

Cadena de valor agroalimentaria





Comercio electrónico y mercados en línea para productos agroalimentarios

José Cuevas Valenzuela, PhD.
Director Ejecutivo Mumulkan
10 de enero 2025

Tipos de plataformas

Marketplaces

Conectan compradores y vendedores (Amazon, Mercado Libre)
Mayor visibilidad, público amplio, menor inversión inicial

Tiendas online propias

Sitios web de la empresa, control de marca
Mayor control, fidelización, necesidad de generar tráfico



Plataformas especializadas



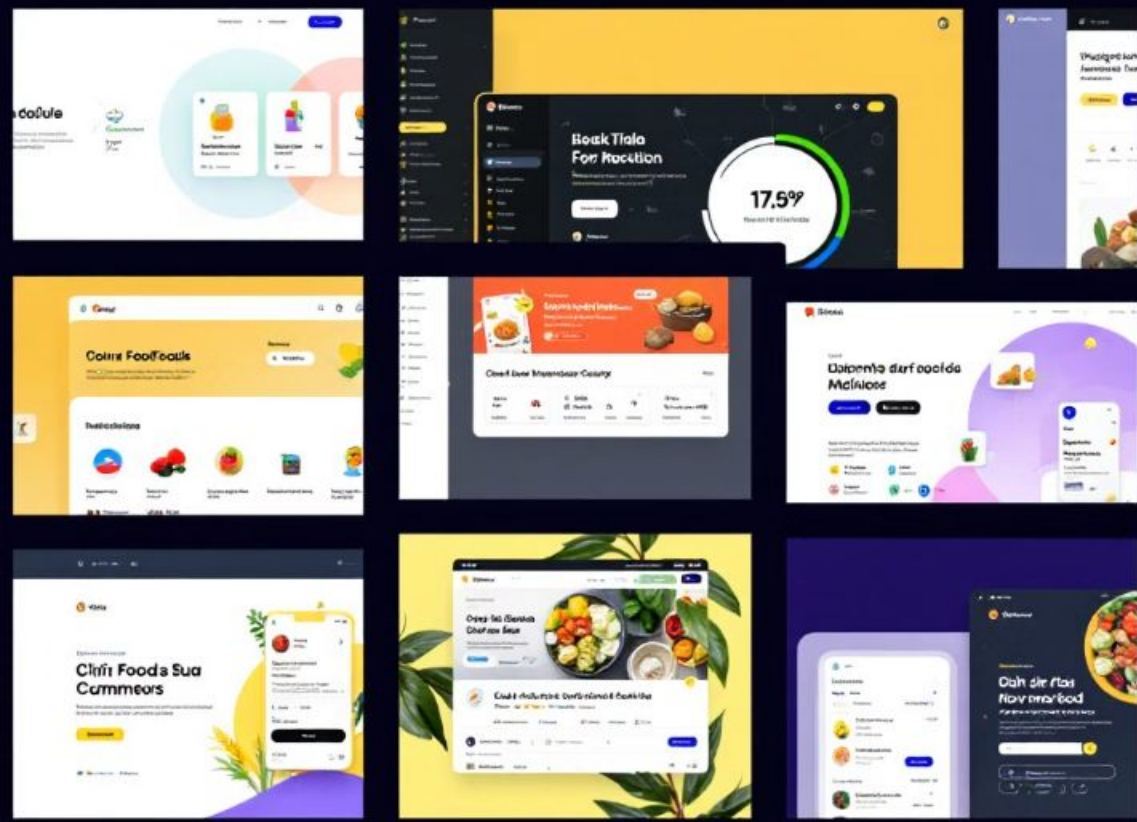
[Ecoterra](#)

Venta de productos orgánicos



[CampoClick](#)

