



Módulo 6:

Tecnología Digital y Su negocio de pequeños agricultores



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein.

Módulo 6

Todas las empresas, sin importar cuán pequeñas sean, pueden beneficiarse del poder y el potencial de la tecnología. Los pequeños agricultores son pequeñas operaciones por definición y para maximizar los ingresos, la tecnología tiene un papel clave que desempeñar.

En este módulo final, aprenderá sobre los **mercados en línea** y su relevancia para usted, por qué es importante tener su propio sitio web y cómo las **redes sociales** pueden ayudar a su pequeña empresa a crecer. Finalmente, le daremos una visión general de Big Data y el papel que está empezando a desempeñar en la agricultura.

- 1 **El poder del colectivo – Mercados en línea**
- 2 **La importancia de tener tu propio sitio web**
- 3 **El beneficio de usar las redes sociales**
- 4 **Big Data en la agricultura**

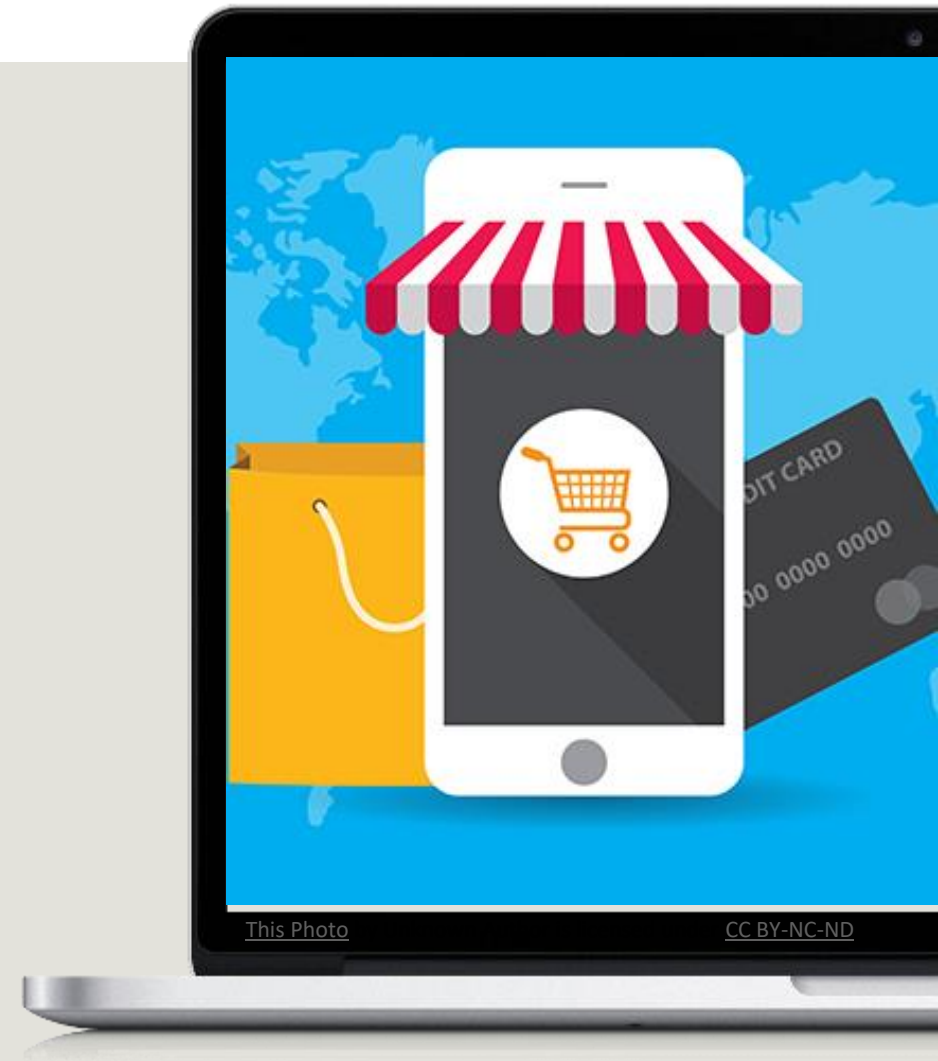
01

El poder del colectivo – **Mercados en línea**



¿Qué es un mercado en línea?

Un mercado en línea es un sitio de comercio electrónico (un intermediario digital) que reúne a vendedores y compradores en un solo lugar.



¿Qué hace un mercado en línea?

Un mercado en línea es un sitio de comercio electrónico que conecta a los vendedores con los compradores.

A menudo se conoce como un **mercado electrónico** y todas las transacciones son administradas por el propietario del sitio web.

Las empresas y las empresas agrícolas pueden utilizar los mercados en línea para llegar a los clientes que desean comprar sus productos y servicios.

Ejemplos de mercados globales en línea incluyen Amazon, eBay y Etsy, pero algunos sitios específicos de alimentos están siguiendo el formato de los mercados en línea con gran éxito..



Mercados de agricultores en línea

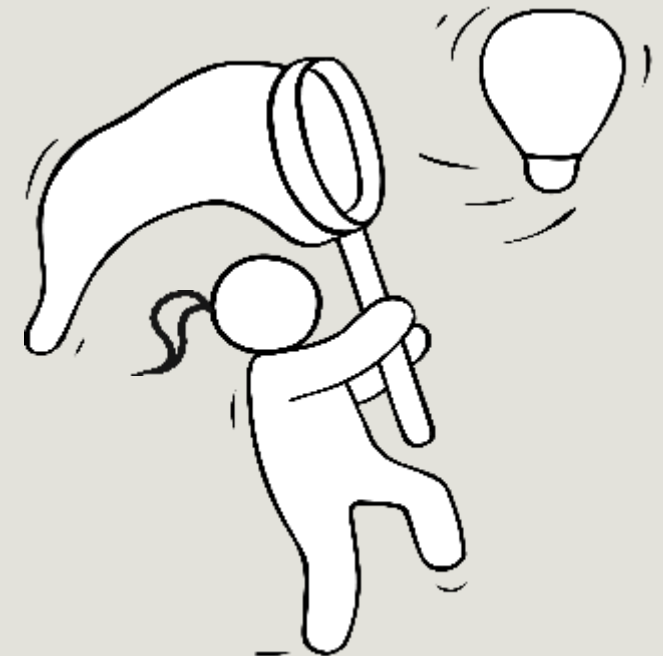
Estamos viviendo en una era increíble de intercambio de información global y marketing.

La pandemia de COVID-19 sacudió la industria alimentaria y de comestibles. Los productores de alimentos de todo el mundo tuvieron que repensar sus operaciones. Muchos comienzan a ofrecer servicios de entrega o Click'n'Collect.

Los mercados de agricultores y las redes de alimentos compartían una necesidad similar de pivotar, y algunos han elegido la ruta de los mercados de comercio electrónico.

Exploremos este mundo de oportunidades a través de

Online Marketplaces.



Mercados en línea

Muchas empresas utilizan los mercados en línea como primer paso al comenzar a vender en línea. Es muy importante que elija el mercado en línea más adecuado para su pequeña empresa ...

En esta sección, usted:

- Conozca qué es un mercado en línea
- Explore los beneficios de los mercados en línea y cómo difieren de los sitios de comercio electrónico independientes.
- Enfoque en los principales mercados en línea y los pros / contras de cada uno
- Lo que necesita vender a través de un mercado en línea



Comprender los mercados en línea

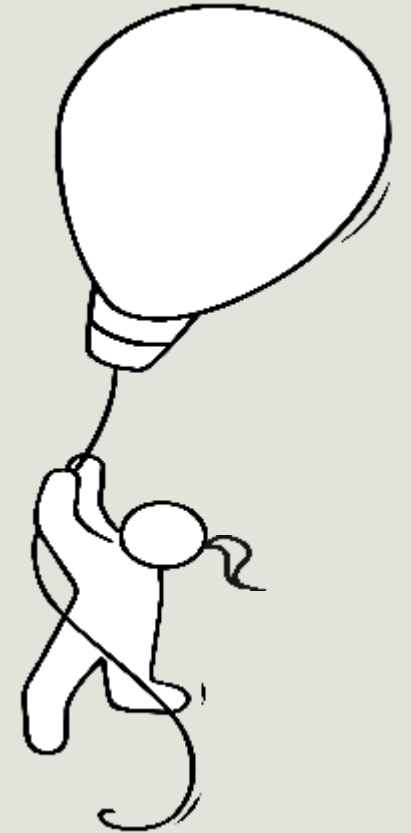
¿Y por qué podrían funcionar para ti?

Un mercado es una tienda en línea de múltiples vendedores que permite a los consumidores comprar una variedad de productos de múltiples proveedores en múltiples ubicaciones. Pensar en ello como alquilar un lugar en línea.

La razón principal para elegir un mercado en línea son las grandes audiencias que atraen estos sitios.

Piénsalo así: si te dieran la opción, ¿instalarías un puesto en un importante mercado de agricultores o en una calle lateral difícil de encontrar?

Veamos un estudio de caso de un mercado en línea irlandés que ha transformado las ventas de muchos pequeños agricultores..

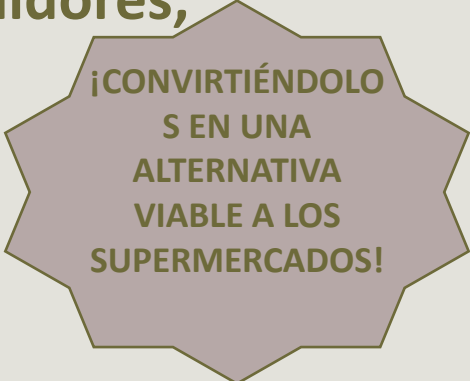


Beneficios de los mercados en línea

Según Eurostat, Los agricultores reciben solo el 21% del precio minorista que los clientes pagan en los supermercados. Teniendo esto en cuenta, la comisión de ~ 20% que cobran los mercados en línea es mucho más justa para los agricultores y los deja con una parte mucho mayor.

Si los mercados digitales de agricultores realmente se vuelven más comunes en el futuro, parece que podrían traer:

- **mayores ingresos para los agricultores,**
- **acceso a productos frescos, regionales y de temporada para los consumidores,**
- **distancias de transporte más cortas,**
- **Menos envases y mayor cohesión social a nivel local.**



¡CONVIRTIÉNDOLO
S EN UNA
ALTERNATIVA
VIABLE A LOS
SUPERMERCADOS!

