

TALLER DE INCLUSIÓN AL MERCADO DIGITAL

Capacitación en herramientas
de comercio digital para grupos
de productoras/es de la
Agricultura Familiar

Introducción al mercado digital

Matias Centeno





El recorrido de hoy

Contexto Covid-19

Claves para atravesar la economía del bajo contacto

El agro d.P (después / durante de la Pandemia)

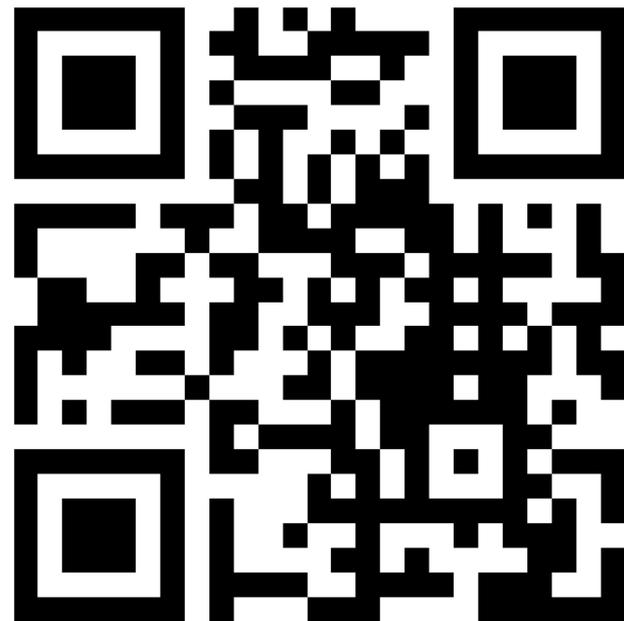
Caja de herramientas digitales



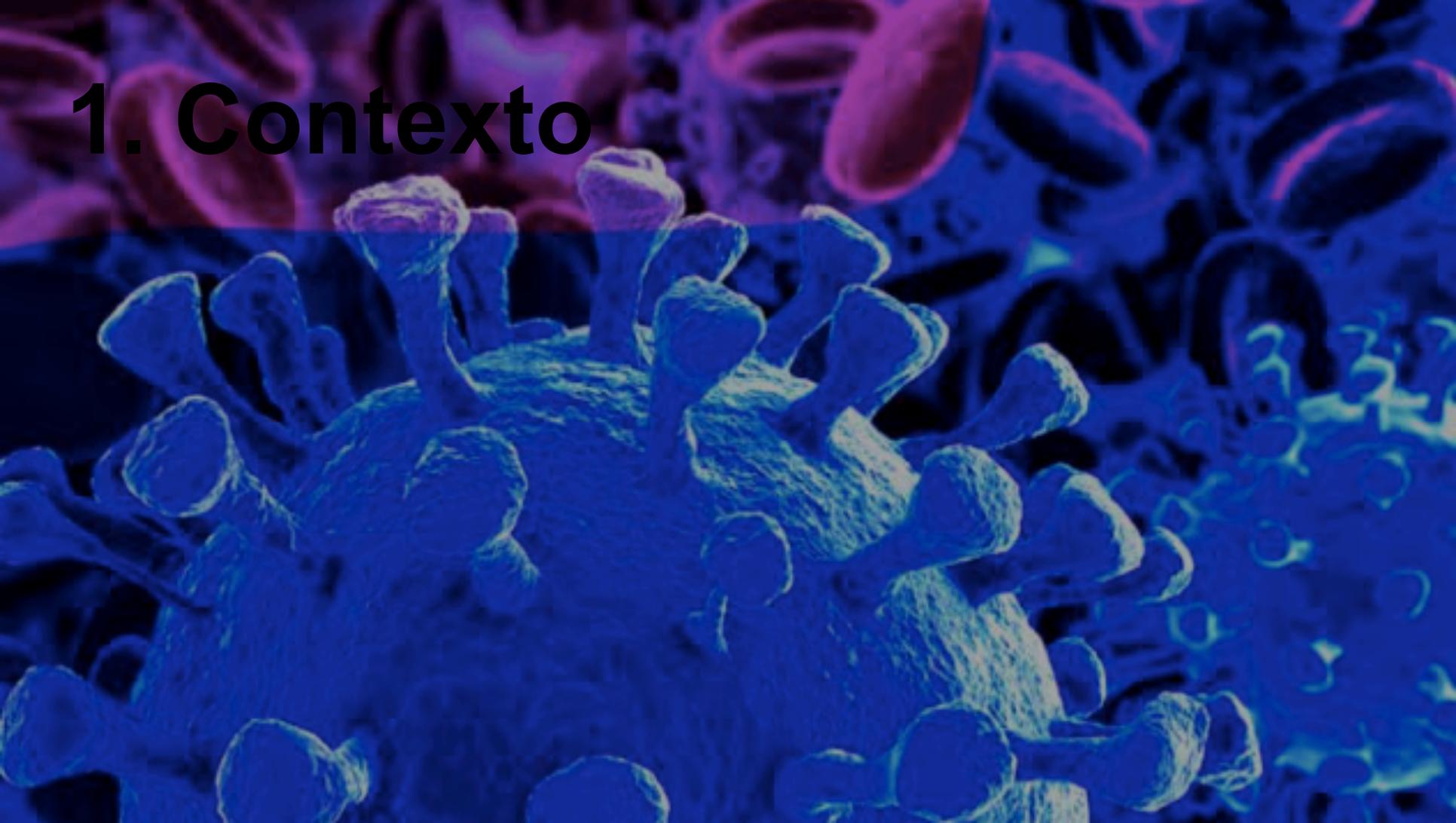
Consultas? Comentarios?