Comercialización de productos locales



Herramientas de gestión

Gestión de pedidos

Odoo, Holded, Bind ERP

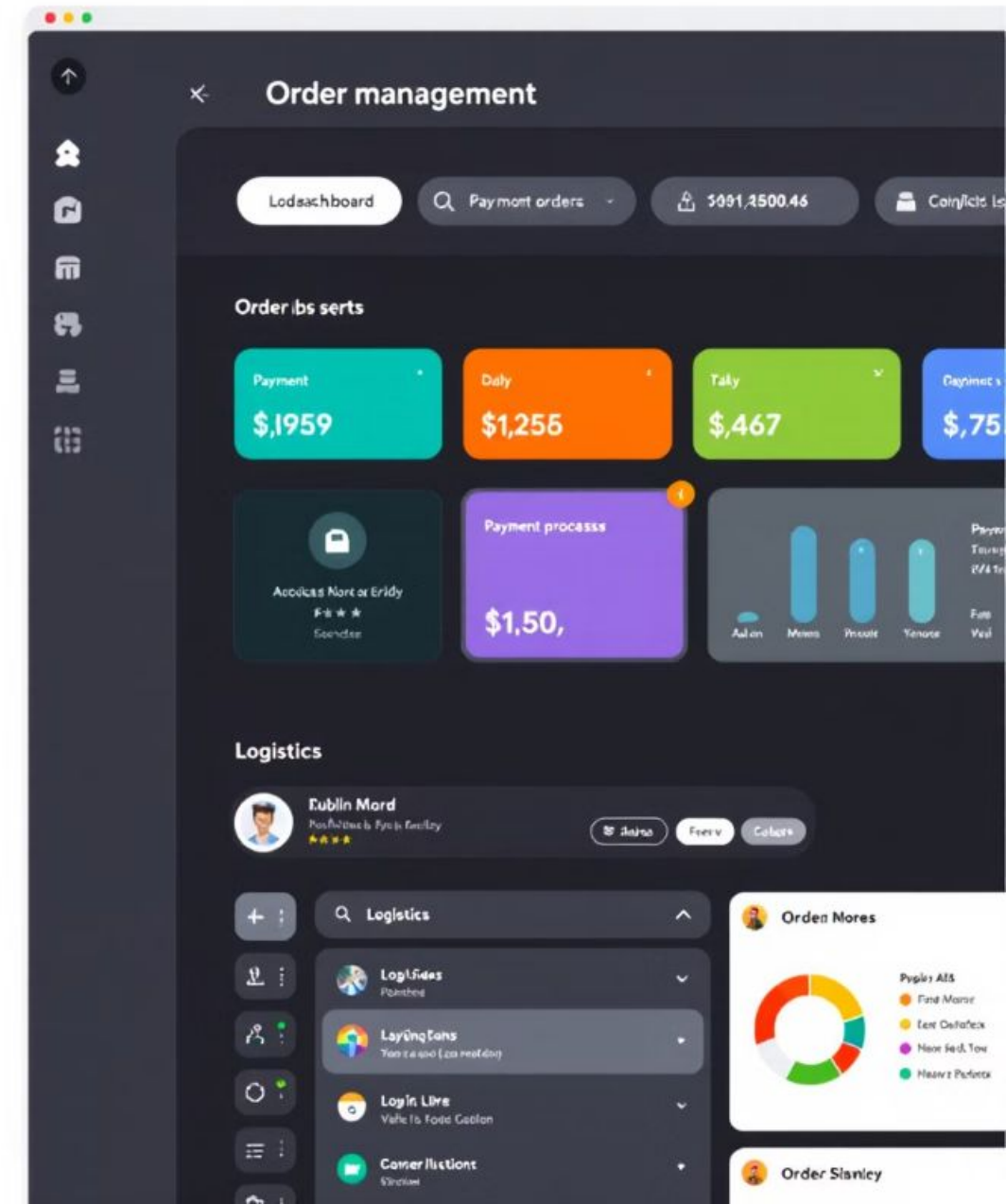
Pasarelas de pago

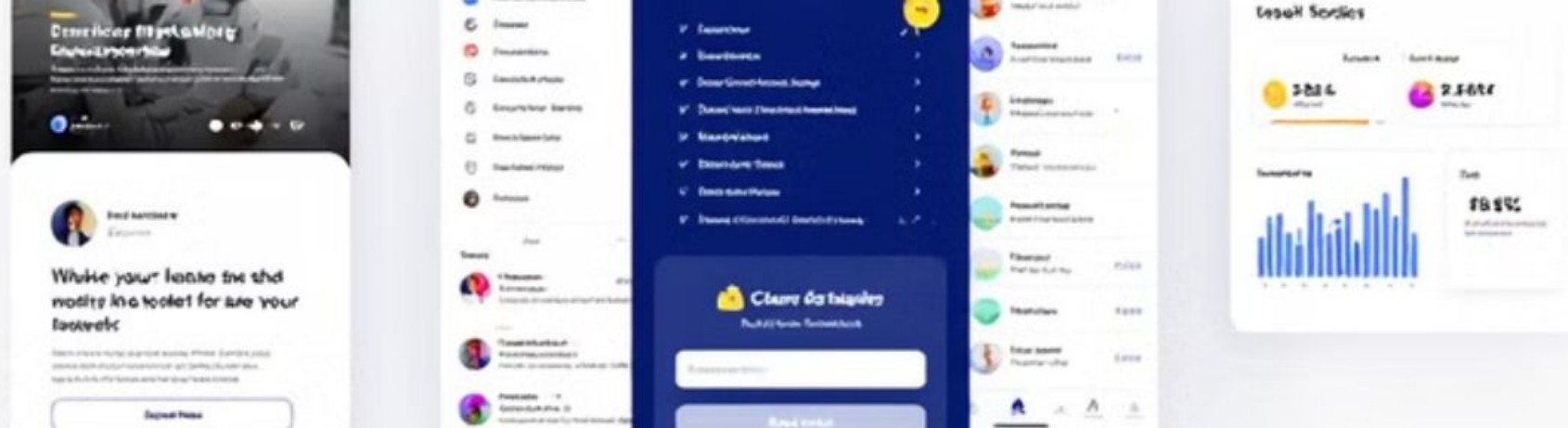
Mercado Pago, PayPal, WebPay

Logística y envíos

Chilexpress, Starken, Blue Express

Logisticand pay your order, plaming, your aganizets your anauning their logistics





