



Solutions for Inclusive Green Development
Soluciones para el Desarrollo Verde Inclusivo



¿Cómo impulsar el mercadeo de los productos SOSTENIBLES DEL AGRO?



¿SOSTENIBLE Y OLVIDADO?: EL DRAMA SILENCIOSO DEL AGRO QUE QUIERE **HACE BIEN LAS COSAS** **(Y NO VENDE)**

El 73% de los consumidores en América Latina prefiere productos de empresas que apoyan causas sociales y ambientales

(Nielsen, Reporte Global 2023).

**HOY QUIERO DARLE UN
GIRO A LA FORMA EN QUE
COMUNICAS Y VENDES
SOSTENIBILIDAD.**



Solutions for the Inclusive Green Development
Soluciones para el Desarrollo Verde Inclusivo



agromira
HACIA UN FUTURO SOSTENIBLE



Solutions for Inclusive Green Development
Soluciones para el Desarrollo Verde Inclusivo



HACIA UN FUTURO SOSTENIBLE



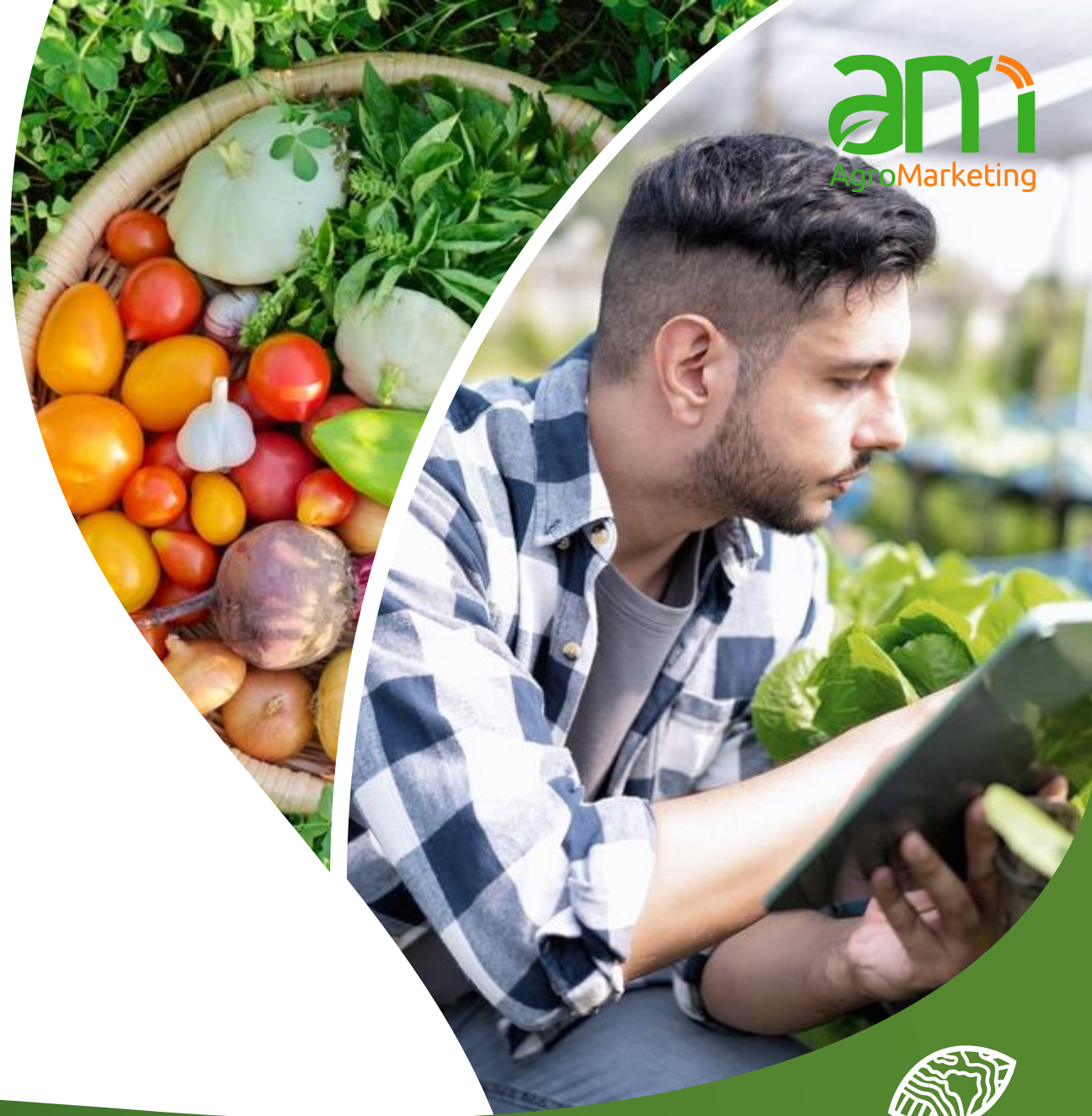
EDGAR HUAMÁN

- Director en Agromarketing Latam
- Catedrático en la “Universidad Agraria La Molina”, “Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas”.
- Director de Educagro (www.educagro.com)
- Mentor de emprendedores “Incubagraria”
- 20 años involucrado en temas comerciales de la cadena de agronegocios.
- Ingeniero Agrónomo y MBA. Especializado en Marketing y Marketing Agropecuario en Israel, México y España.