www.menti.com/wga2a9ra7y

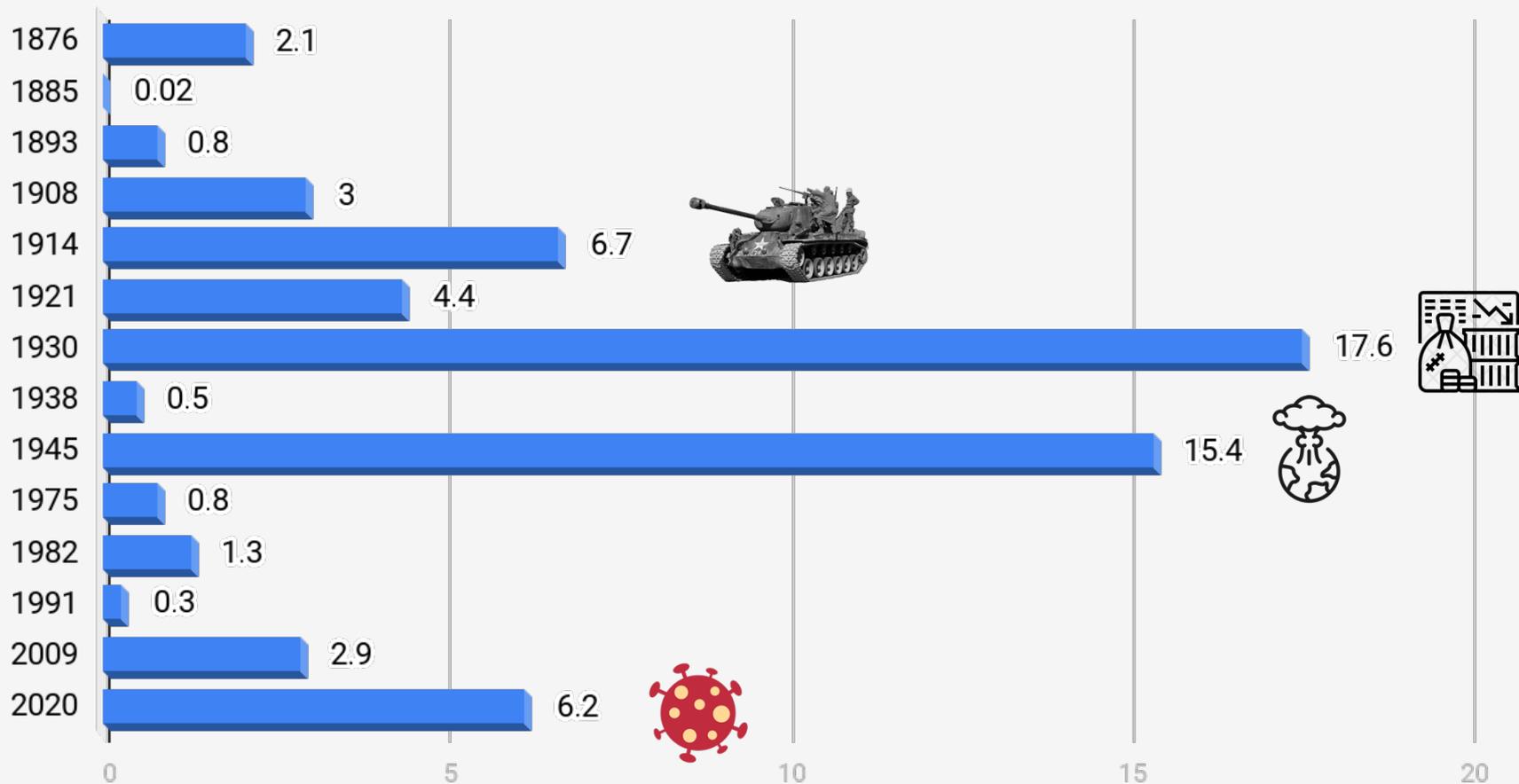
Código de votación: 13 59 38 3



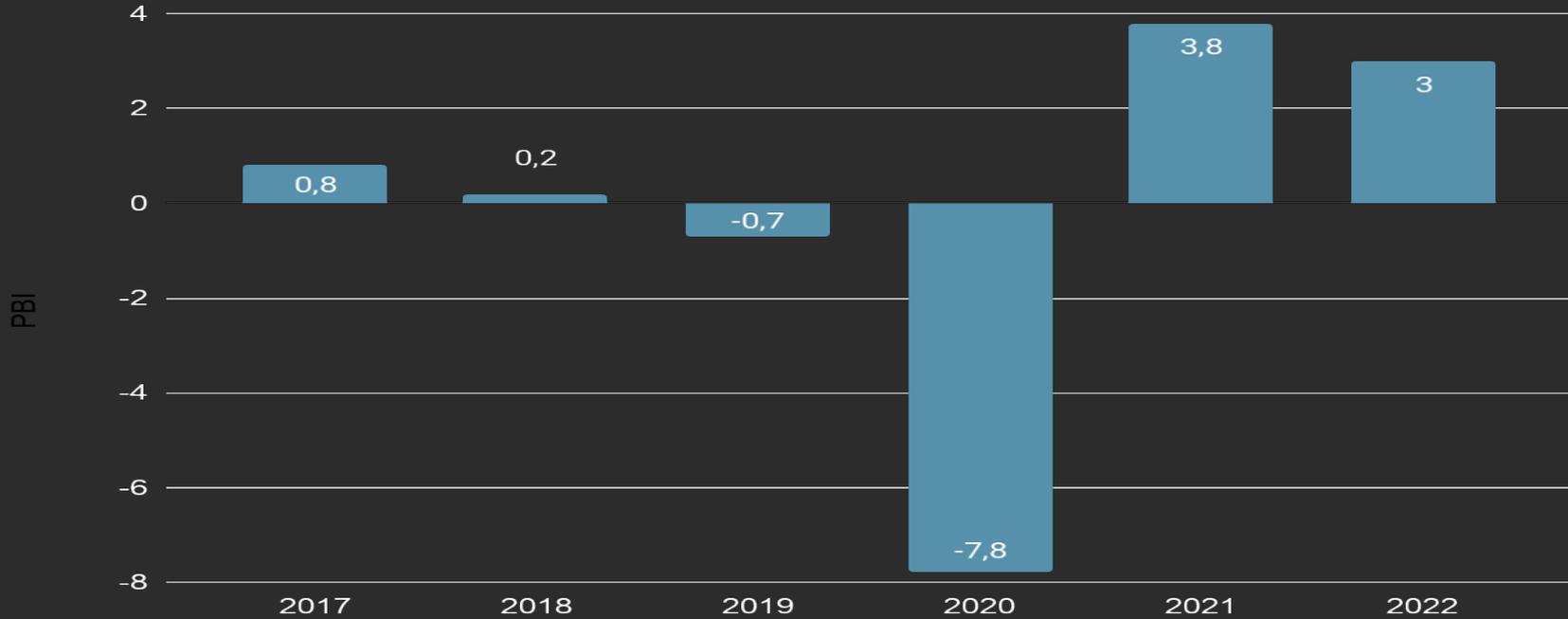
1. Contexto



Grandes caídas económicas mundiales



AL sufrió la mayor contracción económica del mundo en desarrollo (CEPAL, 2021)



Dimensionar los efectos del COVID-19 para pensar en la reactivación

21 de abril de 2020

Alicia Bárcena

Secretaria Ejecutiva

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)



Observatorio
en América Latina y el Caribe
sobre el Impacto Económico del COVID-19



Cinco alertas



- La crisis golpea especialmente las estructuras productivas y empresariales débiles.
- Riesgo latente de cambio estructural regresivo: reprimarización.
- Han cerrado más de 2,7 millones de empresas y se han perdido unos 8,5 millones de empleos.
- Se están produciendo cambios en la organización de producción y las cadenas globales.
- Los efectos son asimétricos y amplían desigualdades.