Herramientas de marketing

1

Email marketing

Mailchimp, Doppler para newsletters y promociones

2

Chatbots

ManyChat, Chatfuel para atención al cliente automatizada

3

Analítica web

Google Analytics para análisis de tráfico y comportamiento



Oportunidad de crecimiento



Planificación clave

Elegir herramientas adecuadas para el éxito



Expansión de mercado

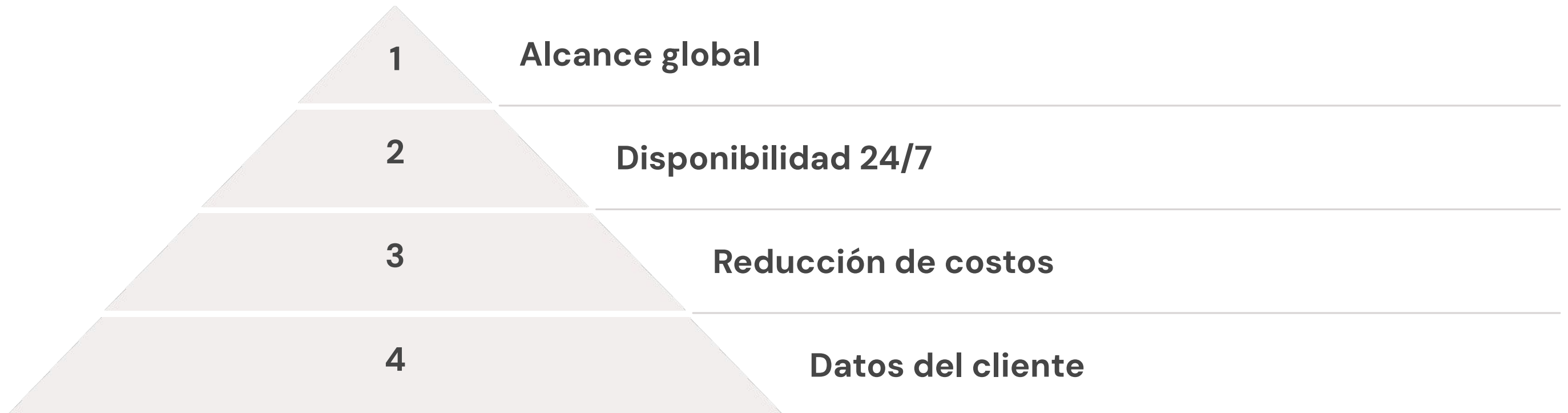
Llegar a nuevos clientes



Explorar opciones

Aprovechar herramientas digitales disponibles

Ventajas del e-commerce agroalimentario



Desafíos del e-commerce agroalimentario

1 Logística de productos frescos

2 Confianza del consumidor

3 Competencia intensa

4 Adaptación tecnológica

Tendencias en e-commerce agroalimentario

1

Suscripciones de alimentos

Cajas de productos recurrentes

2

Realidad aumentada

Visualización de productos antes de comprar