1. Algo que nadie quiere decir en VOZ ALTA

Hay productores sostenibles que:

- Cultivan AL LIMITE DE LO PERMITIDO
- Pagan justo a sus EQUIPOS
- Conservan el agua
- Respetan la biodiversidad



PERO...
NO VENDEN

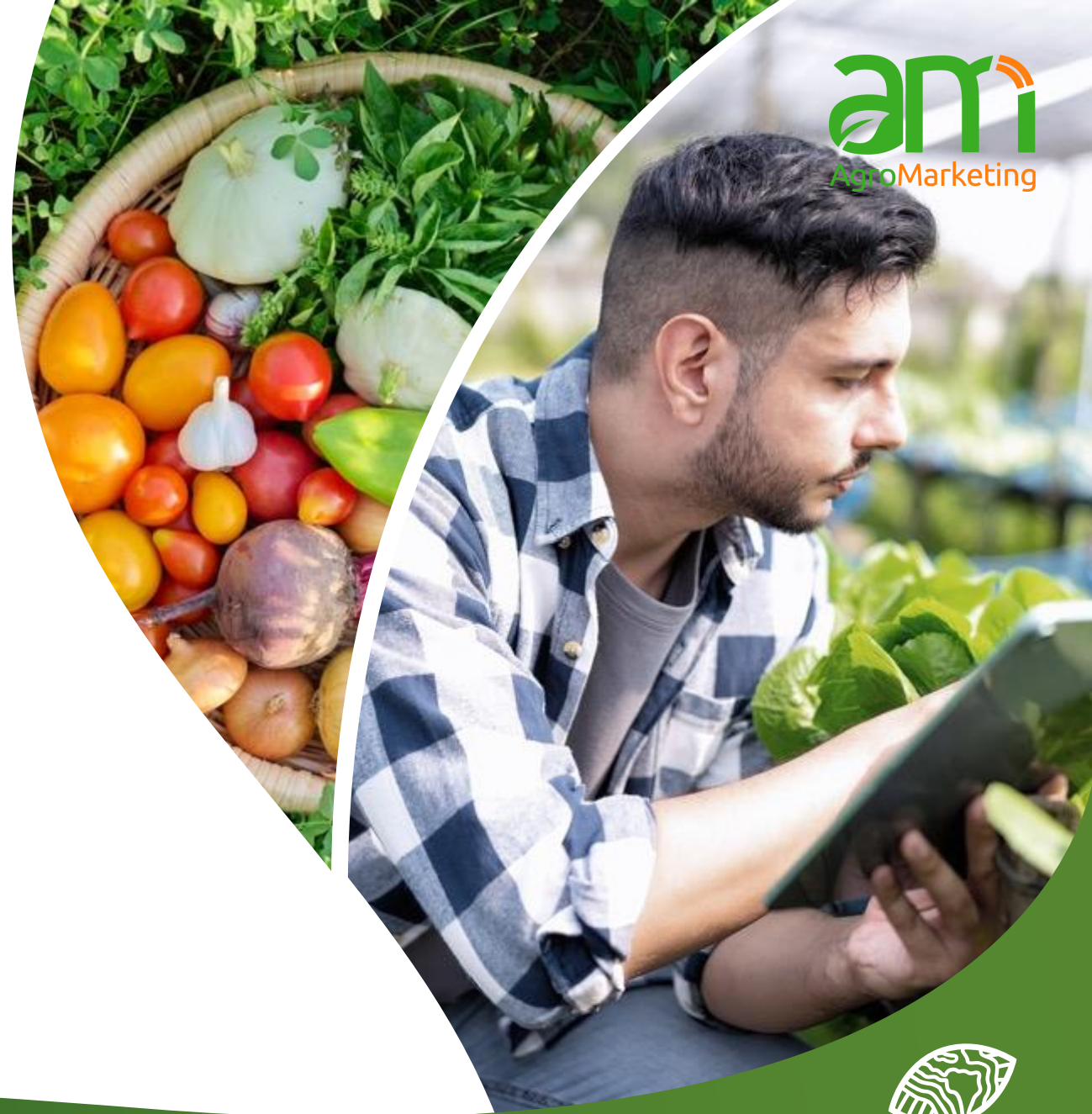
ENTONCES...

FALTA

MARKETING

AGROPECUARIO

2. Entender el mercado y el nuevo consumidor



¿Qué mueve al nuevo consumidor?