Beneficios de los mercados en línea

Los mercados hacen que sea conveniente para su granja como empresa enumerar y vender sus productos:

- Las personas reconocen y confían en los mercados conocidos y pueden comprar con la tranquilidad de su sólida protección del cliente.
- Los mercados en línea pueden ayudar a llegar rápidamente a un público más amplio con una inversión más pequeña
- Al utilizar un mercado, evita la necesidad de configurar su propio carrito de compras y proceso de pago.
- Los mercados construyen una comunidad en torno a las necesidades comunes de los minoristas y los consumidores

Si bien le sugerimos que configure su tienda en un mercado en línea, los beneficios de tener su propio sitio web no deben pasarse por alto. **Un sitio web le ayudará a construir su marca, personalizar sus ofertas e impulsar las relaciones y la experiencia de los clientes.**

Inspírate...

NEIGHBOURFOOD

Marcas como Neighbor-FOOD ofrecen productos frescos, carne, huevos y otros pilares del mercado de agricultores del vecindario, todo en un entorno en línea. Ofrecen recogida en persona en un lugar local a las personas en sus regiones seleccionadas y utilizan vendedores y productores locales como lo hicieron cuando instalaron puestos en la plaza del pueblo. Excepto que ahora, es aún más conveniente para los consumidores.

Todos los productos enumerados en un mercado de NeighborFood son cultivados o producidos por pequeños agricultores locales o productores artesanales. La venta de cualquier hortaliza a gran escala cultivada comercialmente, frutas o verduras importadas no orgánicas, productos genéticamente modificados, carne criada intensivamente, pescado importado o huevos en batería no están permitidos para ser vendidos en un mercado de NeighborFood.



Ejercicio - Vender en mercados

Encuentra el mejor marketplace para vender tus productos online

Muchos pequeños agricultores están vendiendo con éxito a través de mercados en línea. Hay muchas plataformas de venta en línea y es importante encontrar la adecuada para usted.:

[NeighbourFood](#) en Irlanda y el Reino Unido

[Markta](#) en Austria

[Italian Farmers Market](#)

[Farmsy](#) en Irlanda

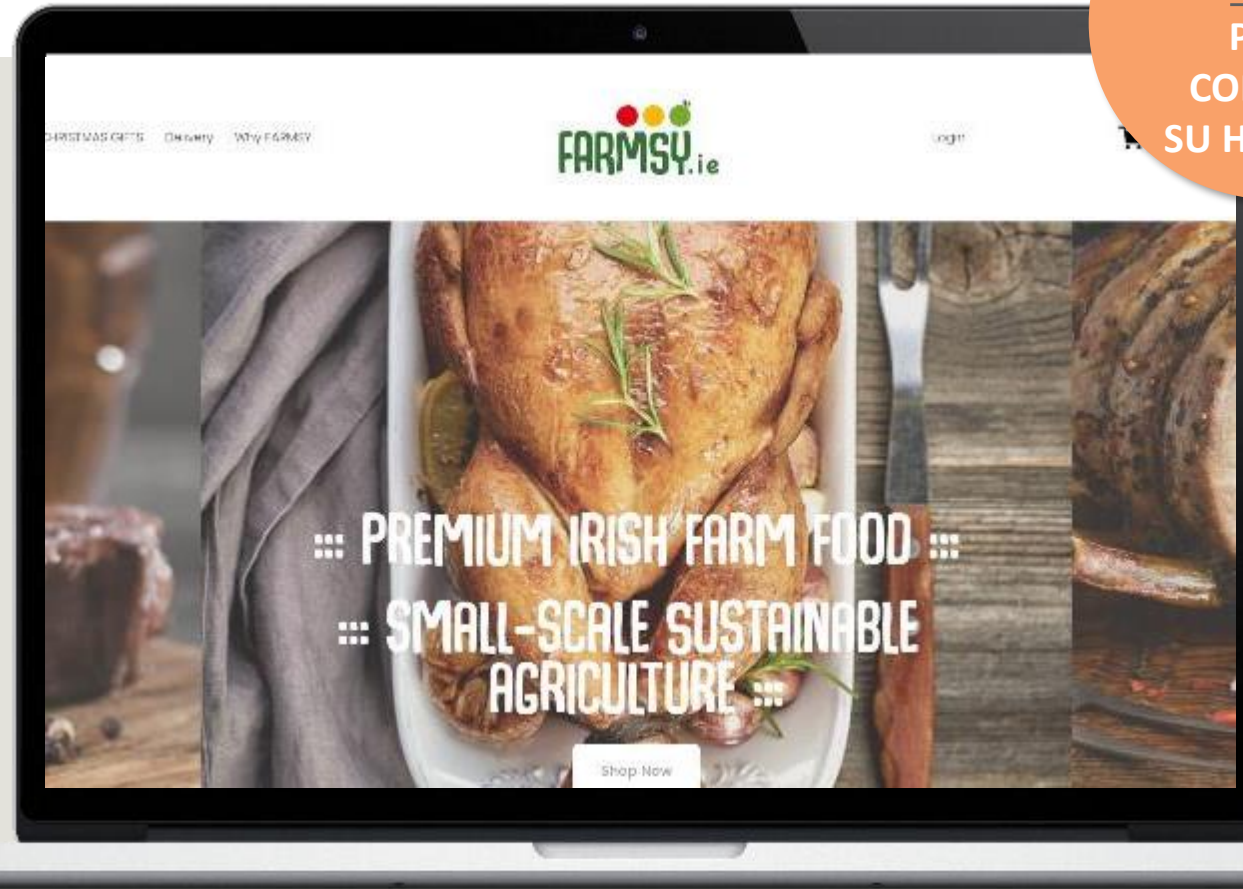
[Facebook Marketplace](#) para empresas está disponible en algunos países

[Etsy](#) para la artesanía agrícola



Inspírate... Echa un vistazo a nuestro Farmsy!!

En Farmsy, facilitan a los agricultores, productores y productores de alimentos artesanales locales vender sus productos dentro de la comunidad local, ayudando a proteger una forma de vida y proteger los empleos en su comunidad..



CLICK
HERE
PARA
CONOCER
SU HISTORIA

Se enorgullecen de conocer personalmente a sus proveedores y se aseguran de que usted también los conozca al proporcionar transparencia sobre la procedencia de cada producto.

Inspírate .. Un canal de venta alternativo...

Una opción similar, pero alternativa, a unirse a un mercado en línea sería vender sus productos en una capacidad mayorista (B2B).

La demanda de alimentos producidos localmente está aumentando por razones de salud y medioambientales y, como consecuencia, están apareciendo empresas en toda Europa para satisfacer esta necesidad. Estas empresas a menudo están en línea y se abastecen de una variedad de productores locales y luego cumplen con los pedidos en línea.

Pueden usar modelos de suscripción o pedidos directos y, a menudo, entregan directamente al consumidor.

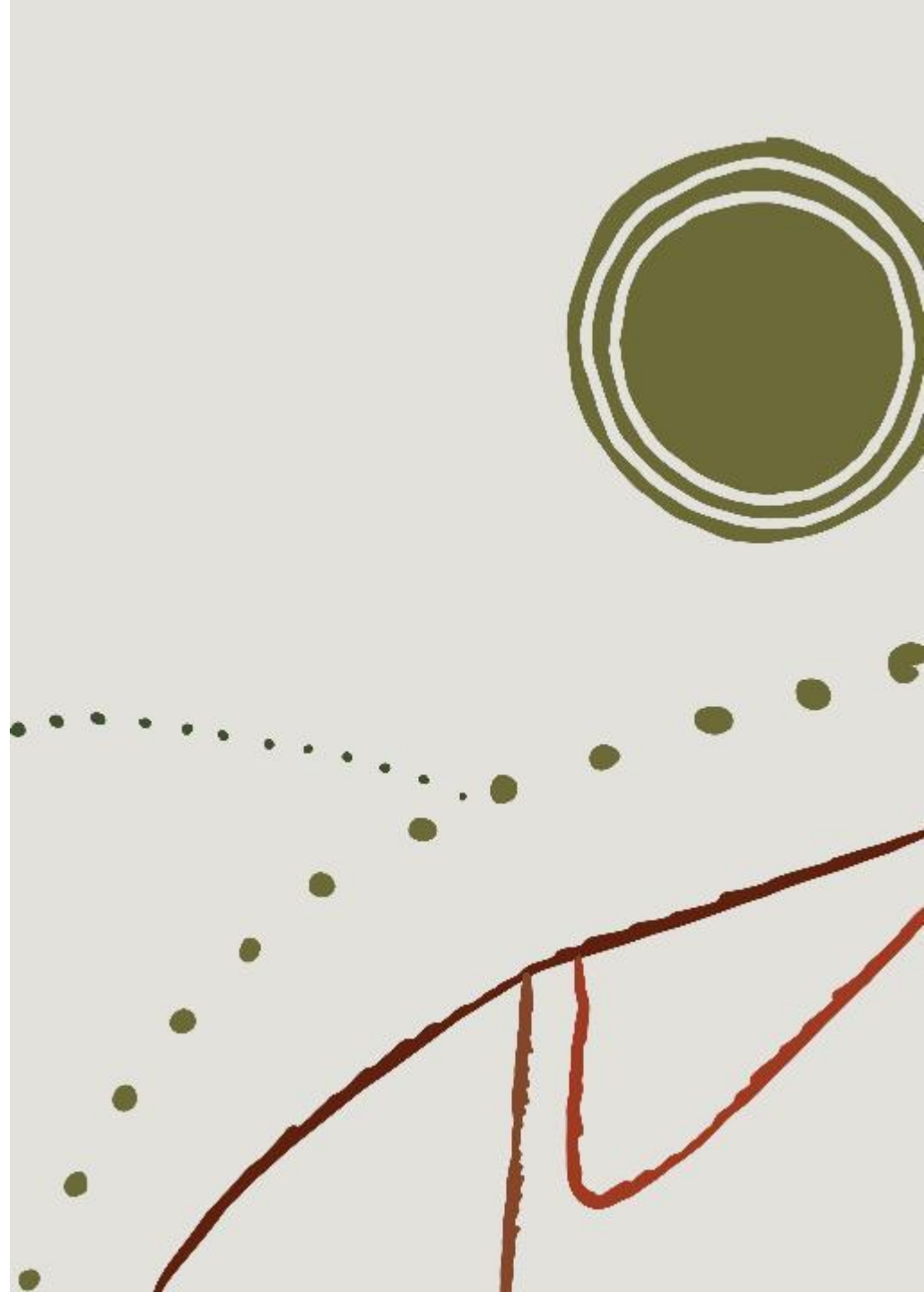
CLICK
HERE
PARA
CONOCER
SU HISTORIA

Un ejemplo es The
Fruit Brothers con
sede en Galway,
Irlanda..



02

La importancia de tener tu propio sitio web



La importancia de tener tu propio sitio web...