Cierre de 19% de las empresas formales

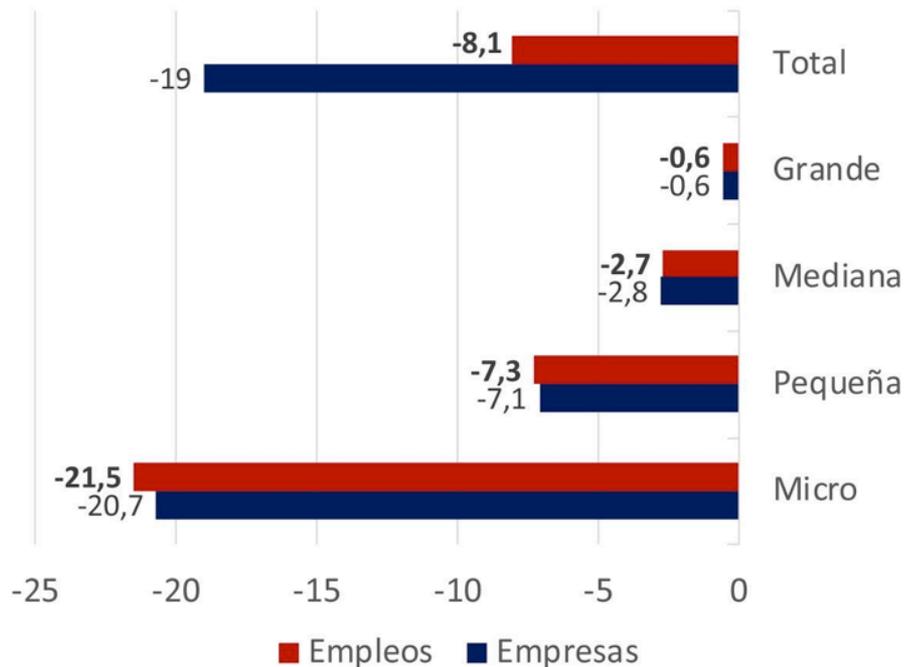
Las más pequeñas serán las más afectadas

América Latina y el Caribe (27 países): cantidad de empresas que podrían cerrar y de empleos perdidos, por tamaño de empresa

	Empresas	Empleos
Microempresa	2 650 528	6 383 958
Pequeña	98 780	1 512 655
Mediana	5 943	390 155
Grande	406	231 724

Fuente: CEPAL sobre la base de información oficial

América Latina y el Caribe (27 países): porcentaje de empresas que podrían cerrar y de empleos perdidos, por tamaño de empresa



Fuente: CEPAL sobre la base de información oficial

Impactos diferentes según sectores

Fuerte

- Servicios de turismo
- Hoteles y restaurantes
- Industria cultural tradicional
- Comercio
- Reparación de bienes
- Transporte
- Moda
- Vehículos automotores y partes

Significativo

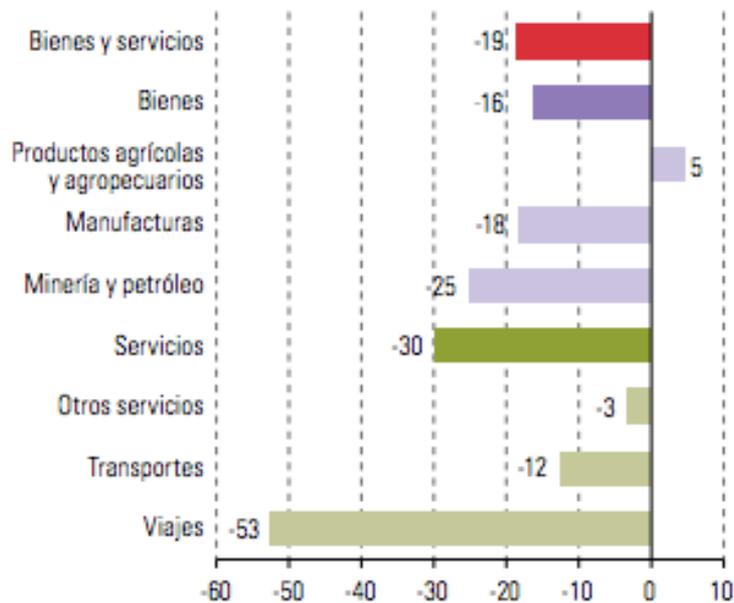
- Minería
- Electricidad, gas y agua
- Construcción y materiales para la construcción
- Servicios empresariales
- Actividades financieras
- Bebidas
- Muebles y madera
- Industria química
- Electrónica, maquinaria y equipo

Moderado

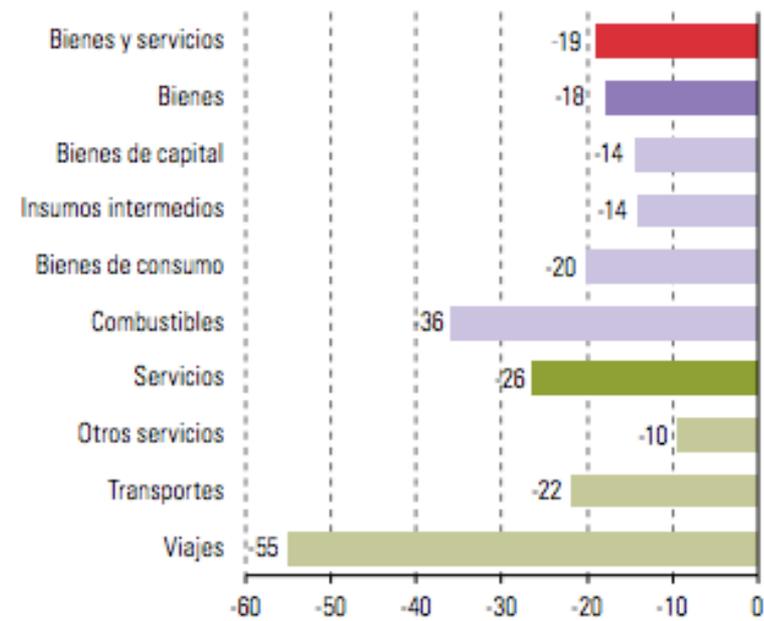
- Agricultura, ganadería, pesca
- Producción de alimentos para el mercado interno
- Insumos y equipamiento médico
- Medicamentos
- Telecomunicaciones
- Envases

América Latina y el Caribe: variación interanual del valor del comercio de bienes y servicios, por grandes categorías, enero-junio de 2020
(En porcentajes)

