

1 DE JULIO DE 2025

Sesión n°18:

E-commerce y marketing digital para productos agroalimentarios



...



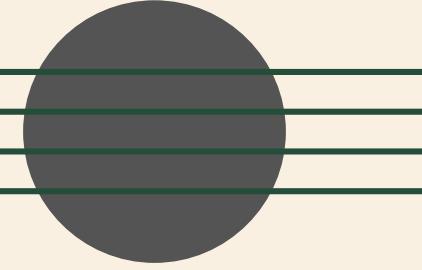
Financiado por
la Unión Europea

Raíces digitales: Cómo hacer crecer una marca agroalimentaria caribeña en Internet

Chavara Roker
Chiccharney Farms Ltd.



NUESTRO HISTORIA



Chiccharney Farms tiene su sede en la isla de Andros, en las Bahamas. Nuestro nombre procede de una leyenda asociada a la isla. Nuestro viaje comenzó por necesidad. Los agricultores locales no recibían una compensación justa del gobierno, así que decidimos tomar cartas en el asunto: llevar nuestros productos directamente a los clientes y crear una marca que ha crecido en tamaño y reputación.

Hoy somos una empresa agroalimentaria dirigida por mujeres que se especializa en la producción de productos locales y ecológicos y ofrece tés de arbusto tradicionales, productos de valor añadido como salsas y hierbas secas y eventos presenciales como visitas a granjas, mercados emergentes y talleres. Todo ello mediante el uso del marketing digital y la creación de marca en línea.

CRONOLOGÍA DE LOS SUCESOS

2013

Inicio de la empresa con 1 fundador. Empezamos a comercializar en Facebook

2015

Digitalizamos y lanzamos nuestro primer sitio web para vender nuestros productos y servicios en línea. Profundizamos en el uso de las redes sociales

2020

Durante la pandemia mundial, Exclusively vendió en línea más de seis cifras, lo que llevó a ampliar la empresa a una segunda granja debido a la demanda.

2025

Inauguramos nuestra nueva tienda en una comunidad de rápido crecimiento en enero de 2025.

LA IMPORTANCIA DEL MARKETING DIGITAL

¿CON QUÉ FRECUENCIA SE CONECTA?

Desde el principio, el marketing digital ha desempeñado un papel crucial en el crecimiento y la visibilidad de Chiccharney Farms.

Cuando empezamos, no teníamos ni escaparate, ni distribuidor, ni intermediario. Lo que teníamos era un teléfono, una cuenta de Facebook y una fuerte conexión con nuestra comunidad. Empezamos compartiendo nuestra historia en Internet, publicando lo que cultivábamos y por qué era importante. También fue allí donde pudimos hacer algunas de nuestras primeras ventas y conocer a nuevos clientes.

A lo largo de los años, gracias al uso de plataformas como Instagram, Facebook y WhatsApp, pudimos:

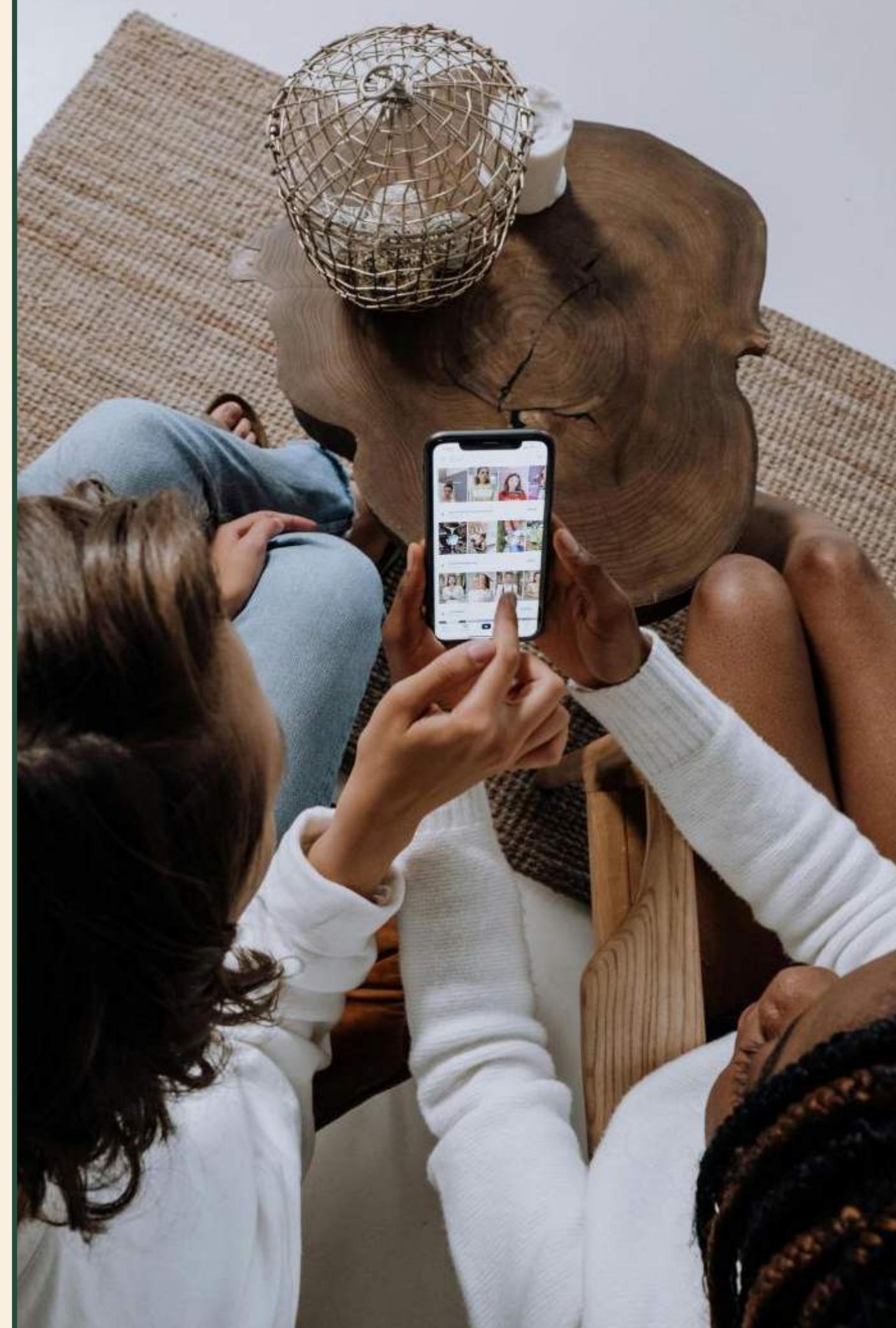
Generar confianza con nuestros clientes a través de la transparencia y la coherencia