La importancia de su propio sitio web para las ventas no puede ser exagerada. Al tener una presencia en línea a través de su sitio web, puede llegar a más consumidores. Pero desarrollar un sitio web no atrae automáticamente clientes que pagan a su negocio y es por eso que comenzamos este módulo con Mercados en línea.



Cuando pueda permitírselo, configure su propio sitio web.

Su propio sitio web le da la libertad de ser mucho más extenso y atractivo, ya que permite la inclusión de fotos, muestras de productos y testimonios de clientes satisfechos..

Por qué todas las empresas necesitan un sitio web

La presencia en línea de una empresa, independientemente de su tamaño, puede tener un impacto masivo en su éxito.

Incluso ahora, en un mundo muy digital, algunas pequeñas empresas todavía no se dan cuenta de que la mayoría de sus clientes visitarán su sitio web antes de realizar una compra.

Tener una fuerte presencia / sitio web en línea, particularmente un sitio web, puede ser un éxito o un desaliento para generar más ventas.



No tengas MIEDO...

Algunos agricultores y dueños de negocios dudan en conectarse en línea porque sienten que no son lo suficientemente expertos en tecnología y no entienden cómo administrar un sitio web. Otras veces, están preocupados por el costo de estar en línea.

La buena noticia es que hay una solución que funcionará para usted. Si aún necesita convencerse, estas son las principales razones por las que es importante que su pequeña empresa tenga un sitio web:



1. **Credibilidad y confianza**
2. **Marca**
3. **Nuevos clientes potenciales / oportunidades**
4. **Tráfico orgánico**
5. **Ahorro de tiempo**
6. **Actualizaciones y anuncios**
7. **Digital Marketing**

1. Credibilidad y confianza

Una de las principales razones por las que debe tener un sitio web para su negocio es aumentar la credibilidad de su pequeña empresa. Lo más probable es que haya varios productores que ofrezcan un producto similar al suyo. Una forma de destacar es tener un sitio web que se vea bien y comunique claramente información de calidad a los consumidores.

Sin un sitio web, las personas pueden cuestionar su legitimidad como negocio. Tener un sitio web es una oportunidad para causar una gran primera impresión y dar a la gente la comodidad de que usted es un negocio real, también puede demostrar la confianza y la transparencia que es buscada ahora por el consumidor.

Las imágenes pueden decir más que mil palabras y un sitio web le permite mostrar sus productos y su granja

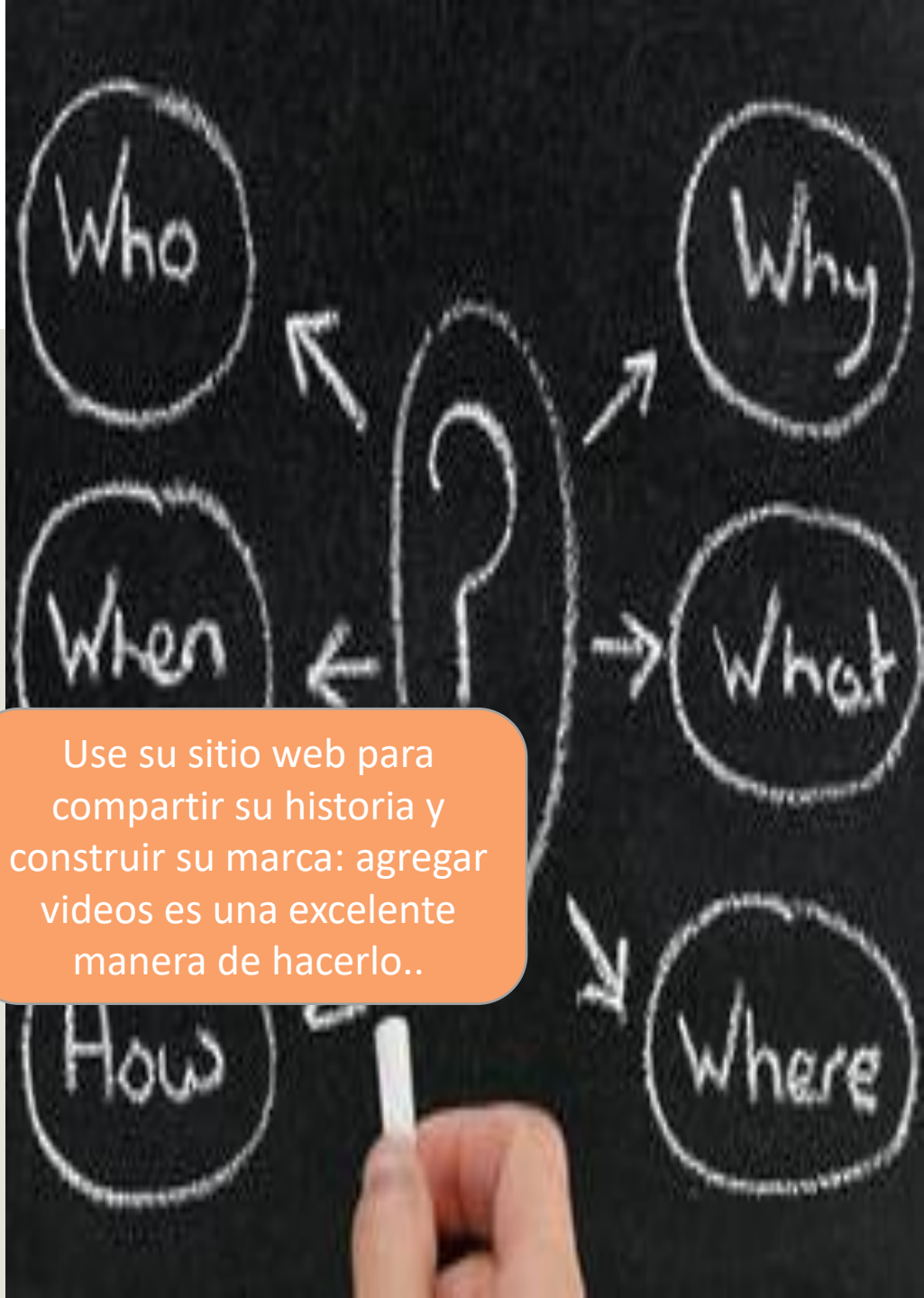


2. Marca

Mostrar su marca a posibles clientes es una de las cosas más importantes que puede hacer. Al establecer claramente quién eres, qué representas y qué representas, aumentas las posibilidades de que los clientes te compren.

Discutimos una historia de marca en el Módulo 4 su sitio web es la plataforma más ideal para compartir SU HISTORIA.

La marca es algo que puede diferenciarte de tus competidores. Sin un sitio web, puede ser increíblemente difícil hacer esto porque las personas no pueden encontrar fácilmente información confiable y de calidad sobre su negocio.



Use su sitio web para compartir su historia y construir su marca: agregar videos es una excelente manera de hacerlo..

3. Nuevos clientes potenciales / oportunidades

Quizás una de las razones más intrigantes para tener un sitio web para su pequeña empresa es porque puede aumentar sus posibilidades de obtener oportunidades de ventas.

Una vez que las personas te encuentren en línea, se interesen por tu producto o servicio y quieran saber más, sabrán cómo contactarte (o realizar compras) gracias a la información de tu sitio web, lo que te da la oportunidad de aumentar tus ventas. A pesar de que los sitios web tienen un costo, cuando se usan correctamente, tienen un retorno de la inversión (ROI) positivo.

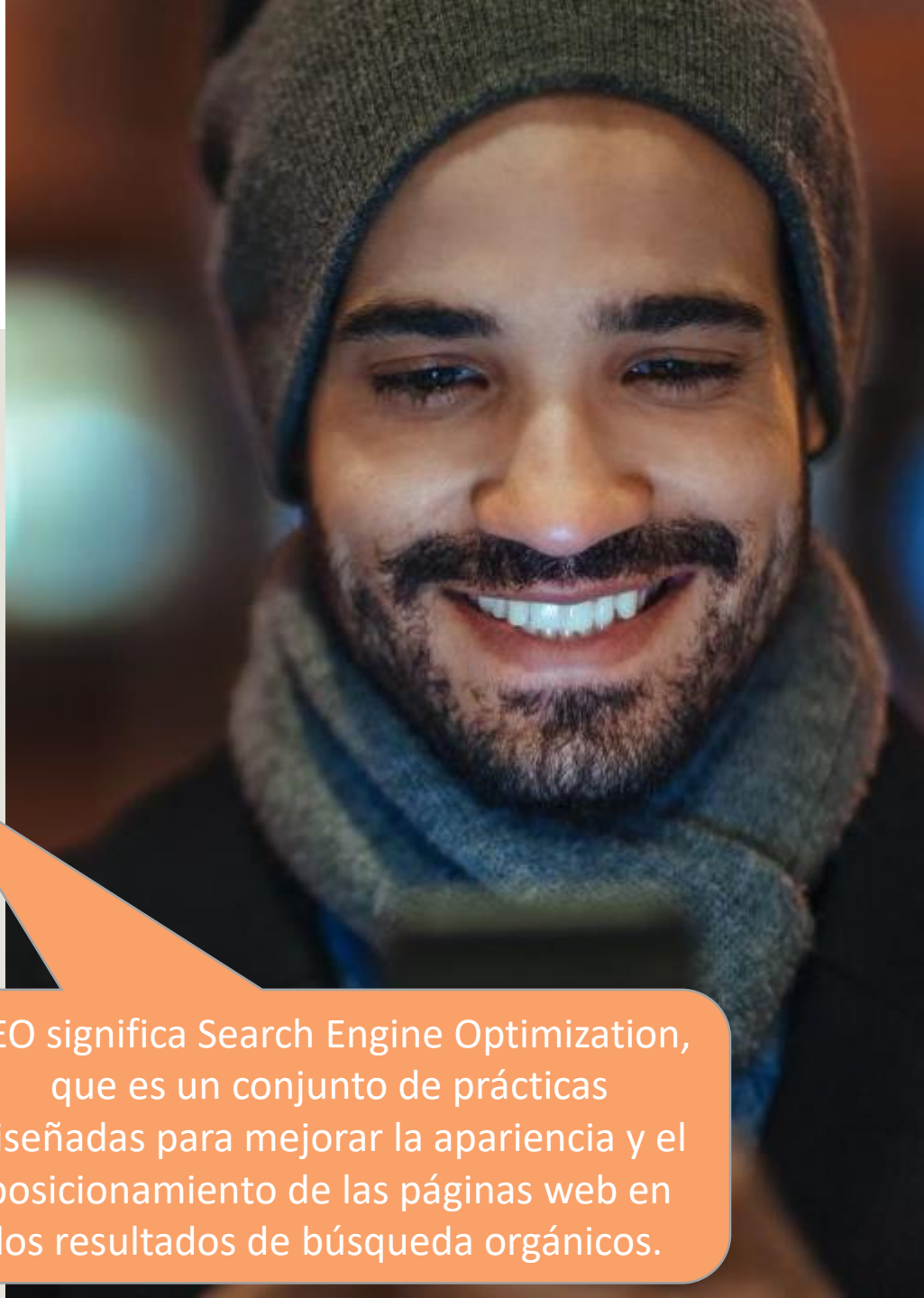


Un sitio web puede ABRIR PUERTAS para usted y su Pequeña Propiedad

4. Tráfico orgánico

Una vez que esté en línea y tenga un sitio web optimizado para SEO, tiene la oportunidad de aparecer en los resultados de búsqueda de Google.

