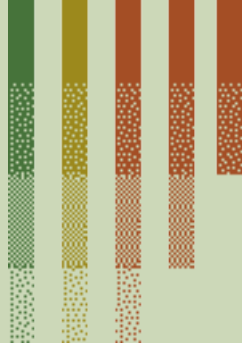


Tesis de Grado
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
UNLP



Directorio Verde: Plan de
Posicionamiento
de **Marca**

Bottaro, Wenceslao Leg. N° 8022/6

Kaczorkiewicz, Virginia Leg. N° 8241/6

Director de tesis: Martín González Frígoli

Septiembre 2012

Introducción

En función de lo trabajado en los capítulos 1 a 4 de nuestra tesis, presentamos a continuación el Plan de Posicionamiento de Marca para Directorio Verde.

Este plan está dividido en dos partes: una primera denominada “Análisis de la empresa y su marca” y una segunda en la que se presenta una propuesta concreta de posicionamiento de marca.

En la primera parte presentamos un diagnóstico de la identidad corporativa de la empresa. Para esto nos reunimos, como primera medida, con los tres socios de la empresa y a partir del diálogo recabamos información sobre la filosofía y objetivos de Directorio Verde; la imagen, esencia y atributos de la marca; realizamos en conjunto un análisis FODA y un análisis de la competencia. En una segunda instancia analizamos el sitio Web de Directorio Verde y sus productos comunicacionales: blog, newsletters y redes sociales. En esta etapa realizamos también un análisis de los públicos objetivos de Directorio Verde. La herramienta¹ utilizada fue una encuesta estándar para cada uno de sus públicos objetivos.

En una segunda etapa presentamos una propuesta comunicacional de posicionamiento que tendrá en cuenta las necesidades de los públicos objetivos, las propuestas de valor de la competencia y las fortalezas de la marca.

¹ Para mayor detalle sobre la metodología utilizada para el análisis ver el Capítulo 4 de esta tesis: “Metodología”

Directorio Verde: Plan de

Posicionamiento de **Marca**



Índice

Análisis de la empresa y su marca	11
Filosofía y objetivos	14
Diagnóstico de la marca	17
Análisis de los públicos	20
Análisis de la competencia	31
Descripción del mercado	38
Propuesta de valor	41
1. Análisis	45
2. Líneas de acción para el posicionamiento de la marca	53
Anexos	65

Análisis de la empresa y su marca



Directorio Verde es una guía online que ofrece diferentes productos y servicios sustentables. En Directorio Verde se pueden encontrar varias categorías de negocios, lista de instituciones, organizaciones sociales, ofertas educativas, empresas de certificación, etc.

Según investigaciones previas sobre el perfil del consumidor objetivo de la marca, se detectó que el mayor enemigo del consumidor ecológico es la falta de información que impide discernir sobre el verdadero efecto del producto sobre el ambiente. Frente a esta situación, Directorio Verde se plantea como un medio de información completo y confiable en materia de productos y servicios sustentables.

En este sentido, Directorio Verde hace un aporte de relevancia al mercado de los productos y servicios sustentables porque le brinda al consumidor un lugar donde encontrar la oferta de productos sustentables y ayuda al empresario a tener visibilidad en la Web.

Filosofía y Objetivos

Misión

Construir y gestionar un espacio de vinculación permanente entre proveedores y clientes del sector de la industria preocupado por el desarrollo sustentable en argentina.

Visión

Posicionar a Directorio Verde como el espacio de referencia del consumo responsable de argentina.

Objetivos

- Lograr tener la guía más completa de argentina.
- Armar una red de contactos institucionales y empresariales: hacer convenios marco con las quince instituciones más interesantes para Directorio Verde.
- Brindar información de calidad: lograr que las empresas firmen un compromiso respecto de la información que se publica.
- Promocionar el producto entre sus públicos.

Valores de la empresa

Ecología, solidaridad, compromiso social

Valores de su servicio

Internet es un medio en constante movimiento y siempre se está renovando. Directorio Verde interiorizó el desafío de estar atentos y ser flexibles para acomodarse a los nuevos requerimientos del mercado. Sus palabras clave son: permeabilidad, dinamismo e información certera.

Ventajas competitivas

Son varias las fortalezas con las que cuenta Directorio Verde que pueden ser vistas como ventajas competitivas.

