

Conectividad, telefonía y necesidades de capacitación e información de los productores ganaderos



Foto: Plan Agropecuario

El Plan Agropecuario en el marco del proyecto BID/FOMIN (ATN/ME 9558.UR) realizó una encuesta, buscado conocer cuales son las herramientas que utiliza el productor ganadero para comunicarse, (la telefonía rural, la telefonía móvil, la tenencia de computadoras o acceso a ellas, el acceso a Internet) y cuales son sus principales necesidades de información y capacitación.

Características de la encuesta

En esta encuesta realizada por Equipos Mori para el Plan Agropecuario se tomó una muestra de 360 casos representativa de una población de 14.243 productores ganaderos. La medición se realizó sobre responsables de predios con superficies mayores a 100 hectáreas y menores a 2500, que se corresponden con la Declaración Jurada de DICOSE de 2006. El muestreo y el procesamiento de datos se realizó durante el año 2009. Los encuestados fueron elegidos en forma aleatoria, obteniéndose estimaciones con un margen de error de +/- 5 % para el 95% de nivel de confianza.

Características de los encuestados

Los productores consultados se caracterizan por ser mayoritariamente de edades maduras, observándose que 4 de cada 5 tiene más de 45

años. La mayoría de los responsables en la toma de decisiones son hombres. (4 de cada 5).

Según el lugar de residencia, la mitad de los productores tiene su hogar en el propio establecimiento, mientras que la otra mitad vive mayoritariamente en pueblos y ciudades del interior y en menor escala en Montevideo.

El nivel de instrucción formal varía según el tamaño de los predios; mientras que la muestra indica que la mitad de productores con predios menores a 400 hectáreas realizaron solamente primaria, prácticamente la mitad de los que tienen entre 1.000 y 2.500 hectáreas tienen un nivel educativo universitario.

Perfil de su producción

El 45 % de los encuestados se define como criador, mientras que el 34% se orienta al ciclo completo y el 16% como invernador.

Respecto a la participación y pertenencia de titulares de predios en grupos de productores, los resultados arrojan que prácticamente 1 de cada 4 productores forma parte de alguno, mientras tanto al 43% de aquellos que aún no son integrantes de grupos, le interesaría ser parte de uno. El 54% de los encuestados dijo contar con asesoramiento técnico agronómico.

Respecto a otras fuentes de ingreso, a partir de la muestra se infiere que 7 de cada 10 productores tiene como única fuente lo producido en sus predios.

Telefonía

La tenencia de teléfono está ampliamente generalizada.

Luego del boom de las telecomunicaciones en la década del 90, la familia rural había sido uno de los principales beneficiarios a través de la generalización del ruralcel.

Según esta encuesta, a nivel de los predios ganaderos se observa que el 83% de ellos, poseen ruralcel y su tenencia está asociada al tamaño de los predios. Cuanto mayor es el ta-

maño del predio crece el porcentaje de teléfonos en el predio. Según la región, en el Este, es donde se registra un menor acceso a tenencia de ruralcel.

Con la tenencia de celular ocurre prácticamente lo mismo que con la tenencia de ruralcel. Comenzando el nuevo siglo el celular cambia nuevamente el mapa de las comunicaciones, y democratiza este concepto. En el muestreo se observa que el 86% de los productores poseen celular. A medida que disminuye el tamaño de los predios también disminuye el porcentaje de productores con celular, viéndose que no hay grandes diferencias entre regiones. Respecto al nivel de preferencia en cuanto a empresas oferentes del servicio, Ancel aparece como dominante, con un 84%, indicándose diferencias con los datos totales nacionales donde obtiene las preferencias de la mitad de la población.

Conectividad

Se observa que 47% de los encuestados tienen computadora, lo

cual va de la mano según el tamaño del predio. Los productores grandes tienen prácticamente el doble que los pequeños. Entre quienes tienen computadora en su hogar, el 45% la utiliza todos los días y el 68% dice utilizarla en tareas relacionadas con la gestión del establecimiento.

Respecto a la conectividad, se registra que 1 de cada 3 productores se conecta a internet y este número aumenta según tamaño de predio. En el hogar urbano se aprecia una mayor asiduidad de conexión, comparándolo con el hogar rural, donde se conecta 1 de cada 5 productores. Aproximadamente el 30% de los ganaderos tienen casilla de correo electrónico.

El 58% de quienes se conectan a internet buscan información vinculada a la agropecuaria y ganadería.

Información

Los productores encuestados destacan fundamentalmente 4 tipos de información externa al establecimiento que toman en cuenta para tomar decisiones. Se destacan por



Foto: Plan Agropecuario

orden de preferencias: el precio del ganado, la situación meteorológica, la evolución del dólar y los precios de los insumos. Estos resultados no muestran diferencias ni por zona ni por tamaño de predios. Sin embargo, cuando se pide priorizar la importancia relativa de los tipos de información, resulta que la meteorológica es la que se ubica en primer lugar, seguida muy de cerca por la información de precios del ganado, por lo cual se concluye que son estos los dos temas de información que más interesan a los ganaderos.

Capacitación

La encuesta también tuvo entre sus objetivos conocer las necesidades de capacitación y la valoración que hacen los productores sobre este tema. Por lo cual, ante la pregunta ¿siente la necesidad de capacitarse? el 50% de los ganaderos manifiesta que cree que debe capacitarse en temas relacionados con la explotación. Para ellos, los temas fundamentales a tratar deberían orientarse a la ganadería, pasturas, agricultura, administración, maquinaria, informática, etc. Esto conforma un "mercado"

amplio para la oferta de capacitación. A la vez, mirado desde otro ángulo, existe también una cantidad igual de personas que entienden no necesitar capacitación. Según palabras del Soc. César Aguiar la tendencia mundial es que cuanto mayor sea la educación relativa formal de las personas, mayor serán los requerimientos de capacitación, por lo cual debería esperarse un aumento de las necesidades en este sentido.

También se verifica que la mitad de los ganaderos ha participado en alguna actividad de capacitación de corta duración y se observa que a medida que aumenta el tamaño de los predios también aumenta la participación en este tipo de cursos.

Conclusiones

Como era previsible, el acceso a la tecnología, a la información y capacitación se amplía a medida que aumenta el tamaño de los predios. Pero a partir del Plan Ceibal, ya puesto en marcha, o el Plan Cardales próximo a implementarse, se espera que el acceso a la tecnología y la información se democratice aún más.

Respecto a la tenencia o acceso

a la tecnología e información por región, podemos decir que las diferencias son mínimas entre aquellas zonas donde tradicionalmente los productores tenían acceso marginal y las que tenían mayor facilidad de acceder a ellas.

Hoy la telefonía celular tiene cobertura en todo el territorio nacional y si bien en algunos casos la señal puede limitar la comunicación, es cierto que esto ocurre cada vez con menos frecuencia.

La capacitación merece una nota aparte, y decir que es fundamental para el progreso productivo y social es redundante. La tendencia y los datos recogidos también confirman que la sociedad de la información como paradigma del futuro, ya está instalada. Hoy nos podemos comunicar desde cualquier lugar, con cualquier persona, en cualquier momento, y el productor rural no escapa a esta realidad. Seguramente el desafío será utilizar del mejor modo posible las herramientas que se disponen y que hoy se agregan a las tradicionales, para construir conjuntamente el mejor espacio de interacción y aprendizaje colectivo.