**CUIDAR SU
SALUD**



**MEJORA
CALIDAD DE VIDA**



**CONOCER
TRAZABILIDAD**



**MARCAS
HUMANAS**

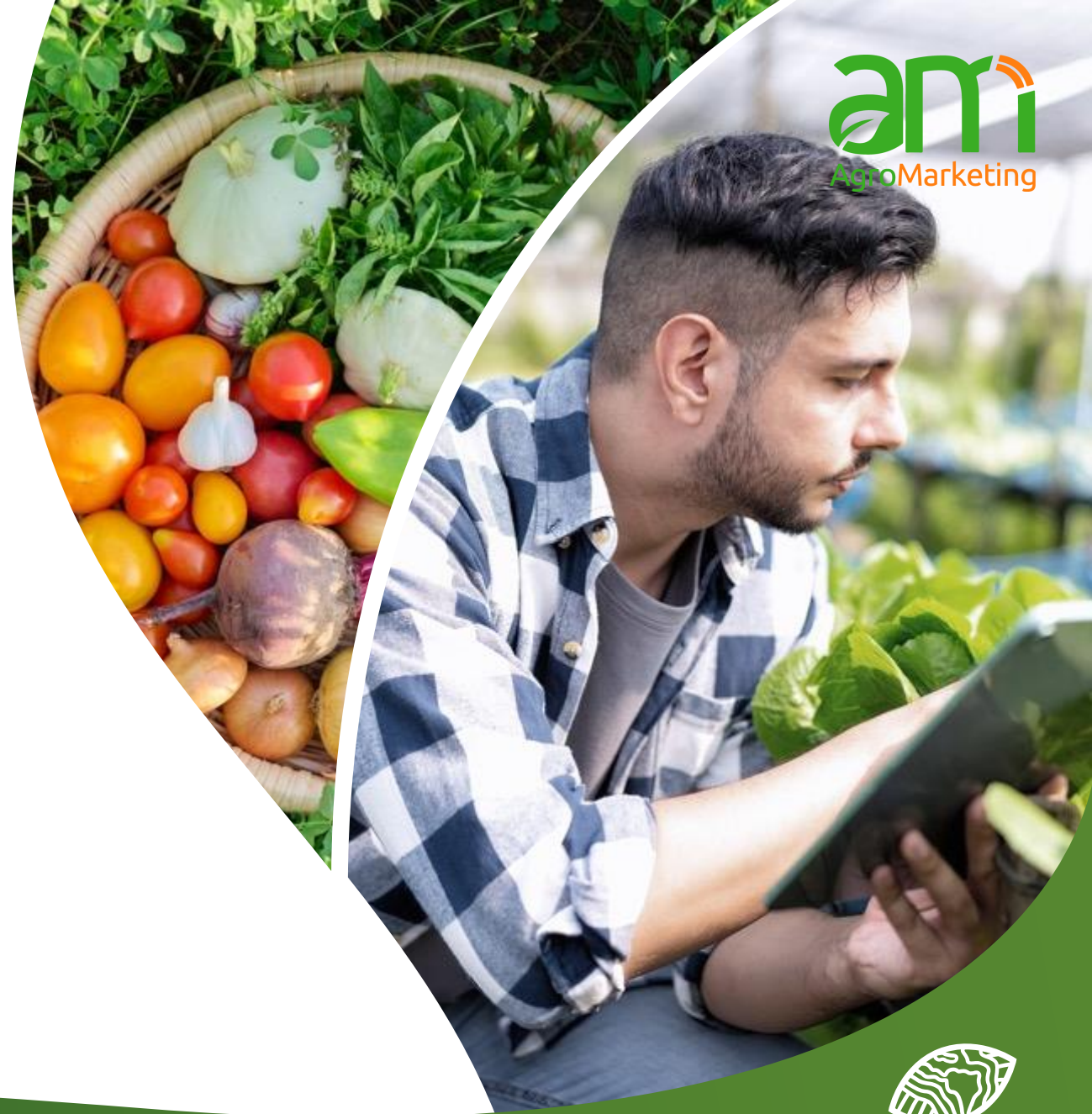
- Productos orgánicos
- Comercio justo
- Huella de carbono reducida
- etc

¿CÓMO LO COMUNICAMOS?

¿CÓMO MEJORAS LA VIDA DE TU CLIENTE?

PRODUCTO ACTUAL	TENDENCIA QUE APROVECHA	PROPUESTA DE VALOR MEJORADA
Miel orgánica artesanal	Consumo consciente y saludable	“Miel 100% pura, directamente del apicultor, sin químicos ni aditivos”
Café orgánico de altura	Búsqueda de alimentos con trazabilidad y comercio justo	“Café 100% orgánico, cultivado en microparcels familiares, con trazabilidad completa desde la finca hasta tu taza.”