Esto significa que cuando las personas buscan un producto o servicio, existe la posibilidad de que su sitio web aparezca en los resultados. Esto le da la oportunidad de aumentar drásticamente su base de clientes. Tener un sitio web de buena calidad y causar una buena primera impresión mantendrá su atención y abrirá su apetito para aprender más sobre usted..

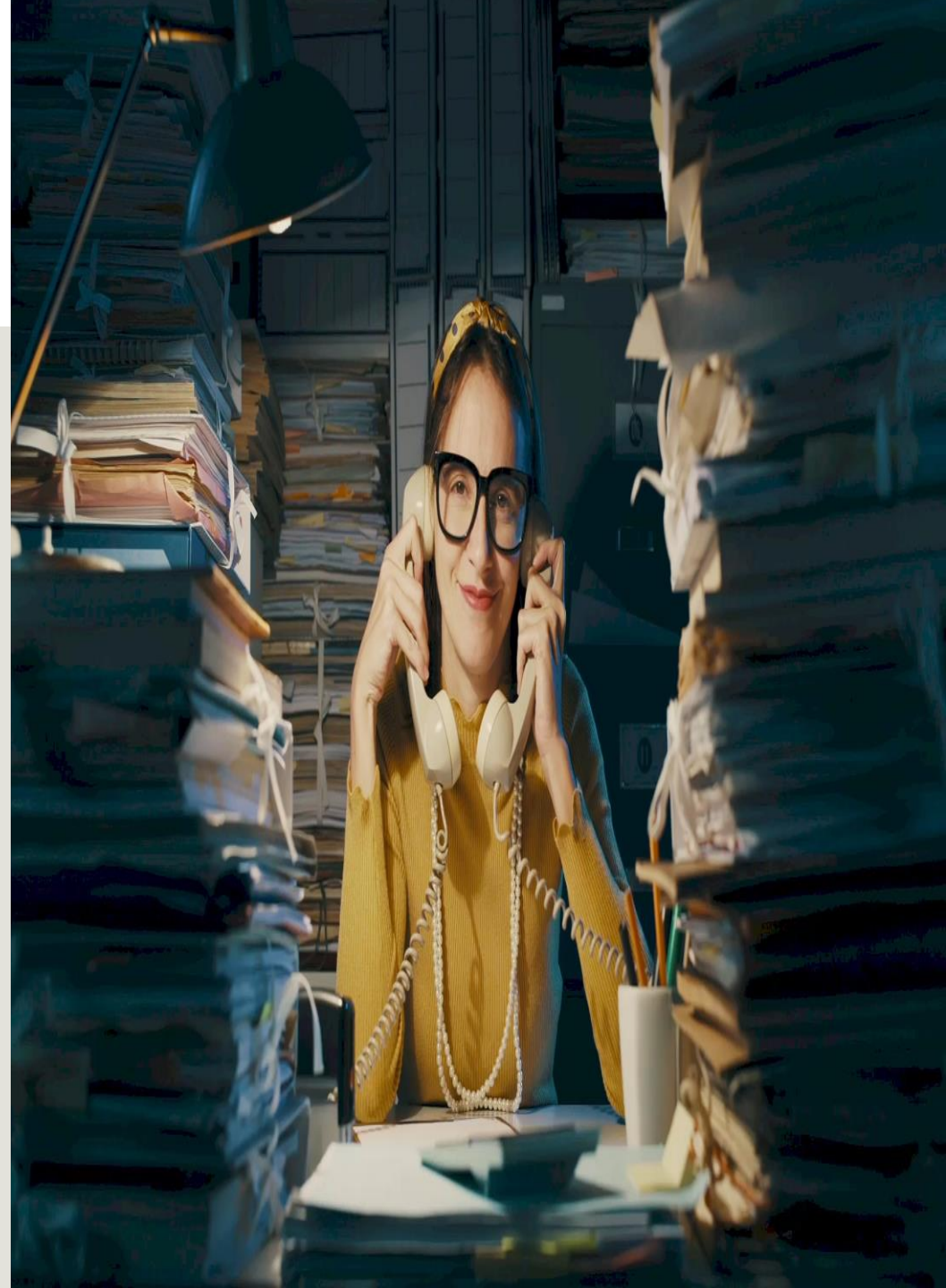


SEO significa Search Engine Optimization, que es un conjunto de prácticas diseñadas para mejorar la apariencia y el posicionamiento de las páginas web en los resultados de búsqueda orgánicos.

5. Ahorro de tiempo

Muchas empresas reciben llamadas de posibles clientes que hacen preguntas simples sobre la ubicación y el horario de operación. Si pierde una llamada, el cliente queda descontento. Las llamadas también pueden distraerlo de concentrarse en las partes más importantes de su negocio. Por lo general, como pequeño propietario, usted es un espectáculo de una sola persona y no tiene tiempo para actuar como secretaria, un sitio web puede reducir estas llamadas y aumentar la productividad.

Al mismo tiempo, ayuda a los clientes a encontrar información útil sin necesidad de llamar, lo que en última instancia proporciona una mejor experiencia de usuario en general.



6. Actualizaciones y anuncios

Dado que su sitio web está encendido y disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana, es fácil publicar actualizaciones y anuncios para sus clientes.

Crear publicaciones de blog o actualizaciones periódicas es una forma de mantenerlos informados sobre todo lo que estás haciendo, creciendo o produciendo. Cuando algo es particularmente relevante para ellos, aumenta la posibilidad de que puedas venderlos.


Las actualizaciones de las redes sociales son buenas, pero las publicaciones pasadas rara vez son útiles, mientras que las publicaciones de su sitio web siempre están ahí y siempre disponibles..



6. Marketing Digital

Si planea aprovechar el marketing digital para hacer crecer su negocio, querrá dirigir el tráfico a un sitio web o página de destino. Para hacer esto de manera efectiva, aproveche la información clave sobre el tráfico que ha ido a su sitio web para que pueda dirigirse a los clientes más calificados y obtener el mejor ROI en su inversión. SEM es algo que no se puede configurar retroactivamente, por lo que es mejor hacer que su sitio web funcione temprano, incluso si no está planeando publicidad en línea en este momento. Hay ayuda y consejos para ayudarlo con su marketing digital.

[The Ultimate Guide to Digital Marketing](#)

A person's hands are shown holding a tablet computer. The screen displays a bar chart with several bars of varying heights. The person's right hand is pointing at the screen. In the background, there are shelves of produce, including red tomatoes, suggesting a grocery store or market setting. An orange speech bubble is overlaid on the image, containing text about SEM.

SEM significa Search Engine Marketing: aprovecha la publicidad en línea pagada para aumentar la visibilidad del sitio web dentro de los motores de búsqueda.

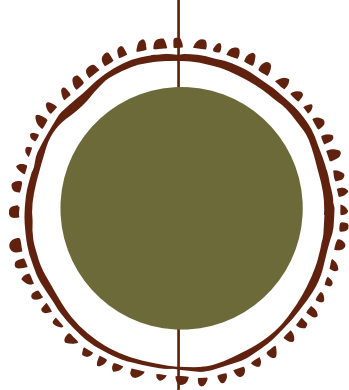
Marketing digital es un término amplio que abarca muchos canales diferentes para promover intereses comerciales a posibles clientes. Dicho esto, hay varios métodos comunes para realizar marketing digital, que incluyen::

- **Pago por clic (PPC)** — PPC es un método en línea para la publicidad donde una empresa solo paga por sus anuncios cuando una persona hace clic en ellos.
- **Marketing en Redes Sociales (SMM)** SMM es la práctica de utilizar los canales de redes sociales para promover productos o servicios comerciales.
- **Marketing por correo electrónico** — El marketing por correo electrónico permite a las empresas enviar contenido promocional de marca directamente a posibles clientes por correo electrónico. El uso de boletines automáticos es común en este contexto.
- **Marketing de afiliación** — El marketing de afiliación es un ejercicio basado en el rendimiento que permite compartir los ingresos y la compensación de pago por venta (PPS) dentro de una red común..
- **Marketing de contenidos** — El marketing de contenidos se refiere a la publicación y distribución de materiales de texto, video o audio a clientes en línea. Los blogs, videos y podcasts son formas comunes para que las empresas participen en el marketing de contenidos.
- **Publicidad nativa** — La publicidad nativa implica mezclar materiales de marketing en un medio, lo que hace que el mensaje subyacente y los propósitos de marketing sean igualmente importantes. El contenido patrocinado, en el que una empresa publica su propio contenido en un sitio web diferente, es un método común de publicidad nativa.

Recuerda...

Puede mejorar un SITIO
WEB con el tiempo, pero la
clave es COMENZAR a
crear uno.

Configuración de su propio sitio web



Usar un creador de sitios web.

Cree su sitio web o tienda en línea utilizando plantillas de arrastrar y soltar.

Esta es una excelente revisión de los 10 mejores creadores de sitios web que puede usar. Cubren todos los niveles de habilidad técnica... Usted está seguro de encontrar uno que se adapte a sus necesidades



[Website Builders Comparison: Find the Best Site Builder \(top10bestwebsitebuilders.com\)](#) **Constructores de 2021**

Contrata a un profesional.

Si tiene el presupuesto, es posible que prefiera subcontratar la creación de su sitio web a un diseñador web profesional.

Por ejemplo, en Irlanda hay subvenciones o [Trading Online Voucher Schemes](#) disponible en algunos países para ayudar financieramente con el costo involucrado.

Este artículo establece 8 consejos para contratar a un diseñador web para su negocio

[8 tips for hiring a Web designer for your business | CIO](#)

Por qué Shopify puede funcionar para ti...



Shopify es un mercado en línea único porque también es un creador de sitios web, pero para las empresas de comercio electrónico, que desean vender directamente a los consumidores..

Por una tarifa mensual, las ventajas de vender en Shopify son:-

- **Vende en tu sitio web frente a un mercado**

Con Shopify, obtienes un sitio web creado para el comercio electrónico. Por ejemplo, puede elegir entre plantillas de diseño web de comercio electrónico, que facilitan la creación de un sitio web y la transición a la venta en su sitio.

