- Evita feeds perfectos: prioriza fotos reales, imperfectas, humanas.
- Usa videos cortos, sonidos naturales, frases hechas a mano o escritas a lápiz.

Crea secciones como:

Hashtags

Preguntas

Encuestas

5. Documentar el proceso

El registro también es memoria.

Motiva a registrar fotos, anécdotas y aprendizajes de cada actividad.

Ese material sirve para redes, informes o exposiciones, pero también como **memoria colectiva**.

Incluso errores o imprevistos pueden volverse aprendizajes valiosos.





VIDA, A.C.
October 14, 2022 ·

Hoy es un día muy especial para nosotr@s, nuestra querida maestra Tihui Campos, nuestra querida doctora, que hace un gran trabajo de vincular a estudiantes, la academia y la ciudad con las familias campesinas, esta de manteles largos, celebrando su cumpleaños, agradecemos a la vida que personas maravillosas como ella sean parte de nuestra asociación, agradecemos que sea parte de nuestro consejo honorario, desde los cafetales le deseamos un feliz cumpleaños!!

2 ● 1
 Like Comment Share



“Las redes sociales se cuidan
como se cuida una semilla: con
tiempo, manos y propósito
compartido.”

IBEROCINAS