3. Diferenciación y posicionamiento de productos sostenibles



am
AgroMarketing



Hilli

JUGOS DEL PERÚ

UN ERROR
COMÚN

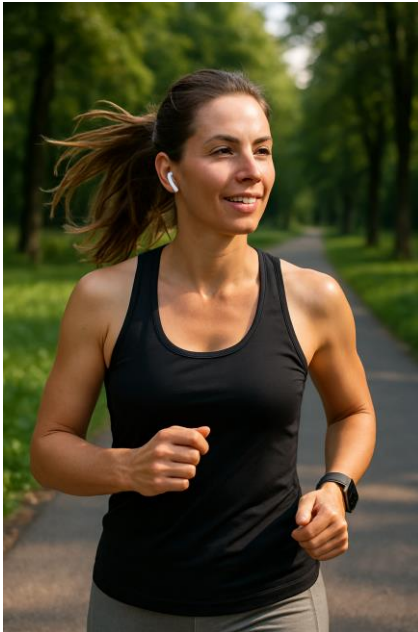


Hilli

JUGOS DEL PERÚ

Nuestra misión es tender un puente entre el público y la biodiversidad de frutas peruanas. Además de contribuir con el desarrollo del agricultor.

Generamos **VALOR**



¿En qué me beneficia?



¿Por qué debo confiar?



¿Qué me hace sentir bien?

**"Miel de abejas
natural, libre de
químicos,
producida de
forma artesanal."**



**"Endulza tu vida
naturalmente con
miel pura, sin
químicos, cuidando
tu salud y
protegiendo las
abejas que polinizan
nuestros campos."**



“Si mi producto **NO
EXISTIERA mi
cliente estaría peor
por que _ _ _ _ _
_ _ _ _ _”**

Guy Kawasaki



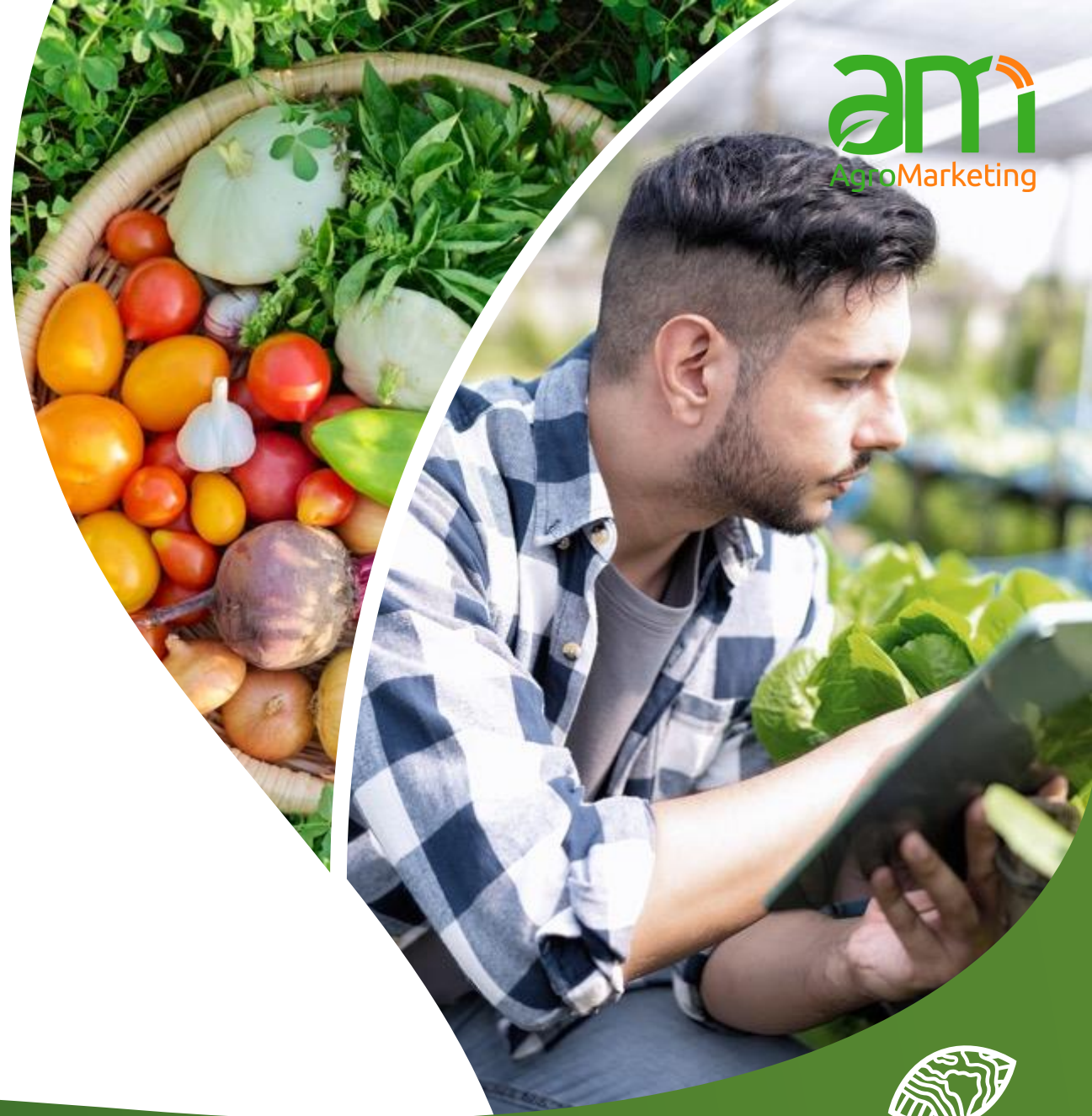
**“Somos los
mejores, tenemos
certificaciones,
tenemos el mejor
producto”**

¿Cómo crear un storytelling que vende?