- **Cree una tienda en línea rápidamente, sin antecedentes de desarrollo**

Las plantillas de diseño, tanto gratuitas como de pago, disponibles en Shopify hacen posible que cualquiera pueda lanzar una tienda en línea. Incluso si no tiene experiencia en desarrollo, puede crear y publicar con confianza una tienda para su negocio agrícola.

- **Lanzar anuncios de Google y Facebook desde la plataforma**

Shopify también incluye una función incorporada para anunciar sus productos. Ya sea que desee lanzar anuncios en Facebook o Google, puede hacerlo desde Shopify.



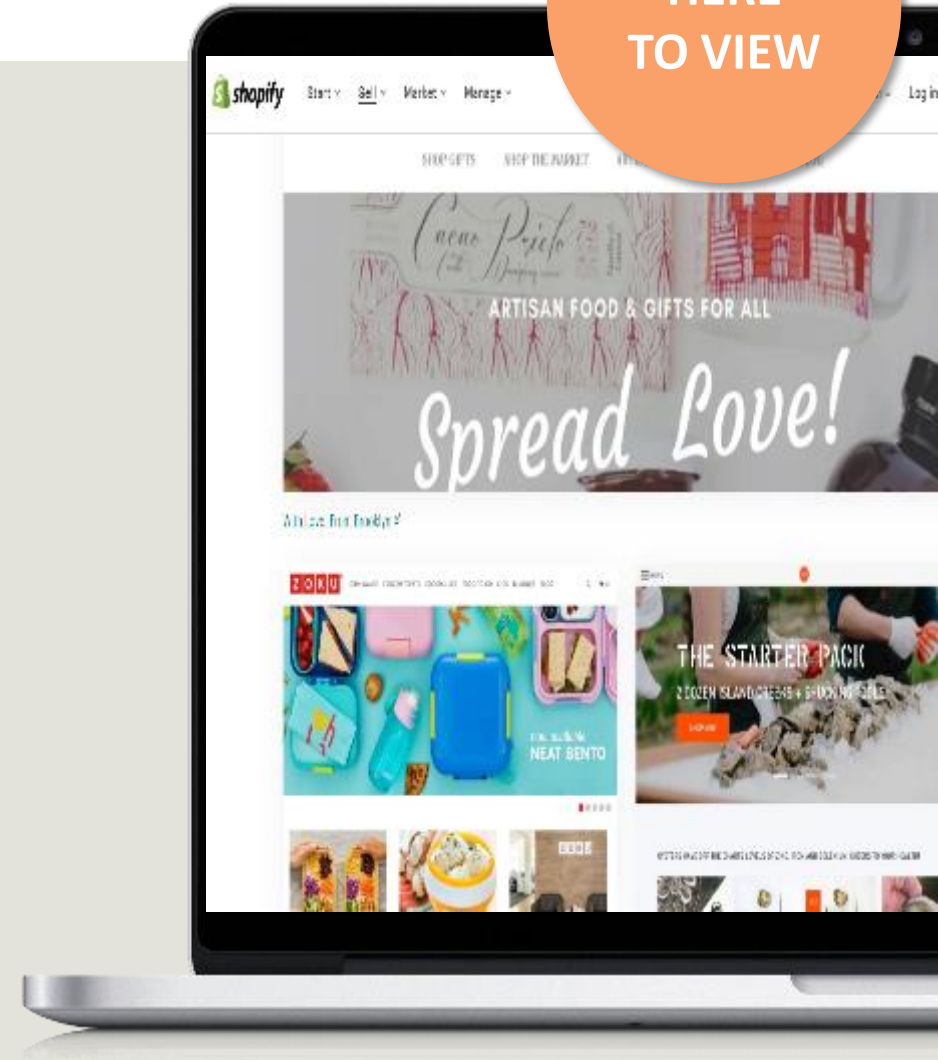
SHOPIFY



CLICK
HERE
TO VIEW

Las tiendas en línea se pueden construir en Shopify manejando todo, desde marketing y pagos, hasta pago y envío seguros. Costes desde 9 €/mes.

www.shopify.com/examples - aquí hay algunos ejemplos de Shopify tiendas en línea con diseños de plantillas de comercio electrónico.

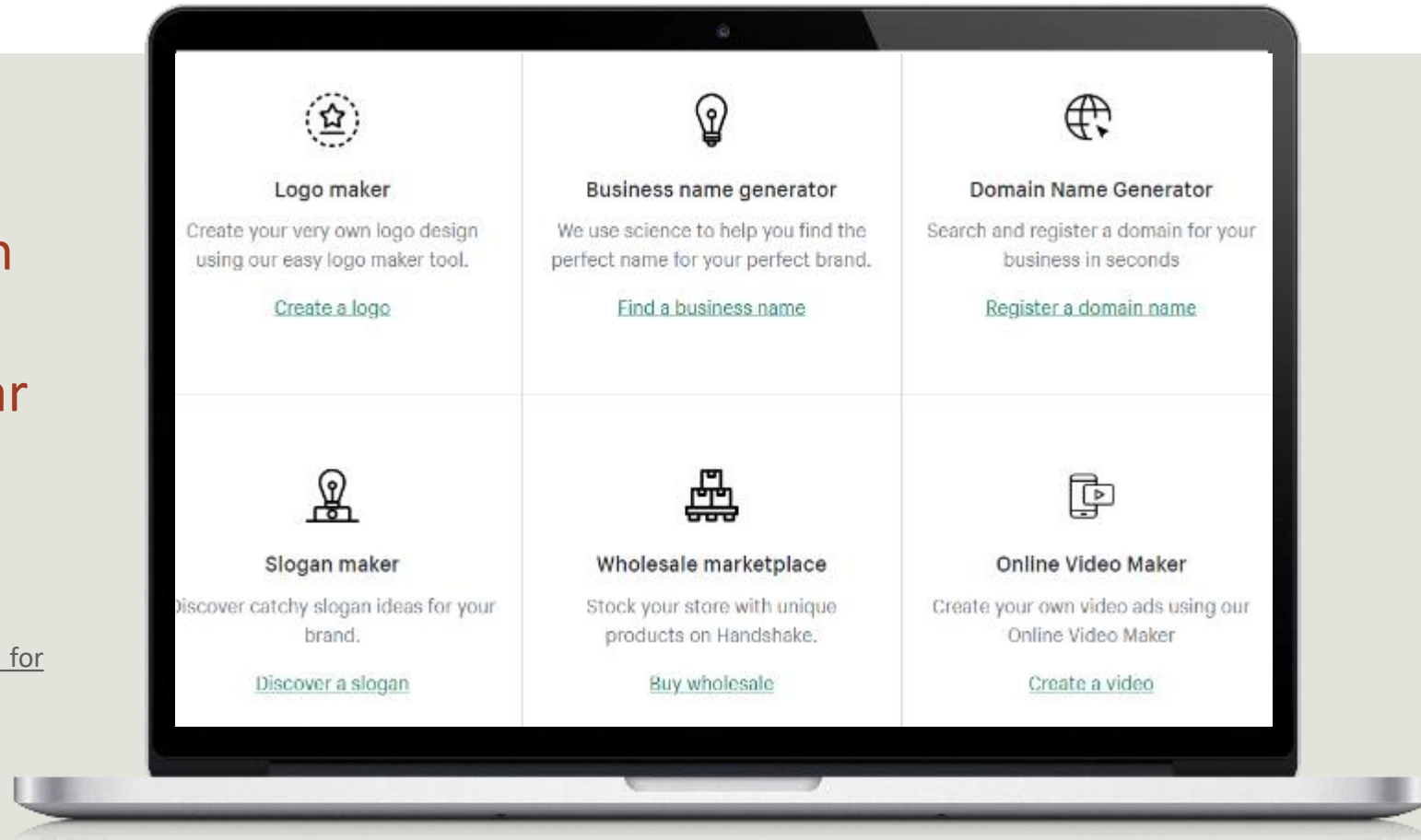


SHOPIFY



¡Hay muchas herramientas en Shopify que te ayudarán a lanzar tu negocio ONLINE!

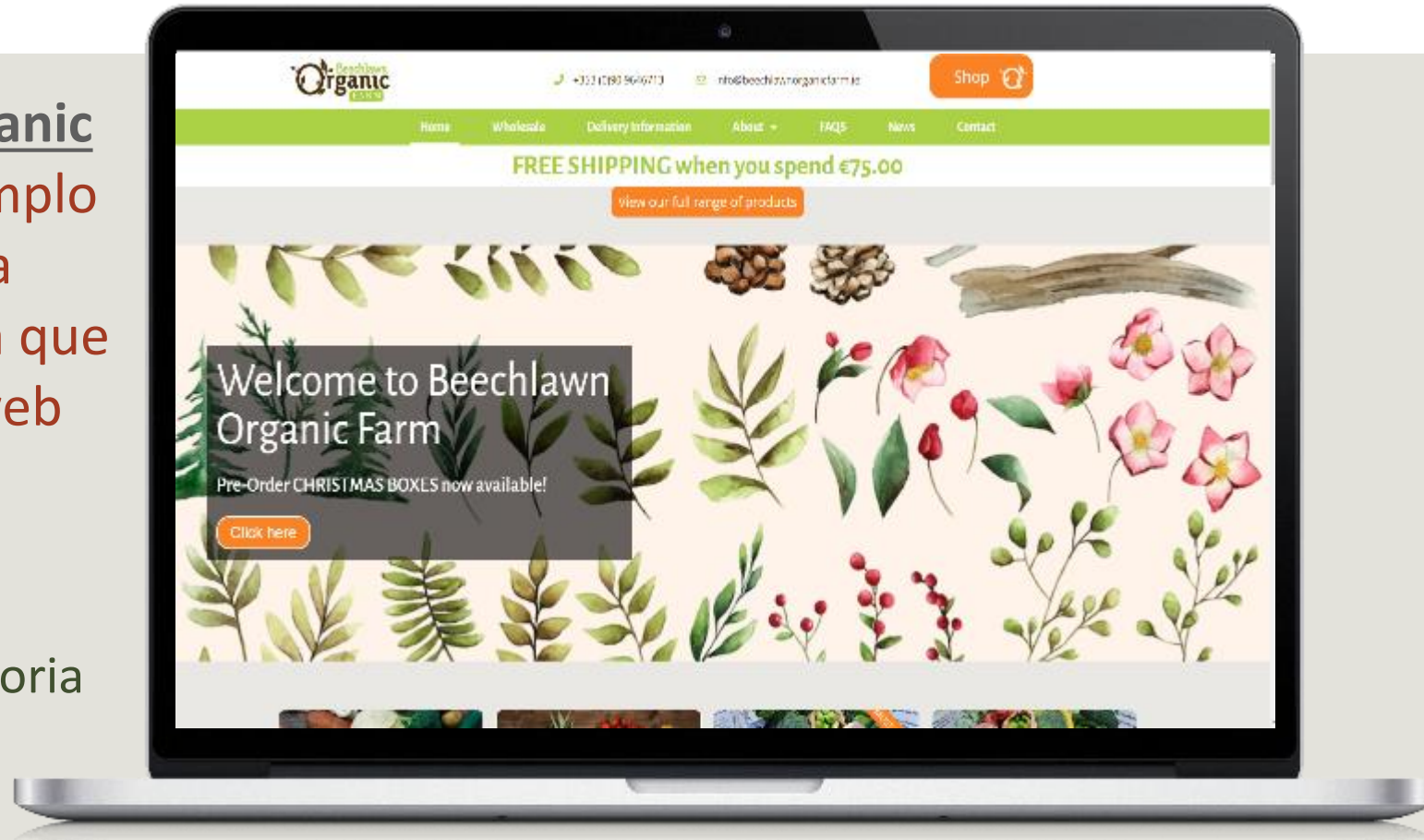
[Free Business Tools - Online Tools for Small Businesses \(shopify.com\)](https://shopify.com)