Crear una marca reconocible basada en la cultura y la narración de historias.

Lanzar pop-ups, eventos en granjas y ofertas de temporada utilizando herramientas gratuitas y accesibles

Educar a nuestro público en todos los ámbitos, desde el té de arbusto hasta la soberanía alimentaria.

Promocionar y vender productos directamente a los consumidores,



HERRAMIENTAS Y ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

Las herramientas digitales han sido clave para construir nuestra marca y llegar a los clientes allí donde están.

Utilizamos Instagram y Facebook para contar nuestra historia, compartiendo contenidos entre bastidores, productos destacados y actualizaciones de la granja. Estas plataformas nos ayudan a conectar con los clientes de forma visual y personal.

Diseñamos todo nuestro contenido -folletos, menús, anuncios- con Canva, para asegurarnos de que todo lo que publicamos es claro, con marca y profesional.

También potenciamos publicaciones selectas en Instagram y Facebook para llegar a nuevos públicos más allá de nuestros seguidores inmediatos. Todo ello, combinado con opiniones auténticas de clientes en plataformas como Google y Facebook, aporta a la empresa una valiosa prueba social que ayuda a los compradores potenciales a sentirse seguros y conectados antes de realizar una compra.

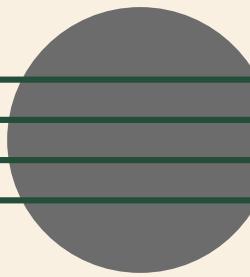
Estas herramientas gratuitas y de bajo coste nos han ayudado a crear una presencia en línea coherente y de confianza sin necesidad de un gran equipo de marketing ni presupuesto.



ESTRATEGIAS QUE TODO EL MUNDO DEBERÍA UTILIZAR

Estrategia 1:	Comprometerse con los clientes y las oportunidades de asociación
Estrategia 2:	Crear más contenidos de vídeo
Estrategia 3:	Haz que tu marca sea humana para evocar emociones
Estrategia 4:	Crear elementos visuales potentes que fomenten la identidad de la marca
Estrategia 5:	Ser coherente en las publicaciones para mantener la presencia en las redes sociales
Estrategia 6:	Atención al cliente excepcional; ¡los clientes necesitarán ayuda a menudo!

VEAMOS UN EJEMPLO.



Los gráficos de los productos, como este que muestra nuestra salsa Da Seminole y otras salsas de pimienta, se diseñaron con Canva, que también utilizamos para otros contenidos: folletos, menús, anuncios, etc. Esta herramienta es barata, pero nos ayuda a establecer y mantener nuestra presencia en Internet con un aspecto profesional. Con sólo unas pocas imágenes y elementos de marca, hemos sido capaces de crear folletos, etiquetas y contenido digital que coincide con nuestra identidad y se siente pulido.

Plataformas como Instagram y Facebook nos permiten compartir este tipo de contenido con regularidad y, con la inversión en un post boost, se hacen más visibles tanto a nivel local como fuera de nuestras fronteras.



COMERCIO ELECTRÓNICO Y EFICIENCIA OPERATIVA

Vender directamente a los clientes por Internet puede parecer intimidante, pero con el enfoque adecuado puede cambiar las reglas del juego.

Utilizamos nuestro sitio web y WhatsApp para recibir pedidos: opciones sencillas y familiares para nuestros clientes. Plataformas como Wix o Shopify pueden ayudarte a gestionar las ventas y hacer un seguimiento de los pedidos, incluso si estás empezando.