Son los únicos: en cuanto al mapa de medios, si bien existen algunas revistas especializadas en ecología, no hay hasta el momento en el país otra guía de productos y servicios que abarque el mismo mercado que el Directorio Verde. Ningún otro medio reúne a las empresas que ofrecen productos y servicios sustentables.

Son los primeros: en caso de que en algún momento surja otra propuesta similar, Directorio Verde cuenta con la ventaja de ser el primero, dándole la ventaja competitiva de haber tenido tiempo para aprender sobre el negocio, el mercado y las necesidades de sus

clientes.

Know how del mercado online: otra de las fortalezas de Directorio Verde es la de contar con un equipo con experiencia en el comercio online y el desarrollo de herramientas de comunicación virtual.

Equipo de profesionales capacitado: el equipo inicial está conformado por profesionales altamente capacitados, dos profesionales de la comunicación, un especialista en finanzas, un diseñador y un programador Web, todos ellos con potencial para desarrollar un negocio innovador.

Ofrecen un servicio personalizado: la base de datos es construida y actualizada por profesionales, no por robots informáticos como hacen muchos directorios online en otros rubros. Esto les permite tener un vínculo personalizado con sus clientes y satisfacer sus necesidades, trabajando en la fidelización de los mismos.

Buen asesoramiento: para la construcción de la base de datos en cada una de las categorías tienen un profesional especializado que los asesora de manera que se incluyan las empresas apropiadas para cada rubro. Estos especialistas son referentes del sector reconocidos por sus pares.

Claridad: con el fin de que las propias empresas sepan de antemano si pueden o no participar del **Directorio Verde**, y que los usuarios sepan exactamente con qué tipos de empresas se van a encontrar en el sitio, tienen publicado un documento con los criterios explicitados para la participación de las empresas en cada rubro.

Diagnóstico de la marca

Esencia de la Marca

Directorio verde tiene inscripto en su ADN algunos componentes esenciales que la distinguen:

- Es una marca joven
- Es dinámica
- Es comprometida con lo que pregona
- Tiene sed de crecimiento

Imagen de la Marca

Directorio Verde es una nueva marca en el mercado de productos y servicios sustentables, sin embargo en estos dos primeros años de vida ha construido una buena reputación entre las empresas, logrando reconocimiento.

Al ser un sector relativamente pequeño, los actores intervinientes se conocen. Según estudios que ha realizado la propia empresa, la mayoría de los actores que participan del sector "verde" reconocen que Directorio Verde brinda un buen servicio y que además viene a ocupar un espacio que era necesario.

Un dato no menor, es que en los comienzos de la empresa, era la propia empresa la que

tenía que realizar el contacto con las organizaciones para proponerles integrar el directorio. Hoy, a dos años de su fundación, son las empresas las que se contactan con DV para solicitar integrar la guía.

Diseño del Logo

El logo fue diseñado en base a los conceptos de Seriedad y Sustentabilidad. Se incluyó una



hoja que apela a la idea de conservación de la naturaleza. El color de la tipografía, por su parte, alude a la tierra y al tronco de los árboles.

Atributos de Directorio Verde

En este punto relevamos los atributos básicos, diferenciales y preferenciales de la marca entendiendo por atributos básicos a aquellos que son comunes a todas las marcas del rubro; diferenciales a aquellos que son propios de la marca aunque mayormente también lo son de los competidores clave; y preferenciales a aquellos que distinguen a la marca del resto de los competidores ya que son únicos.

Básicos	Diferenciales	Preferenciales
Completa base de datos Compromiso	Cantidad y calidad informativa	Atención personalizada Actualización de los contenidos Únicos en el mercado

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Es la primera y única guía online: en caso de que en algún momento surja otra propuesta similar, DV cuenta con la ventaja de ser los primeros por lo que han tenido tiempo de aprender sobre el negocio, el mercado y las necesidades de sus clientes. • Directorio Verde tiene el know how del mercado online • Directorio Verde tiene un equipo de profesionales capacitado. 	<ul style="list-style-type: none"> • No comparte mercado, por lo que puede acaparar la totalidad de las empresas del rubro. • Tiempo para formar una Red institucional que dificulte el ingreso de competidores al mercado.
<ul style="list-style-type: none"> • Directorio Verde ofrece un servicio personalizado: la base de datos es construida y actualizada por profesionales, no por robots informáticos como hacen muchos directorios online en otros rubros. Esto nos permite tener un vínculo personalizado con sus clientes y satisfacer sus necesidades, trabajando en la fidelización de los mismos. 	