“Sabemos que quieres cuidar tu salud y la de tu familia. El problema es que el azúcar industrial puede dañarla. Nosotros cultivamos y elaboramos panela 100% orgánica, sin químicos, para que disfrutes de dulzura natural mientras apoyas la agricultura consciente. Solo tienes que elegir una opción más saludable. Compra nuestra panela y siente la diferencia.”

4. Estrategias digitales y ventas



am
AgroMarketing

NO ME GUSTA QUE ME VENDAS.

Educar, inspirar y conectar es
lo que convierte.

SEO Local Inteligente + Contenido de Valor



¿Cómo **BUSCAN** nuestros clientes?

**No necesitas una
gran web.
Necesitas una web
que **RESPONDA**
preguntas.**



¿Cómo debe ser tu web?

- Página sencilla, rápida y limpia.
- Secciones mínimas:
 - Quiénes somos (humano y cercano)
 - Qué ofreces (productos + beneficios claros)
 - Blog (donde vas a capturar tráfico)



Blog estratégico: Tu principal arma de ventas silenciosas

¿Cómo piensa y busca tu cliente?

Tu objetivo:

Responder esas búsquedas con artículos útiles, claros y amigables.

“Cada blog es como un vendedor trabajando 24/7 en Internet sin cobrar sueldo”

DESTACA EN EL AGRO – 5 pasos para lograrlo



Edgar

agricultura, agro, agrodigital, agronegocio, agropecuaria, estrategia, marketing digital, ventas

EN UN MERCADO TAN COMPETITIVO COMO EL AGRO, DETACAR NO ES UN OPCIÓN; ES UNA OBLIGACIÓN.

Si sigues haciendo lo mismo de siempre, prepárate para quedarte atrás.

Pero tranquilo, aquí te dejo 5 pasos clave para que tú y tu equipo comercial no solo sobrevivan, sino que dominen el mercado.

1 Entiende el dolor de tu cliente:

No se trata de vender productos; se trata de mitigar los problemas. Haz una lista de las mayores preocupaciones de tus clientes por región.

¿Cómo tus soluciones les alivian el día a día? Responde eso y estarás un paso adelante.

2 Asesora, no vendas:

Hoy en día, los agricultores buscan más que vendedores: buscan aliados. Conoce a fondo los cultivos de tu región y ofrece soluciones completas, no solo productos.

Ser asesor es lo que te convertirá en imprescindible.

👉 No te pierdas nuestro curso de **Plan Operativo 2025**. Te enseñaremos cómo aplicar estas estrategias con una matriz probada que ya usamos con nuestros clientes en Agromarketing Latam

3 Diferénciate o muere:

¿Por qué deberían elegirte a ti y no a la competencia? Haz que tu propuesta sea clara y única. "Entrega más rápida", "Soporte 24/7" o "Resultados comprobados" son diferencias que cuentan.

4 Mide algo más que ventas:

La eficiencia importa. No sirve de nada visitar a 20 clientes si no cierras ventas.

Segmenta mejor y haz que cada contacto cuente.

5 Networking con propósito:

Construye una red de contactos que te ayude a crecer.

Buscar...



Si te gustó compártelo



Te podría interesar



ARANCELES Y SU IMPACTO EN LA AGRICULTURA: UNA MIRADA AL NUEVO ESCENARIO COMERCIAL

Leer el post >>>



¿SABÍAS QUE LAS PLAGAS PUEDEN REDUCIR LA GERMINACIÓN HASTA UN 10%?

Leer el post >>>



5 Errores que FRENAN TUS VENTAS en el AGRO

Leer el post >>>



DEL TRIÁNGULO DE LA ENFERMEDAD AL TRIÁNGULO DE LA PUBLICIDAD

Leer el post >>>

Usa la palabra clave principal al menos en:

- Título del artículo.
- Primer párrafo.
- Subtítulos internos (H2).
- Texto alternativo de imágenes.

Acción	Detalles
Publica 1 artículo al mes mínimo	Mejor si son 2. Consistencia > Volumen inicial.
Enfócate en temas que tu cliente busca:	
- Beneficios de tu producto - Cómo se produce tu producto de forma sostenible - Testimonios o casos reales de clientes	(ej: "¿Por qué la miel sin químicos es mejor para la digestión?") (ej: "¿Qué significa que una miel sea orgánica certificada?") (ej: "Cómo la miel cruda ayudó a mi familia a reducir el consumo de azúcar procesada")
Usa títulos como preguntas	Google premia respuestas directas ("¿Cuál es la mejor panela para diabéticos?")
Incluye tu ubicación en los textos	Ejemplo: "Miel orgánica en Cartago", "Quinua sostenible en Arequipa".