A. Exportaciones

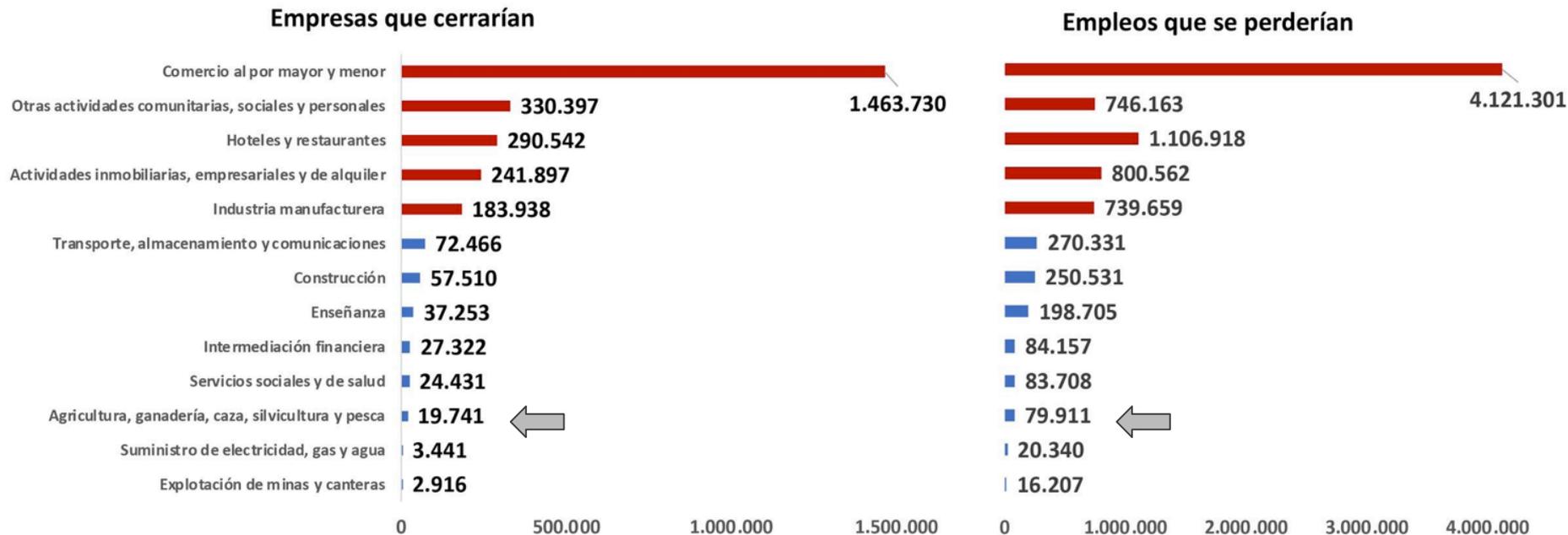


B. Importaciones



Comercio, algunos servicios y manufacturas serán los sectores más afectados

América Latina y el Caribe (27 países): número empresas que podrían cerrar y empleos que se perderían por sector de actividad



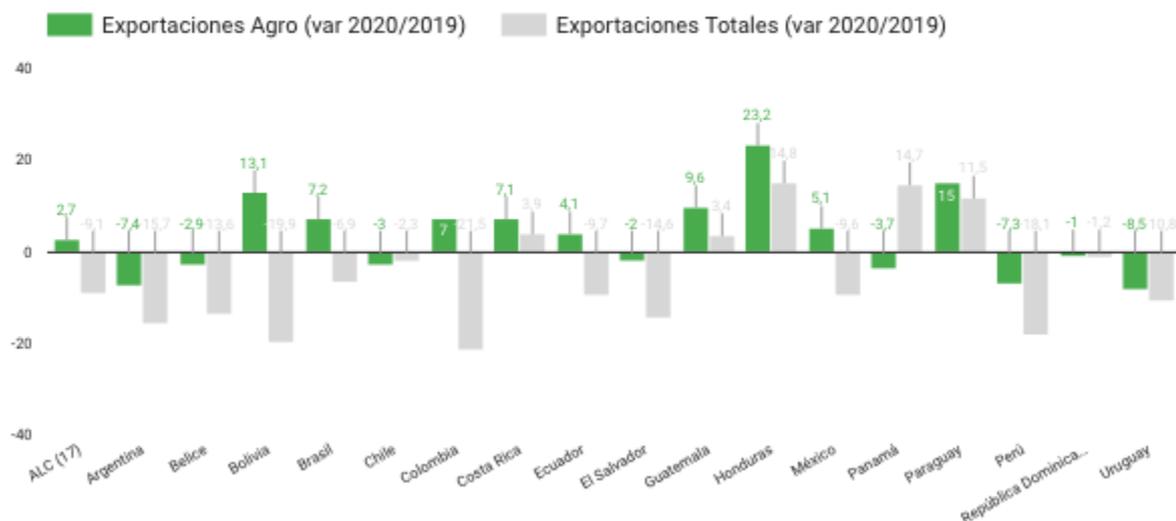
Fuente: CEPAL sobre la base de información oficial

Exportaciones Agro (USD)
240,9 mil M

Exportaciones Agro (var 2020/2019)
2,7

Exportaciones Totales (var 2020/2019)
-9,1

Exportaciones totales de bienes y agroalimentarias de ALC - Variación interanual Ene-Dic 2020 / 2019



Fuente: IICA (CAESPA) con datos de Trade Data Monitor (TDM) a 23 de marzo 2021.

Nota: Agrícola comprende los capítulo 1 al 24 del sistema armonizado más algodón (5201)



Seleccione un país: Argentina

(1) ▾

	Producto	Exportaciones (USD)	Participación (%) ▾	Variación % (2020/2019)
1.	Torta de aceite de soja y de r...	7.805.507.288	22	-11,31
2.	Maíz	6.078.000.034	17	1,89
3.	Aceite de soja (soya) y sus fr...	3.882.633.998	11	11,04
4.	Soja, incluso quebrantadas	2.343.122.507	6	-32,5
5.	Trigo y morcajo (tranquillón)	2.117.433.685	6	-13,57
6.	Carne de animales de la esp...	2.063.958.493	6	-11,04
7.	Cacahuets (cacahuates, ma...	860.293.768	2	98,97
8.	Crustáceos, incluso pelados,...	850.611.259	2	-21,2
9.	Vino de uvas frescas, incluso...	780.182.768	2	-2
10.	Carne de animales de la esp...	653.686.883	2	-15,27

1 - 10 / 10 < >

Exportaciones
-15,7%

Agroexp.
-7,4%

Fuente: IICA (CAESPA) con datos de Trade Data Monitor (TDM) a 23 de marzo 2021.

Nota: Agrícola comprende los capítulos 1 al 24 del sistema armonizado más algodón (5201)



Efectos sobre el comercio



- ✓ El comercio exhibe su peor desempeño desde la crisis del 30: el volumen cayó el 17,5% (en servicios 4,3%).
- ✓ El comercio electrónico a nivel mundial tuvo un incremento de facturación del 27,6%; en AL creció el 36,7% y **en Argentina el 79%** (CAECE, 2021), facturando casi \$90 millones diarios.
- ✓ La OMC (2021) proyecta que el comercio está listo para una recuperación sólida pero desigual; dependerá del ritmo de vacunación de los países.



Ventana hacia el futuro ...

- ✓ Cambios que se esperaba iban a demorar años se están produciendo en pocos meses.
- ✓ Se acelera la desmaterialización de la economía mundial.
- ✓ Se abre paso la economía del cuidado como una estrategia de reactivación con igualdad (CEPAL, 2021).
- ✓ La digitalización se impone en las agendas públicas.
- ✓ La agricultura es de los pocos sectores productivos con oportunidades de crecimiento en el medio de la crisis.



Pero ...