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de capacidad operativa: los tres integrantes del equipo tienen otros trabajos, por lo que el tiempo que le pueden dedicar a DV es el que tienen libre. • Sitio Web poco dinámico: se trata de un producto meramente informativo. • Newsletter poco frecuente • Poco diálogo a través de sus redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo comercial fácilmente replicable en el mercado.

Análisis de los públicos

Directorio Verde tiene dos públicos objetivo claramente distinguibles:

Eco consumidores usuarios de Internet: Directorio Verde apunta a los usuarios de servicios que tengan acceso a Internet y una orientación a consumir productos y servicios sustentables.

A principios de la década de 1990 se comenzó a hablar cada vez más del mercado ecológico o sustentable: a los clásicos parámetros como la calidad, el precio, el servicio y el diseño,

se sumó el de **medioambiente** como un factor importante al momento de comprar un producto.

Frente a esta nueva exigencia, las empresas tuvieron que dar respuesta a sus consumidores acerca del impacto ambiental que generan sus productos y sus modos de producción. A esto se le deben agregar las presiones de los grupos verdes y la tendencia a que se promulguen leyes ambientales cada vez más rigurosas.

Es por eso que muchas empresas han tenido que dejar de desarrollar ciertos productos y han comenzado a desarrollar nuevas líneas ecológicas a fin de estar a tono con las exigencias de los nuevos consumidores que se pueden definir como “eco-consumidores” y tienen las siguientes características:

Son aquellas personas cuya preocupación por el medio ambiente determina su forma de vida y su comportamiento adquisitivo.

No sólo cambia su forma de consumo, sino también que disminuye el nivel de consumo.

Se trata de un nuevo consumidor, más consciente ecológicamente, y que busca informarse acerca de productos medioambientalmente seguros. Esto se expresa en la proliferación de programas de televisión, radio, etc., sobre temas ambientales, el incremento de afiliaciones a ONGs ecologistas y la paulatina importancia de la presión e influencia política de estos grupos.

Empresas preocupadas por producir de manera más responsable: la Responsabilidad Social Empresaria es un concepto que las empresas adoptan cada vez con mayor frecuen-

cia. Esto se traduce en las prácticas responsables de las empresas no sólo en sus productos finales, sino también en los procesos de producción, en la relación con sus empleados y en la relación con la comunidad.

Entendemos la **Responsabilidad Social Empresaria** como una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con los Stakeholders, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de las sociedades; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.

Según la **Organización Internacional del Trabajo (OIT)** la responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario¹.

Se realizó un estudio para comprender mejor a cada uno de estos universos y así poder tener mayores certezas respecto a sus necesidades, sus intereses y sus deseos. Se realizó un cuestionario través del cual se indagó en la opinión que ambos universos tienen de Directorio Verde y sobre los hábitos de consumo de información (en el caso de los usuarios) y de las metodologías de promoción (en el caso de las empresas).

La metodología utilizada fue la de cuestionarios estándar que enviamos por e-mail. En el caso de las empresas, las seleccionamos por formar parte actualmente del Directorio Ver-

¹ Guía de recursos sobre responsabilidad social de la empresa (RSE), Organización Internacional del Trabajo (22-11-2007)

de; en el caso de los usuarios, son personas que están suscriptas al Newsletter.

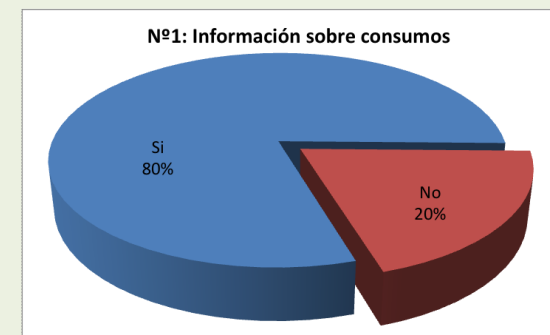
Resultados de cuestionarios a usuarios

El objetivo del estudio realizado fue medir, por un lado la manera en que los usuarios se informan sobre sus consumos, y por el otro, el grado de aceptación de Directorio Verde por parte de estos mismos actores. Para esto diseñamos un cuestionario orientado a detectar los medios a través de los cuales los usuarios se informan a la hora de buscar un producto y sobre el nivel de confianza que estos medios les generan. Creemos que establecer un vínculo de confianza con la información que se provee es la manera de fidelizar a los usuarios, por ello el interés particular en este punto.