3

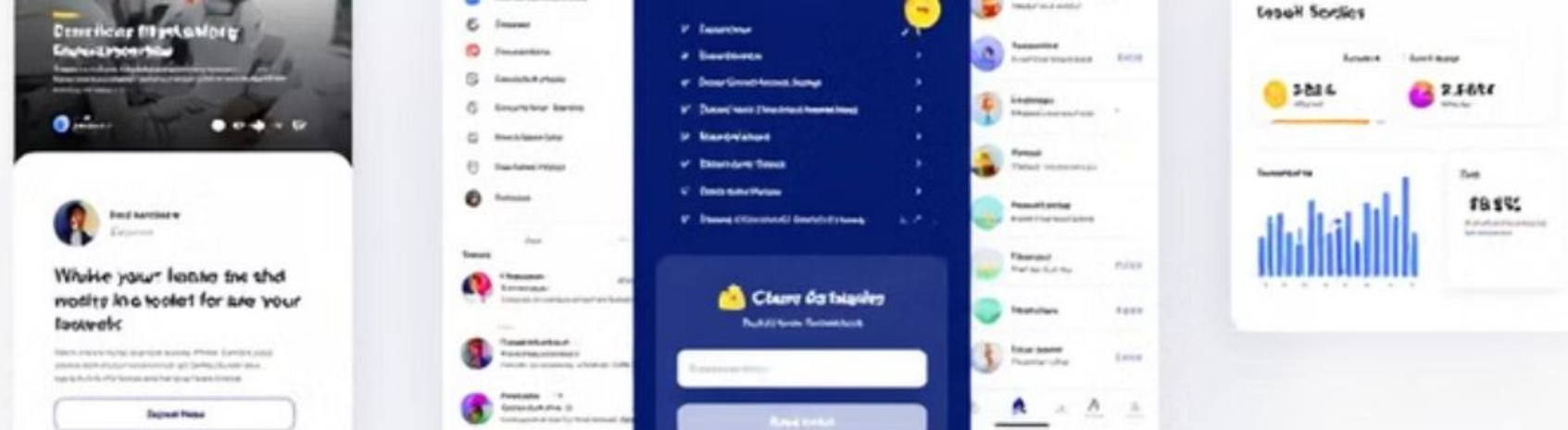
Blockchain

Trazabilidad y transparencia en la cadena de suministro





0:31



Personalización y recomendaciones

Algoritmos de recomendación

Sugerencias basadas en historial de compras

Contenido personalizado

Ofertas adaptadas a preferencias del usuario

Seguridad y confianza online

Certificados SSL

Protección de datos del cliente

Sellos de confianza

Validación por terceros

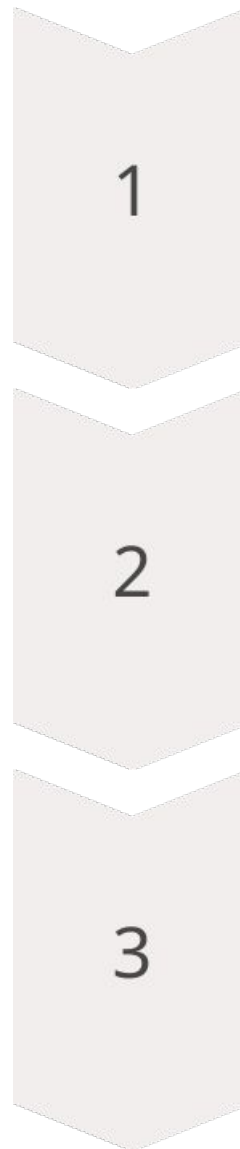
Políticas claras

Devoluciones y privacidad transparentes





Logística y última milla



Almacenamiento

Gestión eficiente de inventario

Embalaje

Protección y presentación del producto

Entrega

Opciones flexibles para el cliente

Análisis de datos y KPIs

1

Tasa de conversión

Visitas que se convierten en ventas

2

Valor promedio de pedido

