

Radiografía Agrícola 2016

Comportamiento del Agricultor

3ª versión Mayo, 2016



Descubra oportunidades para su negocio
conociendo mejor las necesidades,
problemas y tendencias del nuevo
agricultor chileno

Al igual que años anteriores, PMG realizó su estudio de caracterización del Comportamiento del Consumidor Agrícola en su versión 2016.

Este año se profundizó en algunos temas relevantes levantados en mediciones previas como es el caso de la inversión y uso de tecnología, la conectividad y uso de internet en el agro; y en nuevas temáticas como es el uso de seguros agrícolas. Además se buscó una mayor comprensión de algunos segmentos de agricultores y sus diferencias de comportamiento, entrevistando a agricultores de una amplia variedad de cultivos: frutales, hortalizas, cultivos anuales, praderas y viñas de distintos tamaños y zonas del país.

Sin duda, el estudio refleja que el comportamiento de los diferentes segmentos de agricultores presentan diferencias sustanciales, cuya comprensión es vital para aquellas empresas que requieren ajustar sus propuesta de valor a los requerimientos específicos de sus clientes.

A continuación se presenta en mayor detalle los principales módulos de información que se levantaron y los temas ahí analizados.

FICHA TÉCNICA

¿A quién entrevistamos?

Por tamaño

Segmento Agricultores por Tamaño	N° Entrevistas
Grandes	70
Medianos	75
Pequeños	55
Total	200

¿Cómo?

Entrevistas telefónicas, en base a un cuestionario semiestructurado con preguntas abiertas y cerradas.



Por tipo de cultivo

Segmento Agricultores por Cultivo	N° Entrevistas
Frutales	60
Hortalizas	55
Cultivos Anuales	25
Cultivos Industriales	15
Praderas	16
Viñas	29
Total	200

¿Cuándo?

Las entrevistas telefónicas fueron realizadas durante los meses de marzo y abril de 2016.

En las zonas centro y sur de nuestro país

ESTRUCTURA

El estudio está estructurado en dos módulos :

Módulo I: Tendencias del Negocio Agrícola

Este módulo aborda las temáticas centrales que afectan el negocio agrícola desde la mirada de los agricultores. Se analizan aspectos relevantes del financiamiento, selección de cultivos, uso de tecnologías, uso de seguros agrícolas, aspectos referentes a la penetración y uso de internet en el agro y la relevancia de la asesoría agronómica. Además se levantaron las expectativas de los agricultores respecto a los resultados esperados del negocio para el presente año.



Módulo II: Evaluación de la Cadena de Suministro Agrícola

En este módulo se evalúa por parte de los agricultores, la cadena de suministro agrícola con un énfasis en las categorías de fitosanitarios y fertilizantes. Se determinan las preferencias de los agricultores en relación a los proveedores y distribuidores de estas categorías bajo estudio, evaluando la satisfacción de los clientes con las respectivas marcas. Además se incluye un análisis del conocimiento de marcas de proveedores de tecnología para el agro.

DATOS RELEVANTES

- Un 20% de los agricultores declaran que el 2016 su negocio decrecerá en relación al año anterior debido principalmente a una caída de los precios de sus productos.
- El 45% de los agricultores declaran tener problemas de rentabilidad de sus cultivos, tema especialmente sensible en los realizan cultivos anuales.
- El 34% de los agricultores no invierte en tecnología o maquinaria para mejorar la operación de su negocio.
- El 74% de los agricultores cuenta con un Smartphone y tan sólo un 13% cuenta con un tablet.
- La conectividad a internet declarada es de un 87%.
- Los mayores usos de internet declarados por los agricultores son el correo electrónico con un 89% de uso, seguido por la búsqueda de información asociado a su trabajo con un 79%.
- Sólo un 14% de los agricultores son usuarios de redes sociales (Facebook, Twitter); tan sólo el 1% usa internet para hacer compras.
- El 79% de los agricultores no ha contratado seguro para sus cosechas, básicamente por desconocimiento de los instrumentos o por su alto costo.



CONTENIDOS MÓDULO I: TENDENCIAS DEL NEGOCIO AGRÍCOLA

Temas



Caracterización de los Segmentos: localización, tipo de cultivos particulares, ventas anuales, propiedad de predios, hectáreas promedio, razones para la selección de sus cultivos.



Expectativas del Negocio y Problemas: expectativas para el año 2016 y sus razones, principales problemas que enfrentan el negocio, ranking de problemas.



Uso de Tecnologías y Conectividad: niveles de inversión en maquinarias, frecuencia de inversión, procesos del ciclo agronómico donde invierte, barreras para incorporar tecnologías, proveedores de tecnología, conectividad y uso de internet.



Financiamiento: fuentes de financiamiento de insumos y tecnología, satisfacción con medios de financiamiento y problemas para su acceso, contratación de seguros, razones y riesgo cubiertos, expectativas de contratación de seguros, agricultura de contratos.



Asesoría Técnica: razones para el asesoramiento, tipos de asesores, importancia de la asesoría, temas claves en el asesoramiento agronómico.

CONTENIDOS MÓDULO II: EVALUACIÓN CADENA DE SUMINISTRO AGRÍCOLA

Temas



Cadena de Suministro: preferencia de canales de compra y sus razones.



Evaluación de Proveedores Fitosanitarios: ranking de proveedores fitosanitarios y evaluación de satisfacción de clientes por proveedor.



Evaluación de Distribuidores Fitosanitarios: ranking de distribuidores fitosanitarios y evaluación de satisfacción de clientes por distribuidor.



Evaluación de Proveedores de Fertilizantes: ranking de proveedores de fertilizantes y evaluación de satisfacción de clientes por proveedor.



Evaluación de Distribuidores de Fertilizantes: ranking de distribuidores de fertilizantes y evaluación de satisfacción de clientes por distribuidor.



Conocimiento de Proveedores de Tecnología para el agro.

CONDICIONES Y PRECIOS

- **Existen tres modalidades de venta :**

- Reporte Completo: considera los dos Módulos completos de estudio, full información.
- Reporte de Módulos: considera la información referida a sólo un módulo; el Módulo I: Tendencias del Negocio Agrícola o el Módulo 2: Cadena de Suministro Agrícola
- Reporte de Selección: considera la selección de tres temas por parte del cliente más la caracterización de los segmentos bajo estudio.

- **Precios :**

- Reporte Completo : 95 UF + IVA
- Reporte de Módulos :75 UF + IVA
- Reporte de Selección : 50 UF + IVA

- **Condiciones:**

- En estudio se entregará a través de medios electrónicos.
- Las información se entregará abierta por tipos de cultivos y zonas geográficas.
- El estudio se entregará una semana luego de realizada su compra.



Claudio Parraguez G. Socio - Director PMG. Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile, Magíster en Economía Aplicada de la Universidad de Chile y MBA ESADE. MFP Ashridge Business College, Inglaterra. Profesor de Marketing Estratégico de Negocios y Aplicado del MBA de la Universidad de Chile. Profesor de Diplomado Marketing Industrial FEN, Universidad de Chile. Además fue Gerente de PRESEC, de Ventas y Marketing de Hormigones PREMIX y Gerente Comercial de INSTAPANEL Imsa-Chile. Director de empresas Ergotec y Diario El Mostrador.



claudio.parraguez@pmgchile.com