Hábitos de información sobre lo que se consume

El estudio está orientado a conocer si los usuarios de Directorio Verde se informan antes de consumir y de qué manera lo hacen.

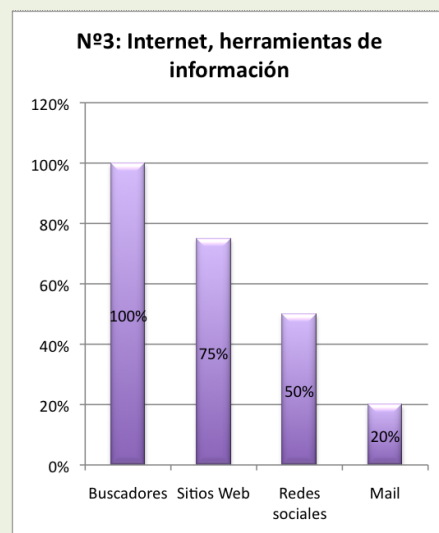
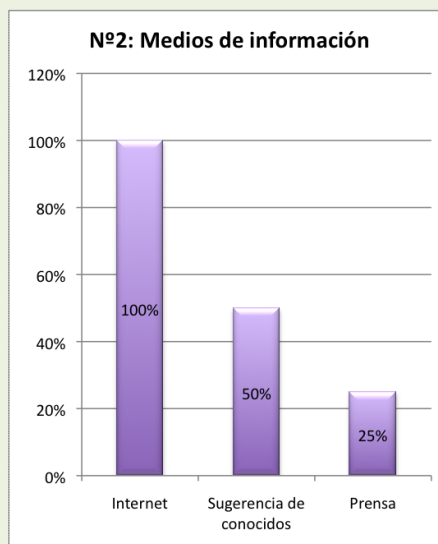
Como lo indica el Gráfico N°1, el 80% de los encuestados afirmó informarse sobre lo consume, mientras que el 20% admitió no hacerlo.



Una vez conocidos los hábitos de información, nuestro interés se dirigió a los medios que

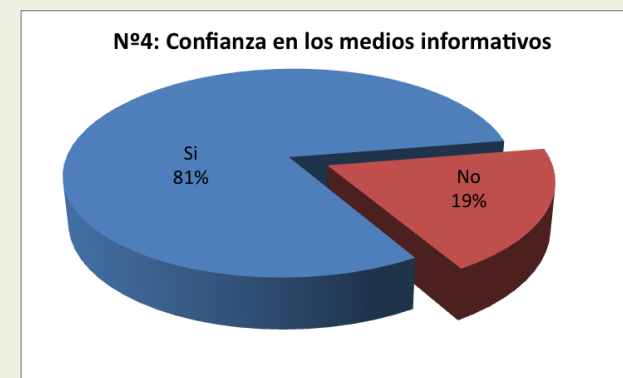
utilizan para informarse. El resultado fue, tal como lo indica el Gráfico N°2, que el 100% de los entrevistados que afirman informarse antes de consumir, utilizan Internet como medio de información, pero además un 50% se informa mediante sugerencia de conocidos y otro 25% a través de la prensa gráfica.

Como todos los entrevistados afirmaron informarse a través de Internet, nuestro interés se volcó hacia las herramientas que utilizan para hacerlo. En el Gráfico N°3 se observa que el 100% aseguró utilizar Buscadores para encontrar información; y el 75% afirmó informarse a través de sitios Web que ya conocen. Otras opciones que surgieron en las entrevistas son la utilización de Redes Sociales (50%) y el e-mail (20%).