¿Cuál es la mejor RED SOCIAL?

Plataforma	¿Qué funciona mejor?	Cómo usarla inteligentemente
Instagram	Historias reales, detrás de cámaras, tips rápidos.	Mostrar procesos de producción, beneficios de forma visual.
Facebook	Relatos largos, historias humanas, testimonios.	Compartir la historia de un productor, beneficios familiares.
TikTok (si aplica)	Videos cortos, humor, tips extremos.	Ejemplo: “¿Sabías que...” + mostrar tu producto solucionándolo.
YouTube (si aplica)	Mini-documentales de tu proceso de producción.	Educar y posicionarte como experto.
WhatsApp Business	Relación directa y cálida, ventas de seguimiento.	Combinar atención personalizada + catálogo simple.

WhatsApp Business:



Catálogo e productos

- Agrega fotos reales y atractivas
- Descripciones enfocadas en beneficios
- Precio claro y actualizado
- Enlace o botón de contacto rápido



Respuestas rápidas automatizadas

- Mensaje de bienvenida: Agradece y ofrece ayuda
- Mensaje de ausencia: Informa cuándo responderás
- Respuestas rápidas: Para preguntas frecuentes



Listas de difusión segmentadas

(ideal para pequeños compradores frecuentes)

- Etiqueta clientes según su interés (ej: "frecuentes", "ferias")
- Envía mensajes personalizados según grupo:
 - Lanzamientos exclusivos
 - Promociones especiales
 - Invitaciones a eventos

Guía **PRACTICA** para hacer videos



Objetivo del video

— Educar, mostrar beneficios, generar confianza o cerrar ventas.



Define a quién le hablas

— ¿Consumidor final, técnico de campo o distribuidor?



Guion en 3 actos:

— Enganche (“¿Te pasa esto en tu cultivo?”)
— Solución con tu producto
— CTA claro (“Pruébalo hoy. Llama ahora.”)



Formato del video:

— Vertical → Redes sociales (Instagram, TikTok, WhatsApp)
— Horizontal → YouTube, Ferias, Catálogos



Muestra, no expliques

— Enseña el problema y cómo tu producto lo resuelve.



Sé auténtico

— Usa campo real, personas reales, sin actores ni guiones falsos.



Duración ideal: 30-60 segundos



Elementos clave:

— Cara de alguien real que lo usa
— Producto en acción
— Beneficio claro
— Frase potente que se entienda sin audio
— CTA directo (“Contáctanos”, “Solicita muestra”, “Escríbenos ya”)



Acompáñalo con texto potente

— Ejemplo: “¿Tu fertilizante no rinde? Mira esto.”



Distribúyelo:

— WhatsApp a distribuidores
— Campañas de correo
— LinkedIn y redes sociales
— Ferias, códigos QR, catálogo



Mide resultados:

— ¿Lo compartieron?
— ¿Te pidieron más info?
— ¿Funcionó sin audio?



Aprende y repite

— El video no es para que te aplaudan, es para que te compren.



HERRAMIENTAS QUE HE USADO Y ME RECOMIENDAN...

Crear contenido visual	Editar videos	Organizar enlaces	Automatizar respuestas	Generar copys	Ideas de contenido	Programar Publicaciones
Canva	CapCut	Linktree	WhatsApp Business	ChatGPT	Answer the Public	Metricool
Adobe Express	InShot	Beacons	Manychat	Rytr	Ubersuggest	Buffer
VistaCreate	Clipchamp	Pallyy Bio	Tidio	Copy.ai	ChatGPT	Later
Desygner	FlexClip	Lnk.Bio	Respond.io	Simplified AI	AlsoAsked	
Fotor	Canva Video	Carrd	SendPulse	Anyword	Notion	

**No hay una fórmula
mágica única: tu
éxito digital depende
de saber DÓNDE y
CÓMO conecta tu
comprador ideal.**



Pero...