Inspírate... Sitio web de una granja irlandesa

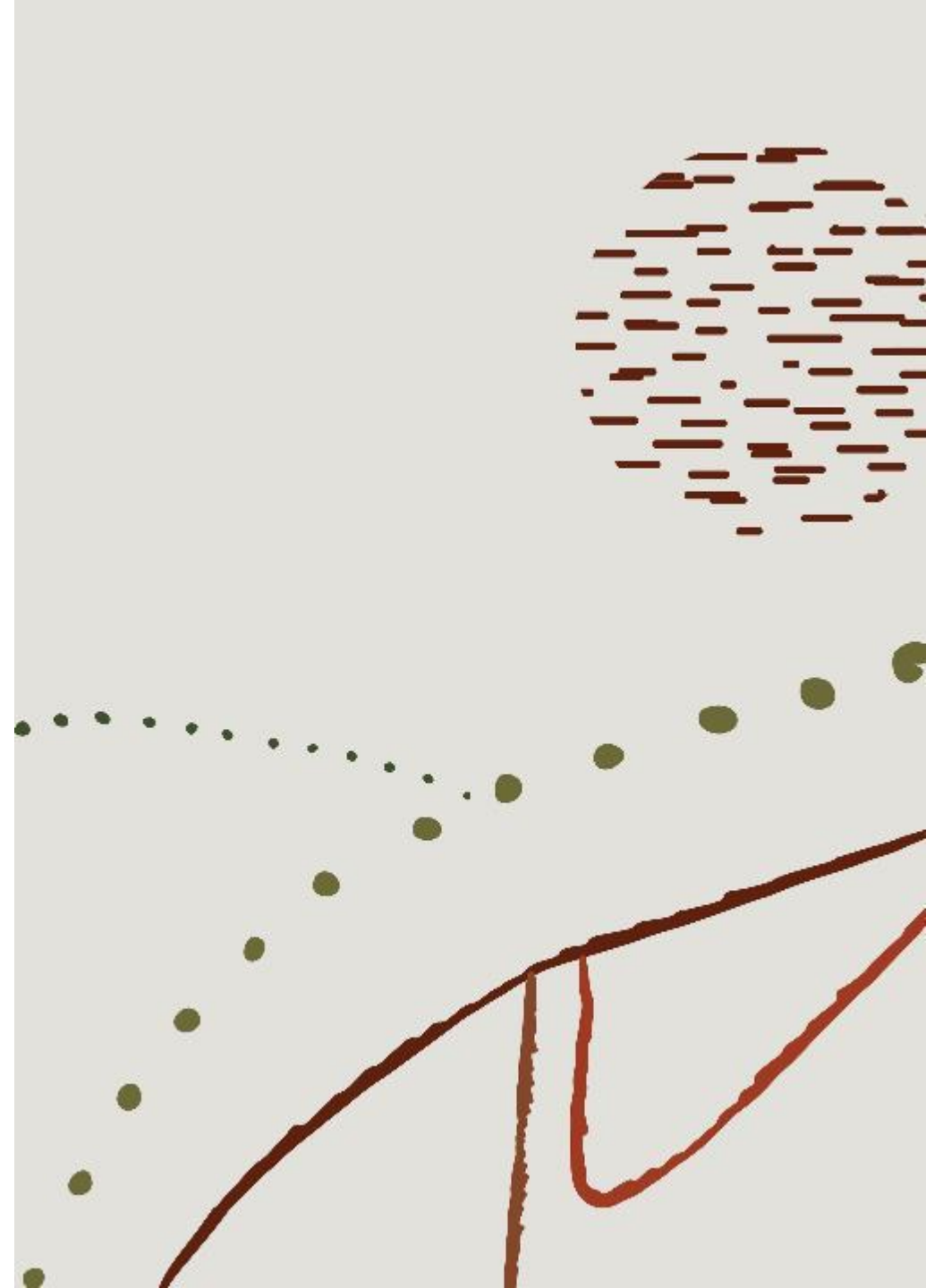
Beechlawn Organic Farm es un ejemplo de una pequeña granja irlandesa que utiliza su sitio web para:

- Resalta lo que hacen
- Cuenta su historia
- vender sus productos
- Genere confianza en el consumidor



03

El beneficio de
usar los canales de
redes sociales para
su pequeña
propiedad



Redes sociales

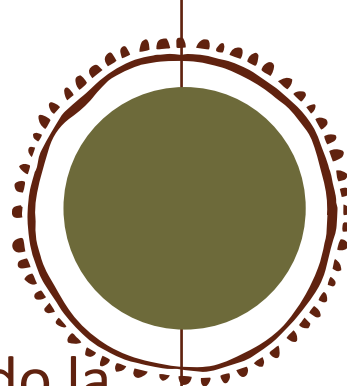
Las plataformas de redes sociales se han vuelto muy importantes. Se utilizan como un recurso en la construcción de un puente entre los productos y los clientes.

Las redes sociales se han convertido en una parte esencial de todas las estrategias de marketing de negocios de alimentos. Todo el mundo necesita comer y está interesado en la comida, por lo que, como productor, ya tiene una ventaja.

Debido a la naturaleza social de las experiencias gastronómicas y gastronómicas, que generalmente se comparten con amigos y familiares, alentar a los consumidores a interactuar con las redes sociales es una forma importante de atraer nuevos clientes..



El papel de las redes sociales...



Las redes sociales han revolucionado la forma en que interactuamos entre nosotros y cómo las empresas de alimentos realizan negocios y **comunicarse con sus clientes de maneras nuevas y emocionantes.**

Aquí hay algunos ejemplos de cómo las empresas de alimentos están utilizando plataformas de redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok, Twitter y otras:



Haga clic aquí para obtener 14 consejos sobre cómo usar las redes sociales para el marketing de alimentos en 2022

Les permite publicar imágenes de alta calidad de alimentos y nuevos productos: la comida es algo visual!

Pueden compartir noticias y ofertas promocionales, creando un nuevo interés y / o lealtad a la marca

Muestre el contenido generado por el cliente

Se pueden compartir ideas de recetas o lanzamientos de nuevos productos

Se puede destacar al personal clave, construyendo conexiones emocionales

Pueden mostrar fotos y videos detrás de escena

Plataformas de redes sociales

[Facebook](#) es una plataforma muy efectiva para las actividades de las redes sociales en el sector alimentario según [Celimli and Adanacioglu \(2021\)](#).

Pero también puedes tener éxito en [Instagram](#)

En Instagram, existe la oportunidad de implementar campañas de marketing innovadoras que mejoren la experiencia del cliente. La plataforma de redes sociales brinda la oportunidad de aumentar la profundidad de **narración de historias y uso compartido de historias de éxito**.

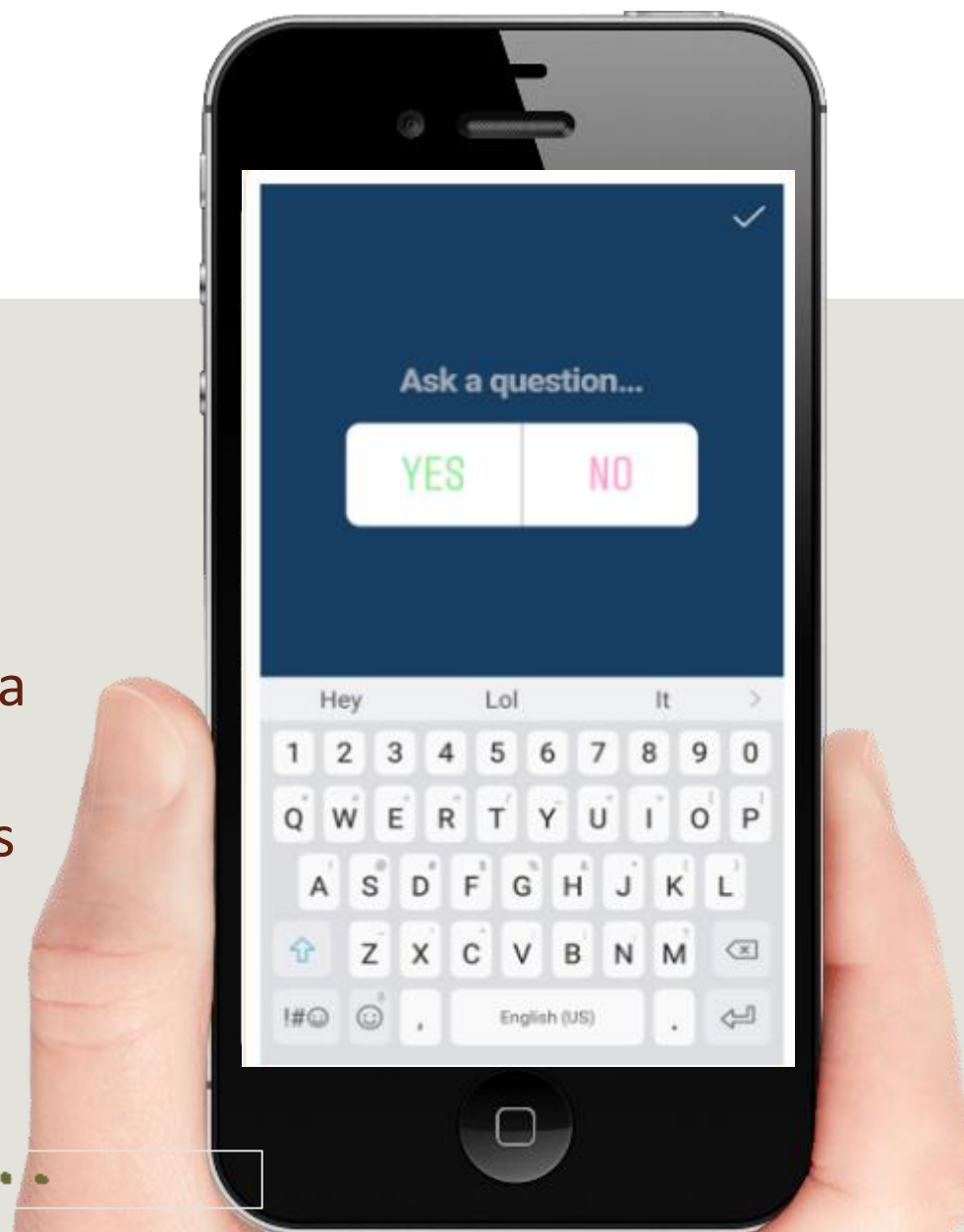
Incluso el **contenido personalizado** se muestra a través de la función 'Explorar', y una función de grabación de video es una gran herramienta para crear videos de lapso de tiempo.