Otra variable que tuvimos en cuenta en el estudio, fue el nivel de confianza que los usuarios tienen en la información que encuentran sobre lo que consumen. Como lo indica el Gráfico N°4, el 81% de los entrevistados confía en la información que encuentra, mientras

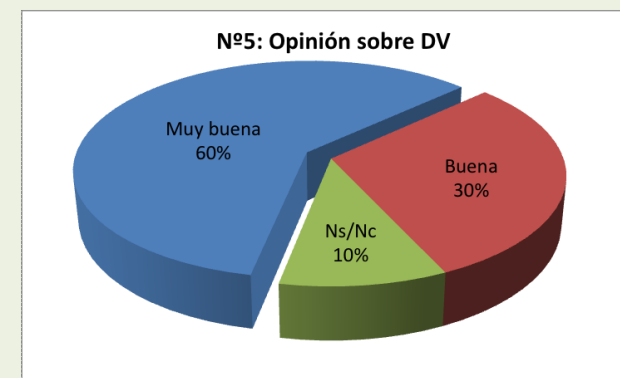
que el 19% restante, no lo hace. Esto puede deberse a que (como lo indicamos en el gráfico N°3) el 75% de los usuarios se informa a través de sitios que ya conocen, de lo que deducimos que se trata de sitios que les generan confianza.



La propuesta de Directorio Verde

Para medir el grado de aceptación que tiene la propuesta de Directorio Verde, lo consultamos directamente y ofrecimos opciones de respuestas: Muy buena, Buena, Regular o Mala.

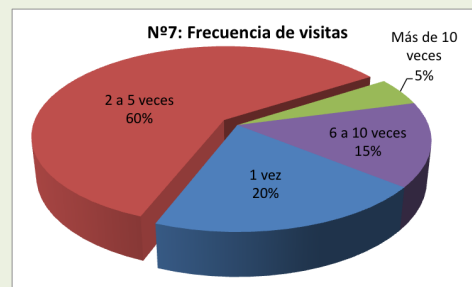
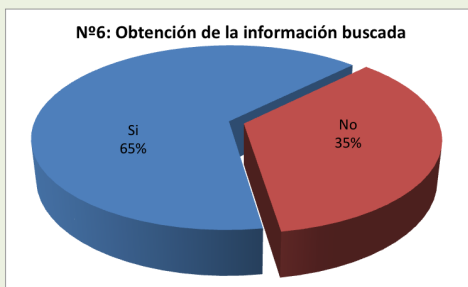
El Gráfico N°5 nos muestra que el 60% de los entrevistados piensa que la propuesta del Directorio Verde es Muy Buena, mientras que el 30% piensa que es Buena. El restante 10% de los entrevistados, no contestó dicha pre-



gunta. Algunos de los comentarios recibidos por los entrevistados, fueron que les gusta la propuesta del Directorio Verde porque reúne información que estaba muy dispersa.

Finalmente, quisimos indagar en la llegada de Directorio Verde a los usuarios, es por ello que les preguntamos si habían ingresado al sitio buscando información, y en caso afirmativo, cuántas veces lo habían visitado y si lograron encontrar lo que buscaban.

El 100% de los encuestados ingresó a Directorio Verde buscando alguna información. De ellos, el 65% dice haber encontrado la información que buscaba, mientras el 35% no logró dar con ella (Gráfico N°6). Cabe destacar que el 60% de las personas que ingresó a Directorio Verde, asegura haberlo hecho de 2 a 5 veces; el 20% sólo una vez mientras que el 15% lo hizo de 6 a 10 veces y el 5% más de 10 veces (Gráfico N°7).



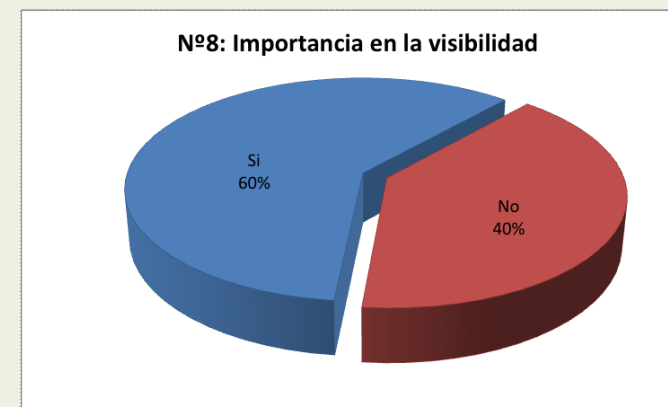
Resultados de cuestionarios a empresas

Diseñamos un cuestionario orientado a conocer las estrategias de promoción de las empresas, saber qué importancia le dan al mercado online y medir el grado de aceptación de la propuesta de Directorio Verde.