Te tengo una

RECOMENDACIÓN

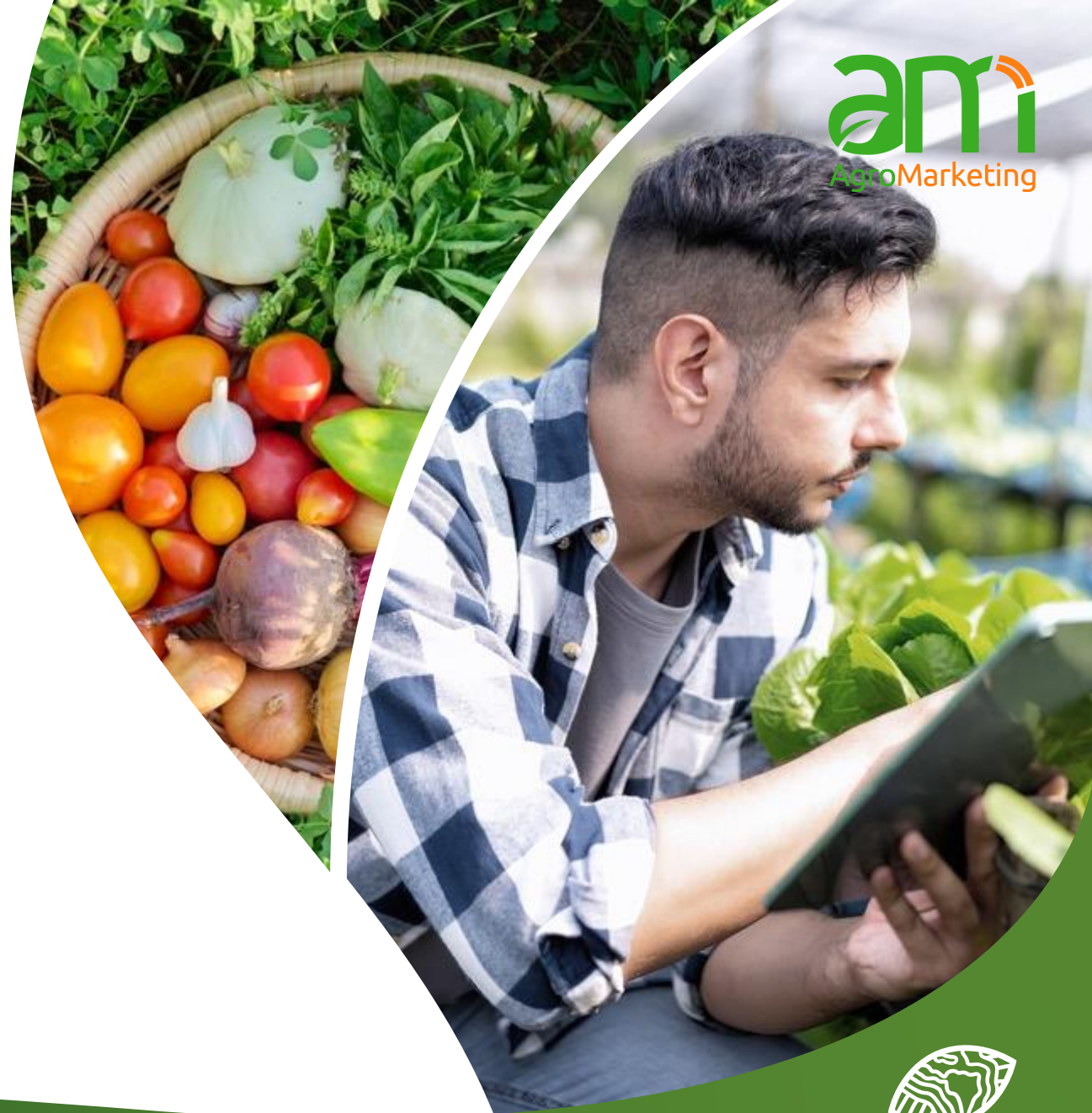
3V

50% – 55% Valor

30% – 35% Viral

10% – 20% Venta

5. Pasemos a la ACCIÓN



TU ETIQUETA NO VENDE SOLA



Haz:

- Videos
- Participa en Ferias
- Pruebas de producto
- Genera Contenido

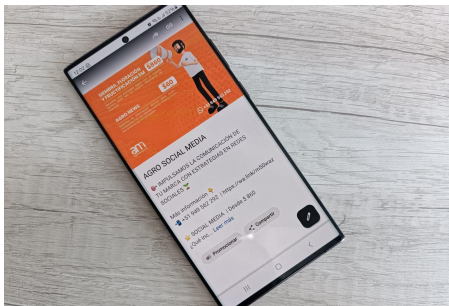
Las 5 acciones estratégicas inmediatas



**Pulir tu
propuesta
de valor**



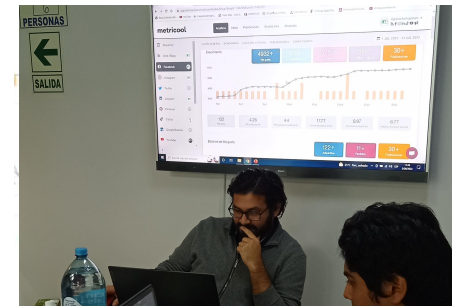
**Crear tu
primer
contenido
educativo**



**Activar un
canal de
venta
(digital o
presencial)**



**Abrir
presencia
digital
mínima
viable**



**Medir tu
primer
resultado
real**

1. Pulir tu propuesta de valor

- Deja de hablar de lo que haces. Comienza a hablar de lo que el cliente gana contigo.
- Aplica la fórmula StoryBrand: ¿Qué problema resuelves y cómo lo haces sentir exitoso?