El poder de Instagram

Más de 500 millones de usuarios miran Instagram Stories todos los días. Desde personas influyentes hasta grandes empresas, un número sustancial de Instagrammers ahora están utilizando la función de encuestas de historias, no solo **para interactuar** con su audiencia, pero también para involucrarlos en la toma de decisiones y utilizar esta información de fuentes múltiples para futuras actividades de marca. ¿Por qué no utilizar estas herramientas para ayudarle a decidir sobre las opciones del menú?

[Cómo usar las encuestas de Instagram para tu negocio | El Diario Social \(zoho.com\)](#)



Uso de la tecnología para mostrar su experiencia...

Nadie conoce su granja y produce mejor que USTED. Al tratar de ganar clientes y construir su granja como un negocio viable, es ventajoso posicionarse como un experto en el campo (sin juego de palabras). No solo en términos de los años de experiencia que tiene, sino también de la historia de la granja. Es bueno usar su sitio web o canales de redes sociales para demostrar esta experiencia o probar →

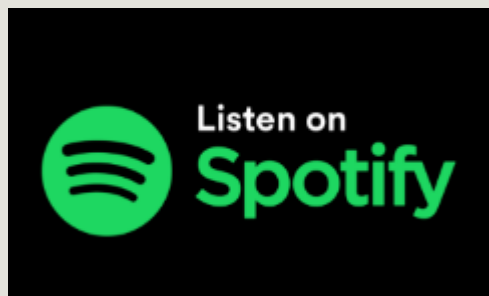


- 1** Escribe un **blog**, prueba las **redes sociales**, habla en eventos (agroalimentarios)
- 2** Usa **podcasts** para tu negocio. Representa una forma pasiva innovadora de hacer que los clientes te conozcan
- 3** Participar en **seminarios web** (por ejemplo, con cooperativas o agencias nacionales) para crear conciencia de marca para un público más amplio

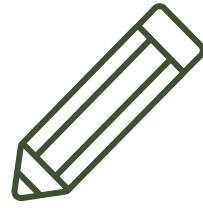
Veamos lo que hay ahí fuera: un ejemplo...

Podcast de The Farmers Journal es una discusión regular sobre noticias agrícolas y asuntos rurales del principal periódico agrícola y agroindustrial de Irlanda, el Irish Farmers' Journal. Todos los miércoles.

HAGA CLIC PARA ESCUCHAR



Ejercicio para el alumno



Se ha discutido cómo la importancia de las redes sociales en los negocios está aumentando:

Un simple ejercicio de lápiz y papel

LISTA:

1. ¿En cuántas plataformas tiene presencia su pequeña empresa?
2. ¿Con qué frecuencia publicas?
3. ¿Podrías interactuar con más frecuencia?
4. ¿Está rastreando la actividad de sus cuentas y dónde puede mejorar?



04

Big Data en la agricultura



¿Qué es Big Data?



En términos simples, Big Data es básicamente la ciencia de recopilar cantidades masivas de datos y convertirlos en trozos más pequeños de información manejable que se pueden utilizar para obtener información extensa y relevante sobre un tema y analizarse para construir sistemas predictivos para una mejor toma de decisiones.

En muchos casos, los agricultores no prestan atención a la gran cantidad de información que tienen sobre procesos, técnicas y hábitos de consumo.

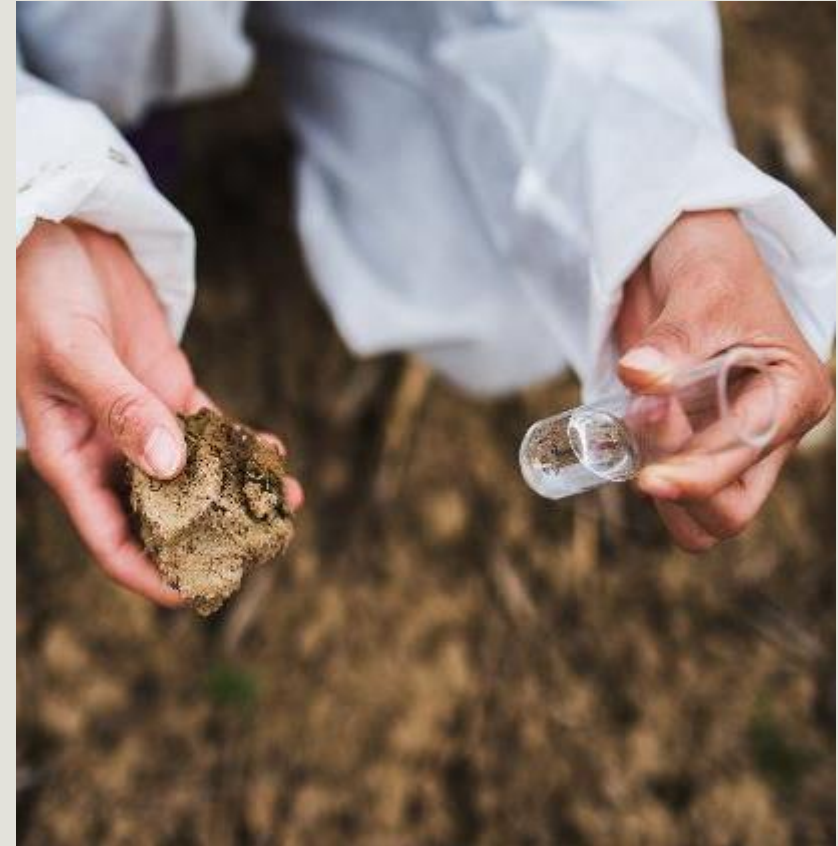
Vamos a explorar cómo puede utilizar esta información para agilizar sus procesos agrícolas y satisfacer mejor las necesidades del mercado.



Big data en la agricultura...

Las aplicaciones de Big Data en la agricultura son una combinación de tecnología y análisis. Implica la recopilación, compilación y procesamiento oportuno de nuevos datos para **ayudar a los científicos y agricultores a tomar decisiones mejores y más informadas**. Los procesos agrícolas se están convirtiendo cada vez más en datos habilitados y basados en datos, gracias a máquinas inteligentes y sensores que generan grandes cantidades de datos agrícolas.

Las herramientas tradicionales están siendo reemplazadas por máquinas equipadas con sensores que pueden recopilar datos de sus entornos para controlar su comportamiento, como termostatos para la regulación de la temperatura o algoritmos para implementar estrategias de protección de cultivos. La tecnología, combinada con fuentes externas de big data como datos meteorológicos, datos de mercado o estándares con otras granjas, está contribuyendo al rápido desarrollo de la agricultura inteligente..



Big Data en la agricultura...

Las aplicaciones de Big Data en la agricultura están ganando impulso a medida que tecnologías como:

- dispositivos de monitoreo de ganado,
- drones, y
- Sensores de suelo

están generando grandes volúmenes de datos para apoyar la agricultura basada en datos. El objetivo final es ayudar a los agricultores, agricultores y científicos a adoptar prácticas agrícolas beneficiosas..



El papel del Big Data en la agricultura

El "Internet de las cosas" (IoT) se refiere a cómo una red de objetos inteligentes físicos interconectados puede comunicarse entre sí y recopilar e intercambiar información y datos a través de Internet..

Sostenibilidad, seguridad alimentaria mundial, inocuidad y mejora de la eficiencia son algunos de los problemas críticos que están siendo abordados por las aplicaciones de big data en la agricultura. Sin lugar a dudas, estos problemas globales han ampliado el alcance de los grandes datos más allá de la agricultura y ahora cubren toda la cadena de suministro de alimentos. Con el desarrollo del Internet de las cosas, varios componentes de la agricultura y la cadena de suministro están conectados de forma inalámbrica, generando datos accesibles en tiempo real.

Las fuentes primarias de datos incluyen operaciones, transacciones e imágenes y videos capturados por sensores y robots. Sin embargo, extraer todo el potencial de este repertorio de datos radica en un análisis eficiente. El desarrollo de aplicaciones relacionadas con la gestión de riesgos, despliegue de sensores, modelado predictivo y benchmarking, ha sido posible gracias al big data..

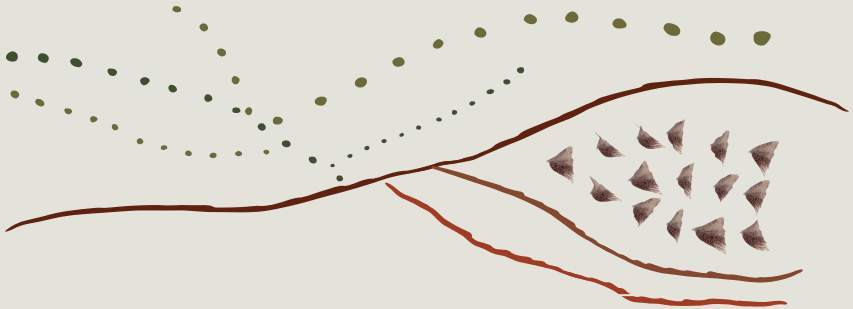


¿Cómo está transformando la agricultura el análisis de big data?

