



PERFIL EMPRESARIAL



CHICCHARNEY FARMS
BAHAMAS
[SITIO WEB](#)

SOBRE CHICCHARNEY FARMS

- **Año de registro:** 2013.
- **Número de empleados:** Chiccharney Farms está formada por 5 miembros. Chavara Roker es la responsable y hay 4 trabajadores masculinos. De vez en cuando, también contratan a otros trabajadores para experiencias de la granja a la mesa o para organizar eventos.
- **Sector de negocios:** Agroindustria.



Chavara Roker – Directora

Chavara Roker es una empresaria, agricultora certificada, consultora y fundadora de Chiccharney Farms, ubicada en North Andros, Bahamas. Tras más de una década en el área de regulación y control de casinos, Chavara hizo la transición hacia la agricultura, donde hoy lidera uno de los movimientos

"de la granja a la mesa" más inspiradores del país. A través de Chiccharney Farms, conecta a agricultores locales, restaurantes y comunidades con productos frescos cultivados en las Bahamas. Apasionada por el empoderamiento de las mujeres, el emprendimiento y la vida sostenible, sigue educando, guiando y elevando a otros mientras construye un legado basado en el propósito, la cultura y el crecimiento.

CONTEXTO

Historia

Chiccharney Farm fue fundada por Chavara Roker en 2013 en respuesta a los retos a los que se enfrentaban los pequeños agricultores, en particular las mujeres, para acceder a los mercados y a oportunidades justas. Tras una carrera en la regulación y el control de casinos, Chavara dio un paso audaz y se pasó a la agricultura, decidida a crear un negocio más equitativo y con mayor impacto. Con solo un teléfono móvil, una cuenta de Facebook y profundos lazos con la comunidad, puso en marcha la granja con el objetivo de evitar a los intermediarios tradicionales y llegar directamente a los clientes.

Posición en el mercado

A lo largo de los años, Chiccharney Farm se ha consolidado como una de las marcas agrícolas más

reconocidas y fiables de las Bahamas. Cuenta con una sólida posición en el mercado gracias a su narrativa auténtica, sus experiencias gastronómicas «de la granja a la mesa» y su compromiso con las prácticas sostenibles.

Relación con los agricultores

La empresa ha cultivado relaciones significativas con pequeños agricultores, cooperativas locales, restaurantes, chefs y distribuidores. También colabora con otras empresas locales para ofrecer soluciones de envasado y entrega. El compromiso con la comunidad es un valor fundamental, que se demuestra a través de programas de mentoría, instalaciones de huertos domésticos y actividades educativas.

PRODUCTOS Y MERCADOS

Productos principales

Chiccharney Farm ofrece una amplia gama de productos frescos y procesados. Entre sus productos frescos se encuentran verduras de hoja verde, hierbas

aromáticas y hortalizas cultivadas en suelo bahameño. Su línea de productos procesados incluye té tradicionales y mezclas de hierbas para el bienestar, profundamente arraigados en la cultura local y la medicina natural.



Mercados principales

Los principales mercados de la empresa incluyen clientes locales en las Bahamas, compradores regionales del Caribe y una base de clientes internacionales emergente respaldada por su plataforma de comercio electrónico. Durante la

pandemia de COVID-19, Chiccharney Farm experimentó un aumento en las ventas en línea, lo que demostró la escalabilidad de su enfoque digital. También presta servicios a los sectores del turismo y la restauración a través de eventos culinarios, asociaciones con chefs y visitas agroturísticas.

Servicios principales

La empresa ofrece una experiencia gastronómica «de la granja a la mesa», inspirada en los primeros años de vida de Chavara Roker. Criada en la isla de Andros, comenzó a cocinar al aire libre junto a su abuela en su granja de 40 acres, utilizando tres piedras como fogón improvisado. Esta tradición de cocinar al aire libre se convirtió en un ritual familiar muy apreciado, que con el tiempo se compartió con amigos y seres queridos. El nombre de la experiencia gastronómica, Chasing Butterflies, se inspiró en un momento sencillo durante un paseo por la granja, cuando Chavara se

sintió encantada por las mariposas que revoloteaban por los campos. Ese momento pasó a simbolizar la belleza, la espontaneidad y la conexión con la naturaleza que definen la experiencia gastronómica. Cada evento en Chasing Butterflies se adapta a las preferencias de los huéspedes, con menús elaborados para reflejar los ingredientes de temporada procedentes de la tierra y el mar. La experiencia invita a los huéspedes a disfrutar de la elegancia rústica a través de la cocina al aire libre, las parrilladas a la brasa y la calidez de las hogueras comunitarias, que evocan los recuerdos de infancia de la fundadora.