- ✓ Las inequidades se expanden (se detuvo la reducción de la brecha y se expandió en 1,1%).
- ✓ No sólo la conectividad sino la velocidad de conexión es una limitante que atraviesa a casi todas las clases sociales.
- ✓ Para reactivar el crecimiento los países necesitan llevar la inversión en infraestructura digital al 2,2% del PBI (hoy es 0,3%).
- ✓ La elevada informalidad económica conspira contra los cambios que se avecinan.

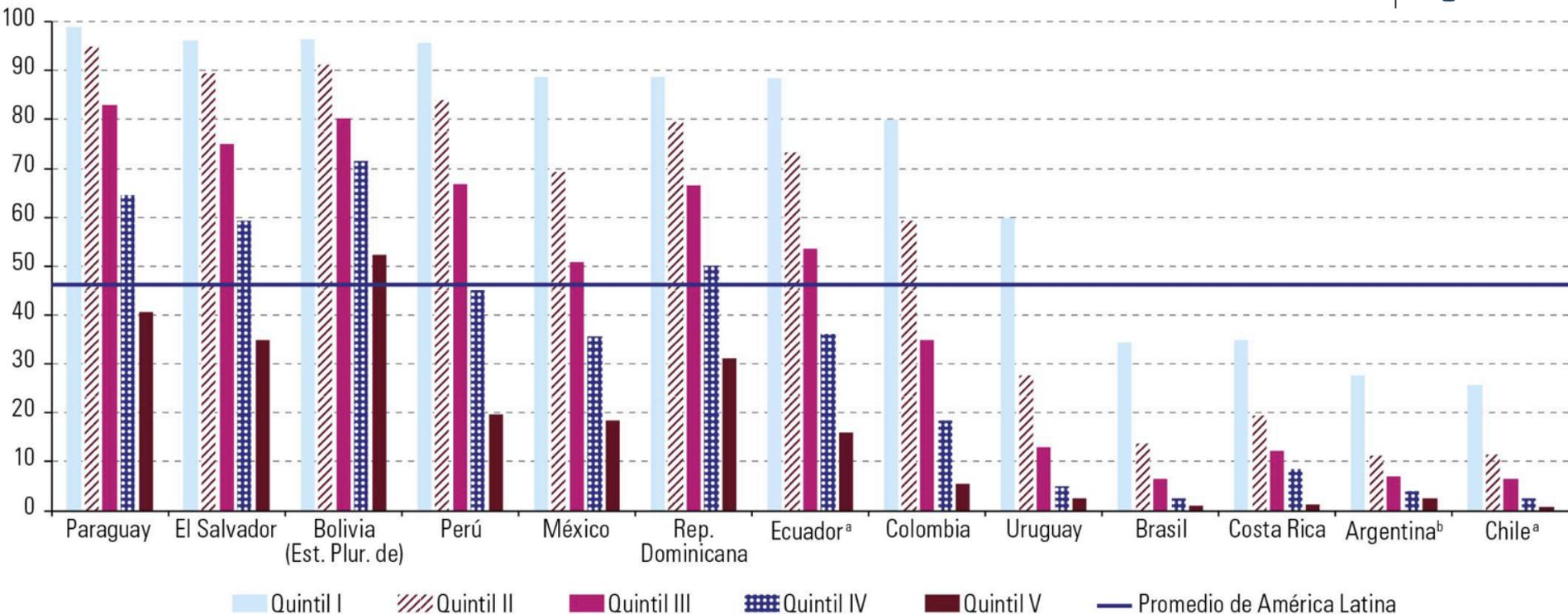


Pero ...

- ✓ El incremento de los precios mundiales de alimentos genera más desigualdad (FAO). Hay un problema más asociado al acceso que a la disponibilidad.
- ✓ El bajo ingreso de los hogares limita el acceso y las posibilidades de uso de las tecnologías digitales.

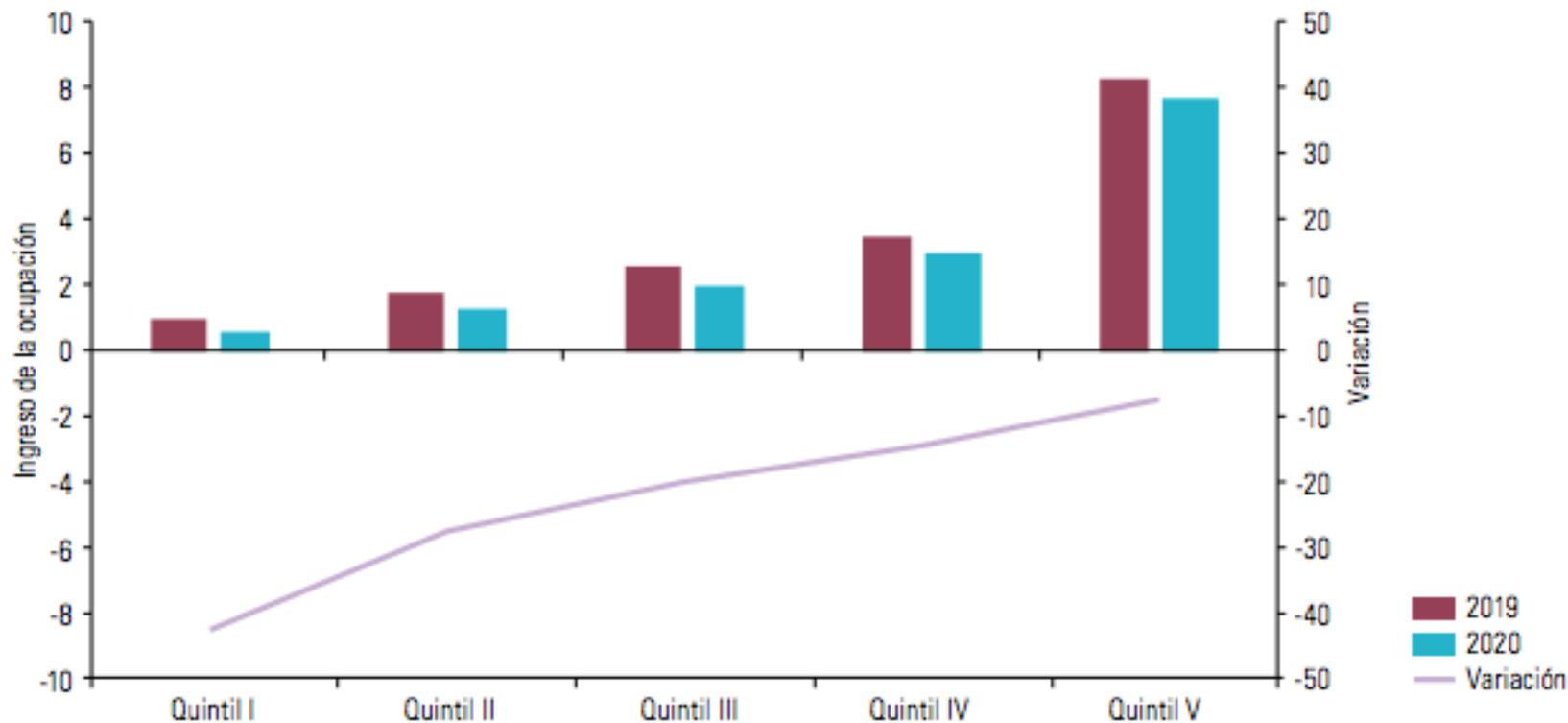
Posibilidades de educarse en línea (CEPAL, 2020)