También debes pensar más allá de las transacciones individuales. Las cajas de temporada, las ofertas por tiempo limitado y los paquetes personalizables crean expectación y te ayudan a gestionar el inventario de forma más eficiente.

Una vez realizado el pedido, el siguiente paso es cerrar la venta. Pero no se detenga ahí: el último paso (y posiblemente el más importante) son los comentarios. Las opiniones positivas generan confianza y atraen a nuevos clientes al darles seguridad antes de comprar. Fomente las opiniones en Google o Facebook siempre que sea posible.

01 Redes sociales



02 Página web y WhatsApp Pedidos



03 Entrega



04 Comentarios



• • • • • : RETOS Y LECCIONES APRENDIDAS

Nuestro viaje por el comercio electrónico y el marketing digital ha tenido sus curvas de aprendizaje, pero cada reto nos ha ayudado a hacernos más fuertes.

La constancia es más importante que la perfección.

Aparecer con regularidad -ya sea una historia, una publicación o un mensaje- mantiene a los clientes comprometidos y genera confianza con el paso del tiempo.

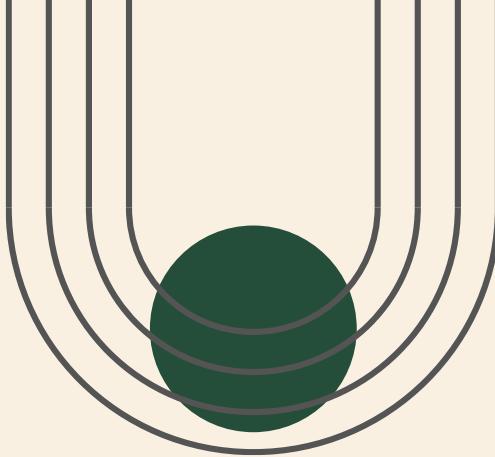
Al principio, la gestión de pedidos y entregas en línea nos parecía abrumadora. Pero con el tiempo, encontramos nuestro ritmo a base de ensayo, error y las herramientas adecuadas. Wix nos dio estructura, mientras que las redes sociales nos dieron flexibilidad para probar ideas, ver qué resonaba y adaptarnos rápidamente.

Otro reto fue la logística de los envíos, sobre todo a otras islas. Pero coordinándonos desde el principio, asociándonos a nivel local y estableciendo plazos claros para los pedidos, hemos conseguido que todo sea fiable.

Nuestro crecimiento no se ha producido por ser virales, sino por dar la cara, escuchar a nuestros clientes y mejorar paso a paso.

¿QUÉ SIGUE?

¿CÓMO PODEMOS CRECER JUNTOS?



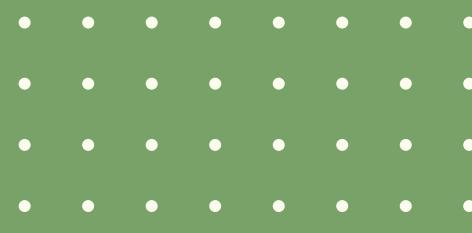
GRANJAS CHICCHARNEY NUESTROS PRÓXIMOS PASOS

- **Ampliar la formación digital y las oportunidades de tutoría para las mujeres en la agricultura.**
- **Fortalecer el envío regional a través de socios logísticos en todas las Bahamas**
- **Lanzar más campañas estacionales y formalizar nuestro sistema de fidelización digital.**
- **Seguir utilizando plataformas digitales para compartir conocimientos, cultura y generar impacto.**

PARA USTED LO QUE PUEDE HACER A CONTINUACIÓN

- **Empezar con una oferta clara y desarrollar la presencia digital gradualmente.**
- **Utiliza herramientas sencillas (Canva, Wix, WhatsApp) para llegar a tu comunidad**
- **Piense a largo plazo: los programas de fidelización y los catálogos digitales aumentan la retención**
- **Colabora con otros: las asociaciones regionales pueden ampliar tu alcance Empodera a otros: comparte tus conocimientos, especialmente con los jóvenes y las mujeres**
- **Sigue apareciendo: la constancia es clave para construir una marca de confianza**

GRACIAS



242-431-8687



chiccharneyfarmsltd@gmail.com



www.chiccharneyfarm.com

LA AGROINDUSTRIA CARIBEÑA TIENE UNA VOZ GLOBAL: LAS HERRAMIENTAS DIGITALES NOS AYUDAN A HABLAR MÁS ALTO

Gracias por la oportunidad de compartir nuestra historia.

En Chiccharney Farms, creemos que con determinación, creatividad y las herramientas adecuadas, incluso las pequeñas empresas agrícolas pueden crear marcas fuertes, servir a sus comunidades y crecer de forma sostenible.

Esperamos que nuestra experiencia inspire a otros a dar el primer paso, ya sea lanzando un producto, creando una presencia en Internet o simplemente siendo constantes.

Sigamos aprendiendo unos de otros y haciendo avanzar los sistemas agroalimentarios caribeños, todos juntos.

Gracias



Financiado por
la Unión Europea