

Mercadeo o Comercialización de productos pesqueros

Existe un crecimiento en el interés de explorar mercados alternativos para la venta de productos pesqueros. Los mercados alternativos se centran en la venta directa a consumidores, minoristas y otros compradores que se encuentran más abajo en la cadena de suministro que los compradores e intermediarios tradicionales en los muelles. Si bien el mercadeo en los niveles inferiores de la cadena de suministro ofrece muchos beneficios, también puede plantear algunos desafíos. Será importante que aquellos interesados en hacer la transición a una estrategia de mercadeo alternativa comprendan los [riesgos y beneficios](#) para asegurarse de que sea adecuada para el caso particular.

Estrategias de alternativas de mercadeo

El mercadeo directo a menudo requiere más tiempo, esfuerzo, habilidades y dinero para tener éxito y no siempre es una buena opción para todos los pescadores y productores. Existen varias estrategias de mercadeo alternativas que los productores de Nueva York podrían utilizar y que se describen a continuación.

- » Directo a los procesadores de productos pesqueros para su procesamiento posterior
- » Directo a restaurantes y otros establecimientos de servicio de comidas
- » Directo a mercados mayoristas y minoristas
- » Directo a instituciones como hospitales, residencias de ancianos y escuelas
- » Plataformas de comercio virtual para comercializar sus productos pesqueros en línea
- » Puestos de granja/pesca para comercializar sus productos pesqueros directamente a los consumidores
- » Preparar sus productos pesqueros para consumo directo a través de establecimientos móviles y temporales de servicio de alimentación
- » Pesca apoyadas por la comunidad donde los consumidores o el servicio de alimentos compran una parte de su cosecha/captura

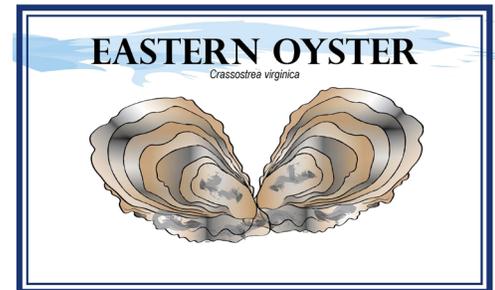
Independientemente de la estrategia que elija, deberá desarrollar un plan de mercadeo y publicidad para sus productos.

Publicidad

Al aventurarse en el mercadeo alternativo, será importante [promocionarse](#) a sí mismo, a su producto y a su marca. Hay cuatro estrategias principales para hacer esto.

Gestión de marca: el [la gestión de marca](#) es el uso de palabras o imágenes que representa su negocio o sus productos y promueve su reconocimiento entre los compradores. La creación de un logotipo que complemente y promueva su marca es una manera excelente de generar reconocimiento de marca.

- » También puede aprovechar los [recursos de mercadeo en línea gratuitos](#) para ayudarlo a promocionar su marca.



Los enlaces de una serie de recursos personalizables de mercadeo compartidos en los párrafos anteriores, están disponible de forma gratuita en línea a través de NY Sea Grant.

La **publicidad tradicional** se realiza a través de los comentarios boca en boca, eventos promocionales, materiales impresos, obsequios e publicaciones en los medios de comunicación. Si bien estas pueden ser herramientas efectivas para publicitar su negocio, a menudo son más efectivas cuando se complementan con algunas de las estrategias más nuevas, como sitios web y redes sociales. Estas plataformas en línea se pueden compartir ampliamente utilizando los métodos tradicionales de publicidad de su negocio.

El **mercadeo en línea** utiliza de un sitio web que contiene información escrita sobre usted, su negocio y sus productos. Las plataformas en línea deben ser fáciles de navegar y representar claramente su negocio y sus productos.