Gráfico 10 | América Latina (13 países): niños en hogares sin acceso a Internet, por quintil de ingreso
En porcentajes



Ingresos laborales en Pandemia (CEPAL, 2021)

América Latina (18 países): ingreso laboral por ocupado (en veces la línea de pobreza) y variación, por quintil (de 2019), 2019 y 2020^a
(En porcentajes)



Posibilidades de teletrabajar (CEPAL, 2020)

Gráfico 9 | América Latina (5 países)^a: ocupados según posibilidad de teletrabajar y quintil de salario promedio de las ocupaciones

(En porcentajes)

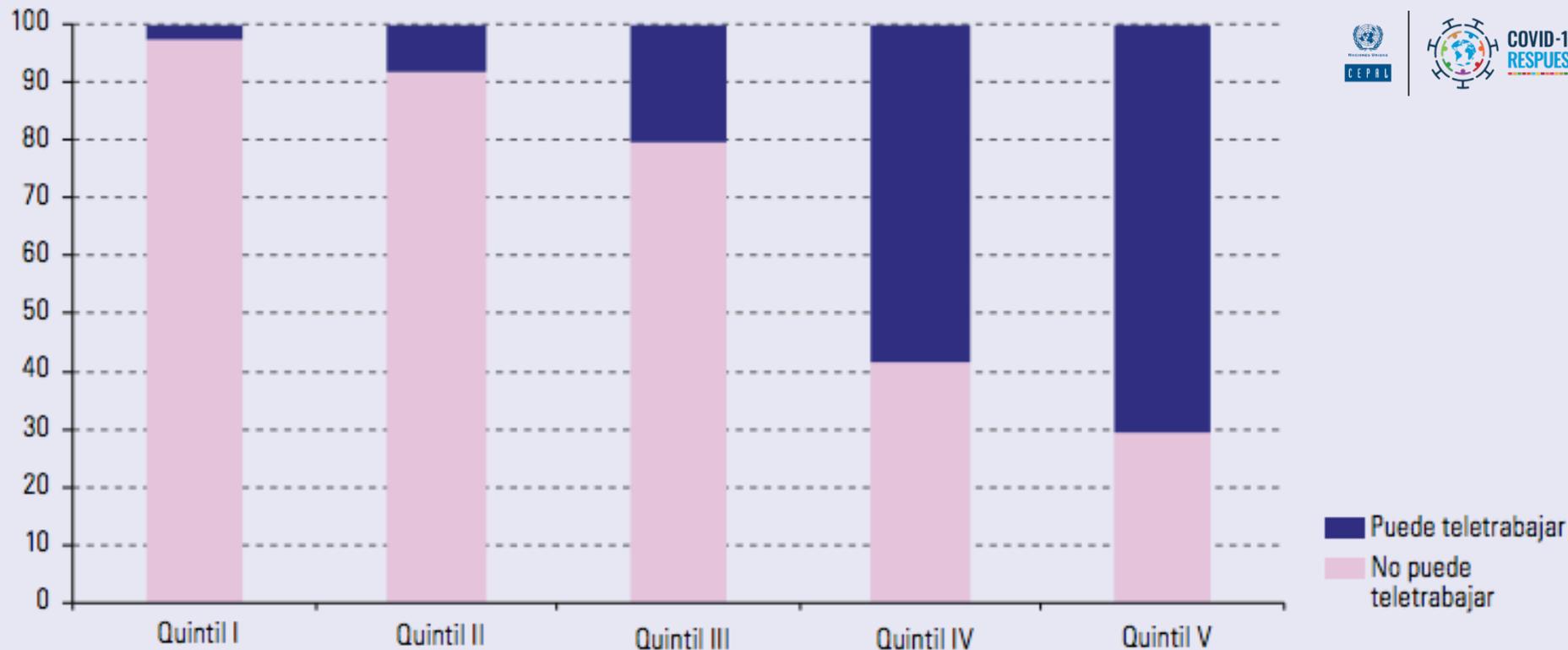
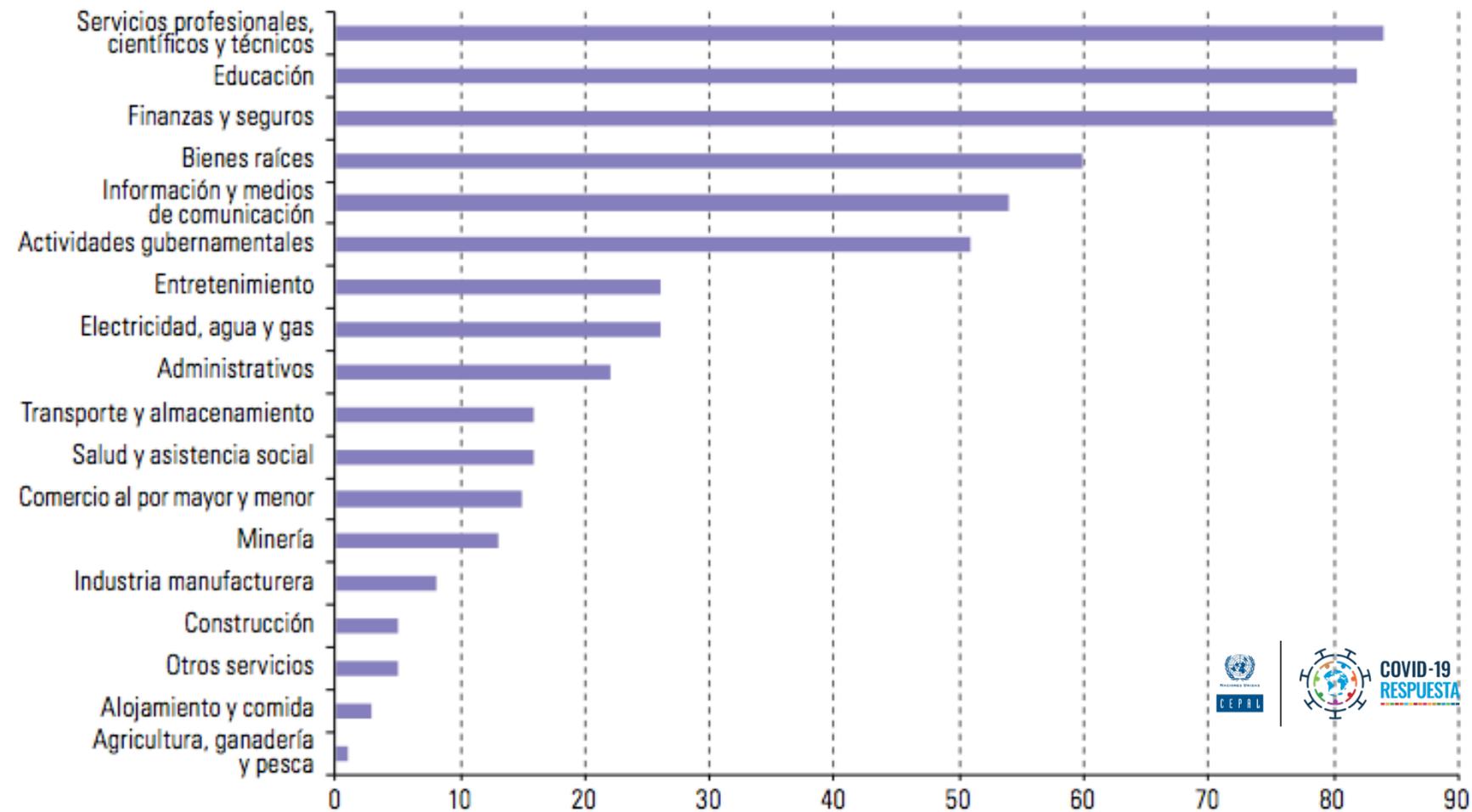