Monto medio por transacción

3

Tasa de abandono del carrito

Carritos no completados



Integración omnicanal



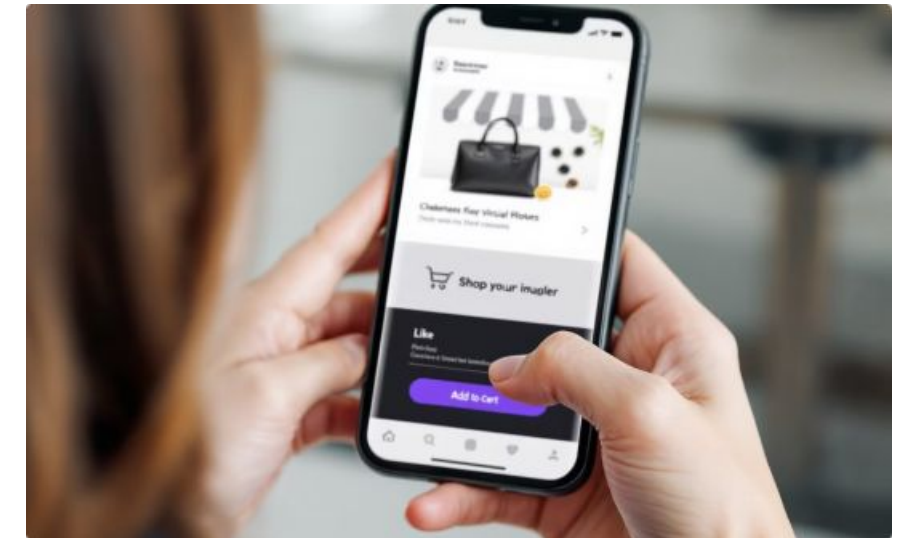
Tienda online

Experiencia de compra digital



Tienda física

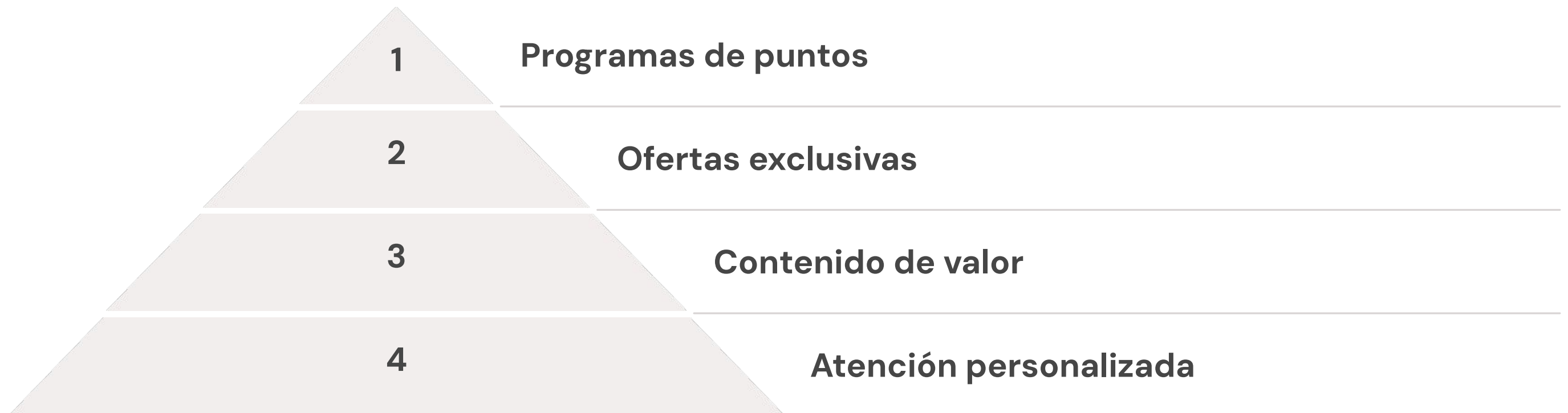
Experiencia tangible y asesoramiento



Redes sociales

Interacción y ventas directas

Fidelización de clientes



Innovación en productos





Sostenibilidad en e-commerce



Embalaje eco-friendly

Materiales biodegradables y reciclables



Productos locales

Reducción de huella de carbono



Compensación de CO2

Iniciativas de neutralidad carbónica

El futuro del e-commerce agroalimentario

1

Inteligencia artificial

Predicción de demanda y personalización

2

Internet de las cosas

Neveras inteligentes y reposición automática

3

Impresión 3D de alimentos

Personalización nutricional avanzada