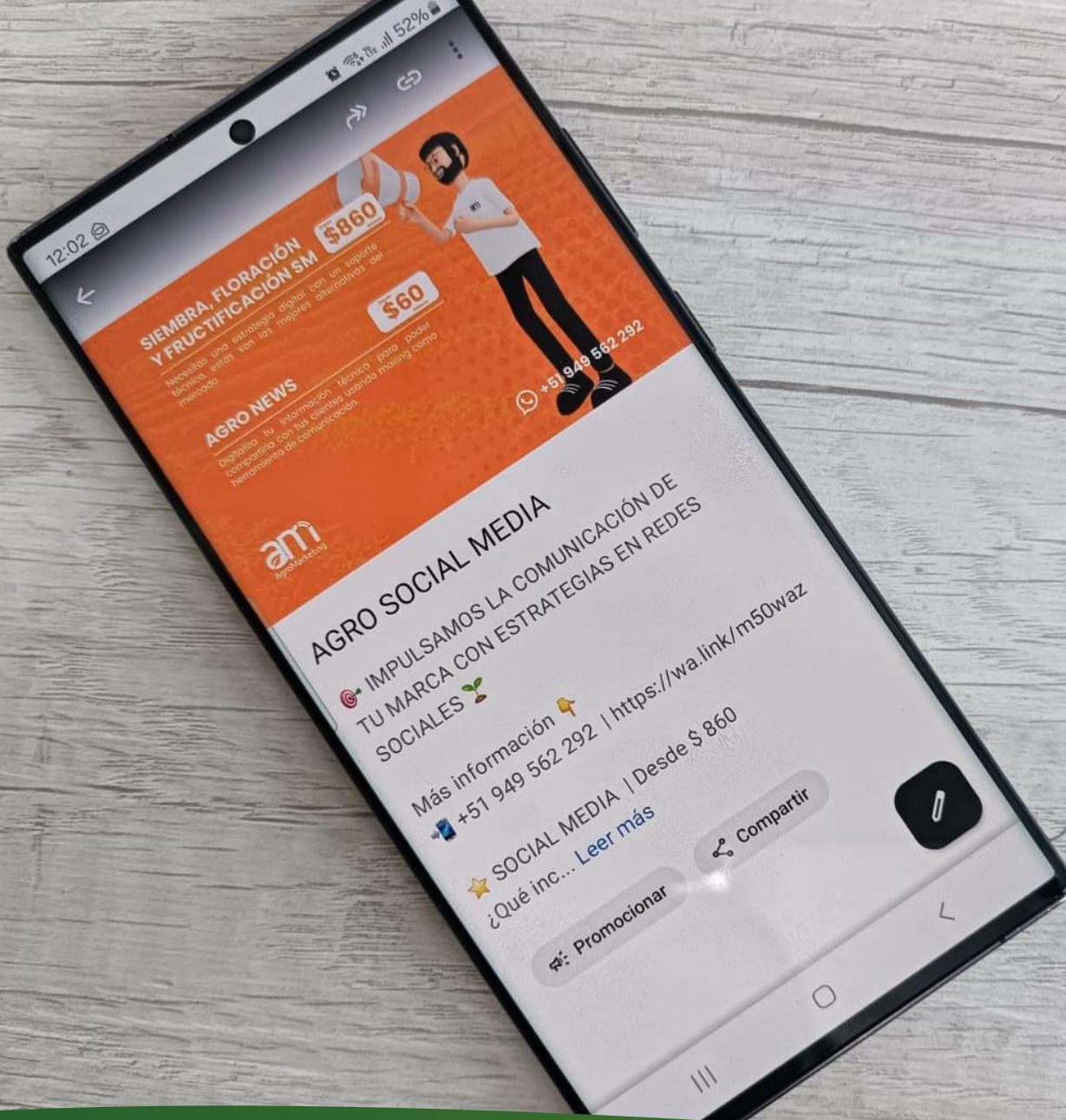
2. Crear tu primer contenido educativo

- Haz un video, un post o un reel que enseñe algo útil, responda una duda o muestre el beneficio real de tu producto.
- Recuerda: Educar + emocionar > vender de frente.



3. Activar un canal de venta

- Elige solo uno para comenzar. Empieza pequeño, pero muévete.
- Puede ser: WhatsApp Business con catálogo activo. Instagram con botón de contacto. Feria local o alianza con tienda especializada



4. Presencia digital mínima viable

- No necesitas una web costosa. Solo necesitas estar visible, ser claro y dar confianza.
- ¿Qué mínimo debes tener? Un perfil en Instagram o Facebook bien trabajado. Un Linktree para conectar tus canales. Un blog



5. Medir tu primer resultado real

- No se trata de “me gustó” o “me esforcé”. Se trata de medir para mejorar.
- Métricas mínimas para comenzar: ¿Cuántas personas vieron tu publicación? ¿Cuántos clics o mensajes recibiste? ¿Cuántas ventas o pedidos generaste?

“No te detengas en la idea. No esperes al logo perfecto ni al video profesional. Hecho es mejor que perfecto. El mercado premia al que se mueve, no al que planea eternamente”

Todo el material:



MUCHAS GRACIAS



edgar@agromarketinglatam.com
+51 966366441

**Conectemos
por LINKEDIN**