Gráfico 7 | Probabilidad de teletrabajar por sector de actividad económica^a

(En porcentajes)



Más personas ingresan en sectores de baja productividad: por la Pandemia son 122 millones en ALC (49,7%)

CEPAL, 2021



¿Y el sector productivo?

- ✓ Incremento de hasta el 500% de sitios web comerciales.
- ✓ El comercio minorista creció hasta el 431%; los servicios de entrega el 157%.
- ✓ Alta conectividad en empresas (90%) pero digitalización rezagada: sólo el 37% aplica TIC para gestión o producción.
 - Escasa formación.
 - Adopción tecnológica baja.
 - Bajos niveles de inversión.



¿Y el sector productivo?

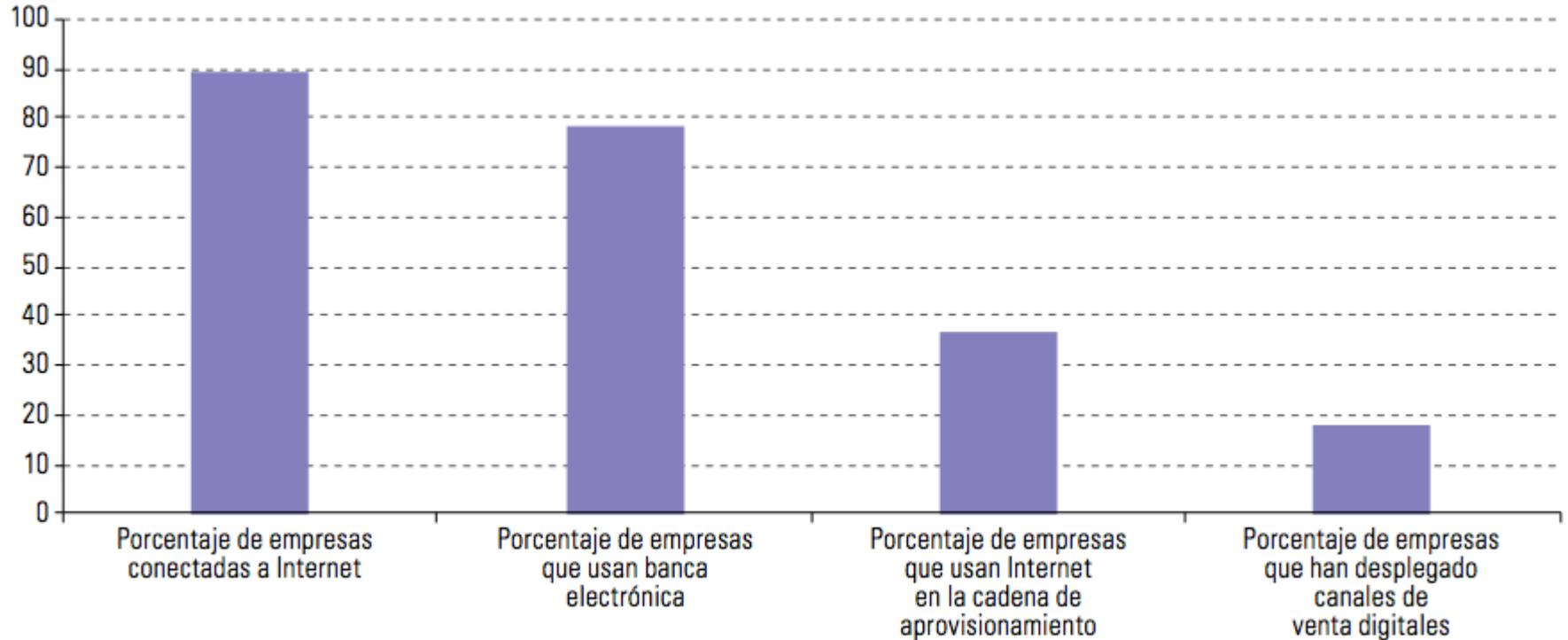
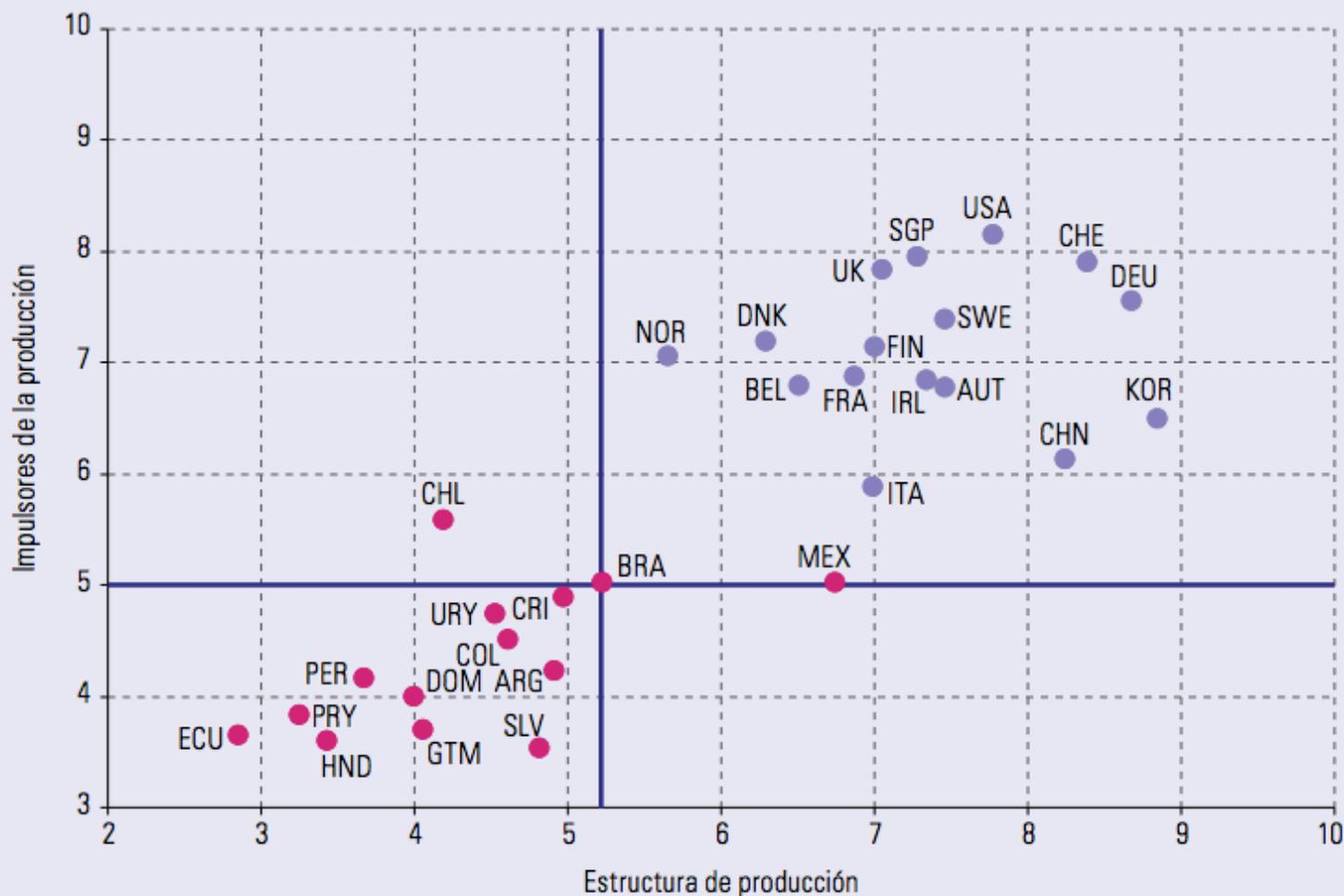