- **Aumento de la productividad** – Los datos recopilados de tractores equipados con GPS, sensores de suelo y otras fuentes externas han ayudado a una mejor gestión de semillas, pesticidas y fertilizantes, al tiempo que aumentan la productividad para alimentar a la población mundial cada vez mayor..
- **Acceso a la información sobre el genoma vegetal** – ha permitido el desarrollo de rasgos agronómicos útiles.
- **Predicción de rendimientos** – Los modelos matemáticos y el aprendizaje automático se utilizan para recopilar y analizar los datos obtenidos del rendimiento, los productos químicos, el clima y el índice de biomasa..
- **Gestión de riesgos** – La agricultura basada en datos ha mitigado las pérdidas de cosechas que surgen debido a los cambios en los patrones climáticos.
- **Seguridad alimentaria** – La recopilación de datos relacionados con la temperatura, la humedad y los productos químicos reduce el riesgo de deterioro de los alimentos mediante la detección temprana de microbios y otros contaminantes.
- **Ahorros** – La IA y la agricultura basada en el análisis de datos generan ahorros significativos para la agricultura industry.

Big Data en el sector agroalimentario

Los datos son un recurso en el mundo digital. ¡Se dice que los datos son el nuevo oro! Big data es información tomada de todos los aspectos de la vida y utilizada para proporcionar mejores sistemas y servicios e incluso comunicaciones más personalizadas. Al comprometerse con Big Data, las empresas agrícolas pueden ganar en algunas áreas clave.



Ventajas del Big Data en el sector agroalimentario



Control de calidad

Monitoreo de la cadena de suministro

Predicción mejorada de la vida útil



Eficiencia mejorada

Big Data ayuda a la industria alimentaria a mejorar los procesos a través de una mejor predicción y control



Información mejorada

Ajuste mejorado del mercado a través del análisis predictivo

1. Control de calidad

El uso de Big Data y el análisis de datos es muy importante para garantizar la calidad de los alimentos que llegan al usuario final.

Las tecnologías inteligentes como la comunicación de campo cercano, la identificación por radiofrecuencia, los códigos de respuesta rápida, la inteligencia artificial y la tecnología blockchain se pueden utilizar para rastrear productos a lo largo de la cadena de suministro.

Esto garantiza que se cumpla la autenticidad de los productos y, en consecuencia, los mejores productos lleguen a los minoristas, proveedores de servicios de alimentos o consumidores.



Blockchain en la cadena de suministro del sector alimentario

Los beneficios...

WATCH



En este video, el Director de Smartbridge, Matthew DiBona explica la ruptura de la cadena de suministro de alimentos y cómo la integración de blockchain en la industria alimentaria puede transformar la forma en que los humanos consumen.

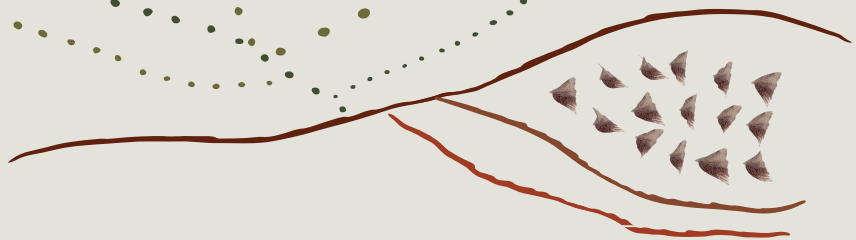
[Blockchain en la industria de servicios de alimentos-](#)
[Serie de videos de Blockchain for Business - YouTube](#)

2. Eficiencia mejorada

Las PYME agroalimentarias tradicionalmente operan con un resultado final ajustado y, por lo tanto, las pequeñas ganancias en las operaciones comerciales son muy importantes.

Por parte de los agricultores, minoristas y empresas de servicios de alimentos que utilizan tecnologías inteligentes, recopilan información de sus operaciones y la retroalimentan con los datos existentes.

El proceso de recopilación y análisis de estos datos es muy complejo, por lo que los proveedores de servicios tecnológicos lo llevan a cabo y proporcionan a los agricultores o a las pymes alimentarias recomendaciones concisas sobre cómo pueden mejorar..

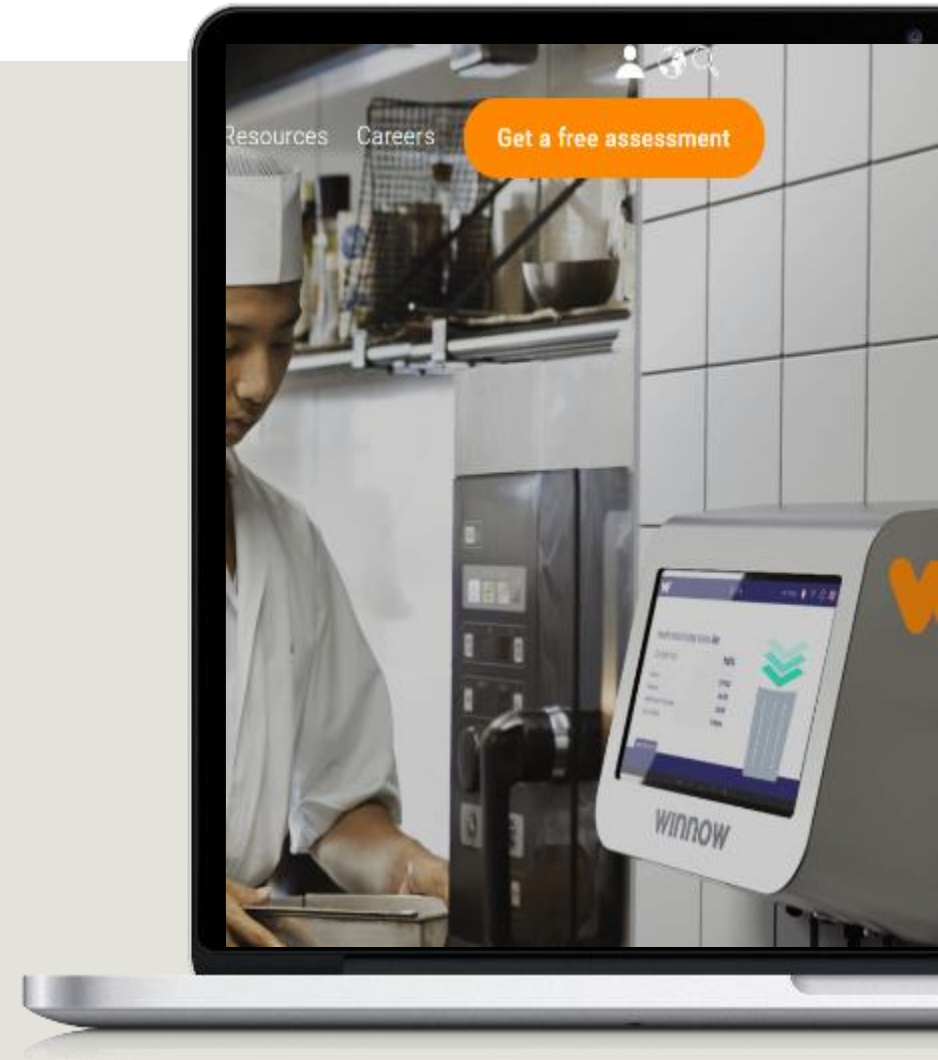


Ejemplo: Winnow

Una empresa que promueve el uso de la tecnología y el big data para mejorar los conocimientos es Winnow.

Winnow utiliza un contenedor inteligente que pesa los residuos a medida que se eliminan y utiliza la Inteligencia Artificial (IA) para identificar la fuente de residuos..

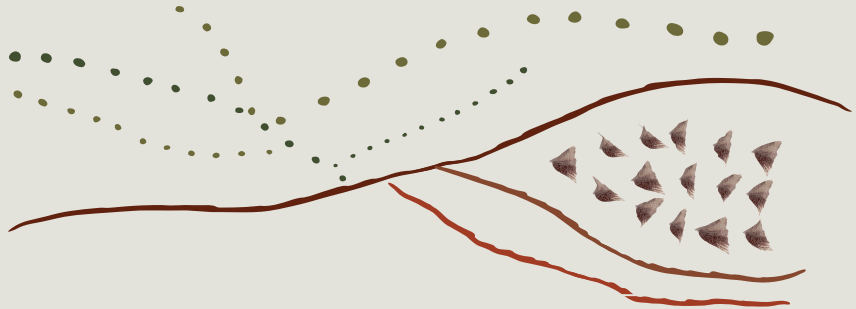
A través de la analítica, Winnow luego devuelve información a la PYME sobre cómo pueden reducir sus residuos, creando un modelo más sostenible y reduciendo la ineficiencia para el negocio..



3. Información mejorada

Como se mencionó anteriormente en esta sección, la agricultura se está volviendo más inteligente, pero los servicios de punto de venta (POS) también son un área en crecimiento a medida que las empresas de servicios de alimentos intentan incorporar TIC más avanzadas en sus actividades diarias.

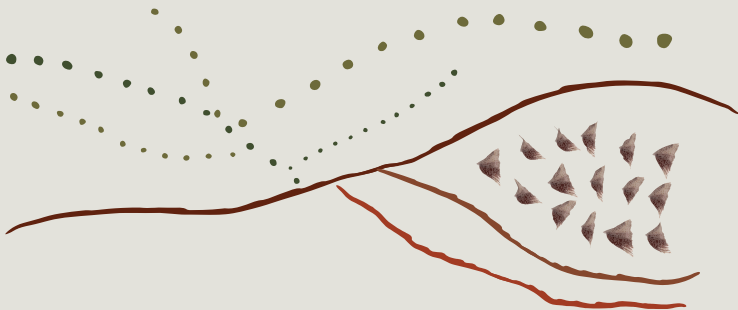
Ciertas compañías están llevando esto al siguiente nivel. Empresas como 'Toast' y 'Avero' están proporcionando sistemas de software integrados que recopilan puntos de datos de todas las operaciones y proporcionan información a los propietarios que les permite optimizar sus negocios..



En conclusión, es evidente que la tecnología digital es relevante para todas las formas de negocio... incluso pequeños agricultores.

Como se mencionó, ofrece:

- Acceso a mayores mercados
- Ahorro de tiempo y costes
- Acceso a los clientes
- El análisis de datos conduce a mejoras en varios aspectos agrícolas



Esperamos que este módulo haya sido una **REVELACIÓN** para usted en cuanto a las oportunidades que se encuentran dentro del mundo de la tecnología digital.

Bien hecho!!!

Acaba de completar nuestro curso de formación sobre pequeños agricultores sostenibles en la UE. Esperamos que se haya beneficiado de nuestro contenido, desarrollado específicamente para equipar a los pequeños agricultores (y aquellos que los educan / apoyan) con habilidades y conocimientos para mejorar la viabilidad de sus propiedades al defender el valor local / patrimonial de sus productos y mejorar sus otras habilidades empresariales básicas.

Le deseamos nada más que éxito.



www.small-holders.eu

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union