INNOVACIONES: HITOS Y PLANES DE EXPANSIÓN

Chiccharney Farm ha alcanzado hitos notables en finanzas, tecnología, desarrollo de productos y compromiso digital. Uno de sus logros más significativos fue el desarrollo de una plataforma de comercio electrónico que generó ventas de seis cifras durante la pandemia. La empresa ha utilizado eficazmente plataformas como Instagram, WhatsApp, Canva y Wix para llegar a los clientes y fidelizarlos, contar historias de marca convincentes y ofrecer experiencias de compra online fluidas.

En términos de innovación, Chiccharney Farm ha integrado la narración visual, la interacción con los clientes y herramientas digitales accesibles para elevar su marca. El lanzamiento de servicios de

jardinería doméstica y consultas virtuales ha ampliado su impacto más allá de la agricultura tradicional.

De cara al futuro, la empresa tiene previsto ampliar sus programas de mentoría digital para mujeres en la agricultura y reforzar la logística regional para atender a más clientes de forma eficaz. Chiccharney Farm también busca apoyo técnico para tecnologías agrícolas sostenibles, respaldo financiero para su expansión regional y promoción de políticas que mejoren las prácticas favorables a los pequeños agricultores y el acceso digital en todo el Caribe.

FACTORES DE ÉXITO Y LECCIONES APRENDIDAS

El éxito de Chiccharney Farm se basa en la autenticidad, la coherencia y el compromiso con la comunidad. La sólida visión personal y el liderazgo del fundador han forjado la credibilidad y la resiliencia de la marca. La comunicación digital constante ha ayudado a establecer relaciones duraderas con los clientes, mientras que la capacidad de adaptación durante la pandemia ha puesto de relieve el valor de la preparación temprana y la innovación digital. Al mostrarse regularmente en Internet y ser transparente, la marca ha generado confianza y una base de clientes fieles.

Una de las partes más importantes de su trabajo es establecer sólidas alianzas con granjas, empresas y organizaciones locales que comparten su compromiso con el crecimiento sostenible y la seguridad alimentaria. Han colaborado con granjas de huevos, Down Too Earth, The Burrows Farms y las granjas Mennonite Missions para garantizar un suministro fiable de productos frescos, especialmente durante los períodos en los que su propia producción

es escasa. Proveedores especializados como Well Mudda Fungus y Bahama Greens Bakery les ayudan a diversificar su oferta, mientras que las asociaciones con The Produce Exchange y BAIC respaldan su papel en la red agrícola más amplia. La promoción cruzada con empresas como Bahama Greens y Spa Smitten les ha ayudado a ampliar su visibilidad y a conectar con nuevos clientes a través de valores compartidos.

Más allá de las conexiones entre granjas, también han colaborado con medios de comunicación y plataformas de desarrollo para hacer oír su voz. Las colaboraciones con Cable Bahamas y ZNS han aumentado la conciencia pública sobre su misión, y han participado en programas de aceleración a través del Centro de Desarrollo de Pequeñas Empresas (SBDC) y el Banco de Desarrollo de las Bahamas. Su historia incluso ha aparecido en la revista Up, Up and Away de BahamasAir y en Airbnb, lo que demuestra cómo las granjas locales arraigadas pueden tener un alcance global cuando cuentan con el respaldo de la comunidad, la creatividad y la colaboración.



El perfil empresarial se ha elaborado como parte de la Serie del IIICA-COLEAD sobre las Empresas Agroalimentarias del Caribe y cuenta con el apoyo del programa Fit For Market Plus, ejecutados por COLEAD en el marco de la Cooperación al Desarrollo entre la Organización de Estados de África, el Caribe y el Pacífico (OEACP) y la Unión Europea (UE).

Esta publicación ha sido elaborada con el apoyo financiero de la UE y la OEACP. El contenido es responsabilidad exclusiva de COLEAD y de IIICA, y en ningún caso debe considerarse que refleja las opiniones de la UE o de la OEACP.