- » Aproveche las plataformas que ya existen para ayudar a promover productos locales y sostenibles, algunas de las cuales están enlazadas aquí: [LocalCatch](#) | [ChooseLI](#) (Condado de Suffolk solamente) | [Local F.I.S.H.](#) (Solamente Long Island) | [Sustainable Fisheries](#) | [Directorio de alimentos locales del USDA](#)

Las **redes sociales** son una herramienta valiosa que se utiliza comúnmente hoy en día para promocionar productos y servicios. El éxito en las plataformas de redes sociales depende de la participación frecuente mediante el intercambio regular de contenido. Existe una variedad de plataformas de redes sociales que se pueden utilizar y que se adaptan a diferentes medios para promocionar sus productos y servicios (fotos, texto, video, etc.). Las plataformas de redes sociales más utilizadas son [Instagram](#), [Facebook](#), y [X](#).

Antes de determinar cuál de las estrategias anteriores será mejor para usted y su negocio, será importante identificar quiénes serán sus clientes y desarrollar una estrategia que les resulte accesible y eficaz.

También puede explorar otros programas que podrían ayudarlo a ampliar su grupo de clientes existentes. Por ejemplo, los [puestos de granjas/pesca registrados en el Departamento de Agricultura y Mercados son elegibles para participar en el programa de cheques FreshConnect de NY](#) para utilizar cupones de SNAP y VA. Consulte con el administrador del mercado para ver si su mercado local está inscrito.

Certificaciones de sostenibilidad

Si se pasa a una producción/venta comercial a mayor escala, el [Programa de Inspección de Productos Pesqueros de la NOAA](#) es un programa de inspección voluntario de pagado que certifica que los productos que cumplen con las regulaciones alimentarias de los EE. UU. para mejorar la comerciabilidad de los productos pesqueros de los EE. UU. Hay una variedad de otros organismos nacionales de certificación de tercera parte ([Marine Stewardship Council](#), [Best Aquaculture Practices](#), y [Aquaculture Stewardship Council](#)) que evaluarán o “certificarán” la pesca o granja y le permitirán usar los logotipos de certificación, que pueden ser aprovechados como herramienta de mercadeo.

Estos tipos de certificaciones suelen ser más útiles cuando se intenta atraer compradores comerciales a mayor escala que comercian exclusivamente productos certificados. Estas certificaciones pueden ser costosas y será importante evaluar el costo y la viabilidad de lograr la certificación si se trata de una operación a pequeña escala.

Algunos organismos de certificación evaluarán y calificarán o certificarán los tipos de cosecha/producción de forma colectiva (es decir, [Seafood Watch](#) de Monterey Bay y [Marine Stewardship Council](#)).

NY Grown and Certified

El [programa NY Grown and Certified](#) se abrió a los productores/pescadores de pescado y mariscos en el 2018. Este es un programa gratuito que permite el uso y acceso a materiales de mercadeo de NY Grown and Certified. Este programa está abierto a todos los productores y pescadores propiamente inscritos (con licencia) y que cumplan con las regulaciones en el estado de Nueva York.



Ventas y mercadeo en línea

Al considerar las ventas en línea, existen varias plataformas que podrían ayudarlo a conectarse. Esta lista no es exhaustiva y NYSG no respalda ninguna de las plataformas enlazadas: [Barn2Door](#) | [Cropolis](#) | [Farmigo](#) | [Food4All](#) | [Local Food Marketplace](#) | [Local Line](#) | [SaleFish](#) | [WIX](#) | [Square](#) | [WOO Commerce](#) | [Squarespace](#) | [Open Food Network](#) | [GrazeCart](#) | [Harvie](#) | [OurHarvest](#) | [WhatsGood](#) | [CSAware](#) | [Farmers Web](#) | [GrownBy](#) | [Harvest Hand](#) | [Local Orbit](#) | [Shopify](#)

Recursos adicionales

Hay una variedad de otros recursos más detallados sobre cómo desarrollar una estrategia de mercadeo y acceder a mercados alternativos que puede utilizar mientras navega por nuevos mercados, que se encuentran enlazados a continuación.

Seafood Network Information Center:

bit.ly/SNICSeafoodMarketing

Direct Marketing 101:

bit.ly/LocalCatchMarketing

Fishermens Direct Marketing Manual:

bit.ly/MarketingManual

Market Your Catch:

marketyourcatch.msi.ucsb.edu