Gráfico 16 | Países seleccionados: preparación para la producción del futuro



Hacia la reactivación ... (CEPAL, 2020)

Crisis económica

**PIB de América Latina
y el Caribe: -9,1%**

- **Valor de las exportaciones:
23% menos**
- **Empresas: 2,7 millones menos**
- **Desocupados: 18 millones más**
- **Pobres: 45,4 millones más**

Nueva realidad

Modelos de consumo en línea

Modelo de negocios en línea

**Modelos de producción
inteligente**

Prioridades

Bienestar social

Resiliencia productiva

Sostenibilidad

Hacia la reactivación ... (CEPAL, 2020)

3R

Reacción

Recuperación

Reactivación



Interactuemos

www.menti.com/vdyxhr1foi

2. Claves para atravesar la economía del bajo contacto



Shifts in the Low Touch Economy



Tendencias

Una de cada tres compras ya se hacen de manera digital.

El 60% de las compras que requieren algún nivel de presencialidad ya se realizan sin contacto.



Tendencias

Mercado Pago creció el 122% hasta superar los 51 millones de usuarios. En supermercados minoristas el volumen de pagos creció el 80% y la cantidad de operaciones con QR el 25%). En mercados de cercanía se facturó hasta un 300% más. El ticket promedio con QR creció hasta un 80%.



Tendencias

En 2020 Mercado Libre reportó tuvo ingresos netos por US \$3973 millones en 2020 (un 73% más que en 2019) y su ganancia bruta fue de US\$1709 millones (+55%).



Tendencias

En la pandemia se registró un incremento del 127% en productos para funcional, Pilates y yoga, luego un alza del 153% en barras, discos y pesas. A nivel mundial la venta de relojes inteligentes creció el 30%.



El nuevo consumidor

Mayor equilibrio entre la vida laboral y personal.

La entrega a domicilio se convierte en esencial (cobrarla?)

El móvil sigue predominando, pero atención con la computadora.

Una economía sin billetes, sin contacto.

Cambio en los patrones de inversión: se gasta más en bienes (OMC).





El nuevo consumidor

Nuevos miedos: a la seguridad se suma la sanidad.

Nuevas formas de valorar la calidad: salud humana, trazabilidad, atención al público, responsabilidad frente a la crisis ...

El confort cotidiano como unidad de negocio.

Preferencia por la proximidad.





3. Desafíos del agro d.P.



Reactivación pospandemia

Mejorar la experiencia de compra.

Adecuar la oferta a los contextos cambiantes: será un mercado basado en la flexibilidad, la cercanía local y la capacidad de reacción.

Diversificar e integrar los sistemas productivos.



**COVID-19
RESPUESTA**



Algunas coordinadas

- ✓ Adecuar la estrategia digital a las posibilidades reales.
- ✓ Buscar ayuda, hacer alianzas.
- ✓ Aprender de otras experiencias.
- ✓ Reimanigarse.
- ✓ Diseñar productos, diseñar experiencias.
- ✓ La salud, la logística y la comunicación, en el centro.
- ✓ Monitorear el ciclo de vida del consumidor.



4. Caja de herramientas



Interactuemos

www.menti.com/oy2xpf8fbv



Ecosistema de herramientas

Venta Directa

Tiendas Virtuales

Logística

Marketing digital



Ecosistema de herramientas

Venta Directa

Tiendas Virtuales

Logística

Marketing digital





Ecosistema de herramientas

Venta Directa

Tiendas Virtuales

Logística

Marketing digital





Ecosistema de herramientas

Venta Directa

Tiendas Virtuales

Logística

Marketing digital



mercado
pago

N^oPos



TODO
PAGO



mercado
envíos

Escaneá y pagá
desde tu celular





Ecosistema de herramientas

Venta Directa



Tiendas Virtuales



Logística

Marketing digital



Tendencias

- 1 - Social Live Commerce
- 2 - Video-First Commerce
- 3 - Ecommerce sustentable
- 4 - Logística perfecta
- 5 - Apps de cercanìa

(CAECE, 2021)



Un proceso a medida

- Diseñar el mapa del ciclo de vida del cliente.
- Alinear la tecnología, los procesos, el problema, los cambios.
- Mirada hacia adentro: ¿cómo vamos a enfrentar el trabajo remoto?
- Utilizar métricas adecuadas y contar con bases de datos segmentadas.
- Lecturas dinámicas del proceso y del problema.
- Definir una estrategia de contenidos.





natura

A young girl with blonde hair in pigtails, wearing a teal shirt, is sitting on a wooden bench. She has a slightly sad or thoughtful expression. The background is blurred, showing more of the bench and some greenery.

eso es triste.







¿Cuál es la receta?

Desarrollar el ecosistema que mejor se acomode a nuestras posibilidades y sea más congruente con el ciclo de vida de l@s consumidor@s.



@matiascto

centeno.matias@inta.gov.ar

+ Muchas Gracias

**TALLER DE INCLUSIÓN
AL MERCADO DIGITAL**

Capacitación en herramientas
de comercio digital para grupos
de productoras/es de la
Agricultura Familiar