Estrategias de promoción

En este eje englobamos todo aquello relacionado con la manera de lograr visibilidad y los medios que las empresas utilizan.

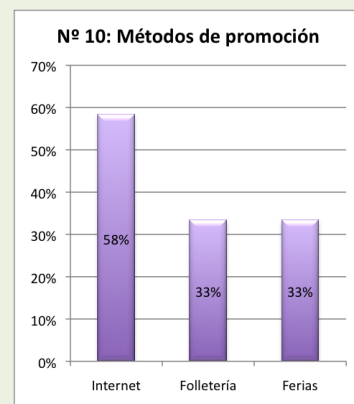
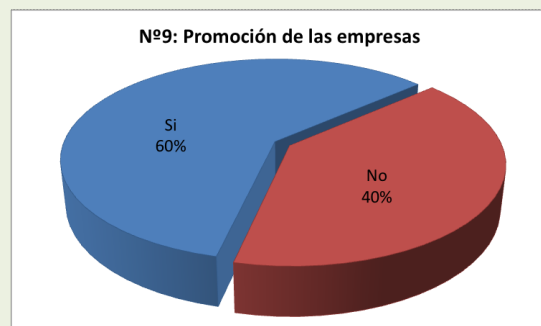
Darse a conocer es sin duda una preocupación por parte de las empresas consultadas. Como lo indica el Gráfico N°8, el 60% de ellas asegura que es algo **fundamental**, y el restante 40% afirma que es **importante**.



En el marco del trabajo por lograr mayor visibilidad nos interesaba saber si, más allá de la preocupación que manifestaron, las empresas efectivamente desarrollan estrategias de promoción.

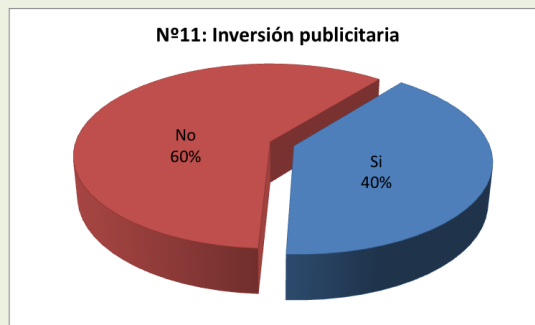
En este sentido, como lo indica el Gráfico N°9, el 60% respondió afirmativamente a la pregunta de si realizan métodos de promoción. Posteriormente, indagamos a través de qué métodos promocionan las empresas que sí utilizan métodos de promoción, y como lo in-

dica el Gráfico N°10, el resultado fue que 58% lo hace a través de Internet (intercambios de links en sitios, blogs, Facebook, envíos masivos de mails) y que el 33% lo hace con folletería, al igual que otro 33% que los hace a través de participaciones.



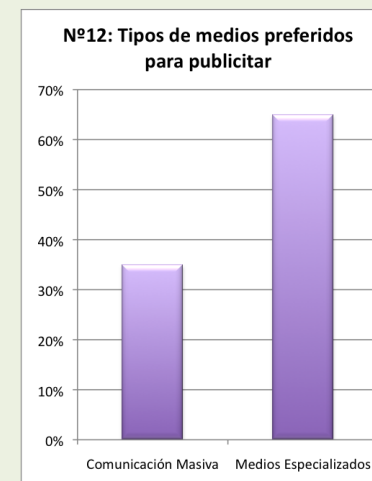
En cuanto a inversión en publicidad en medios, tal como lo señala el Gráfico N°11, el 60% afirma que no lo hace, mientras que sólo el 40% de las empresas consultadas destina dinero a publicidad.

Un dato de total relevancia es que de las empresas que dijeron que “lograr visibilidad es fundamental”, sólo el 40% invierte dinero en publicidad. Este dato podría estar relacionado con que si bien las empresas reconocen que hoy darse a conocer es importante para su desarrollo, no cuentan ni con las herramientas suficientes para planificar una



estrategia de promoción, ni con los espacios adecuados.

Frente a la pregunta respecto a qué medios prefieren para promocionar su empresa (medios de comunicación masiva no especializados o medios especializados), el Gráfico N°12 nos muestra que el 60% de las empresas consultadas prefiere los medios especializados mientras que el 40% restante prefiere los medios de comunicación no especializados.



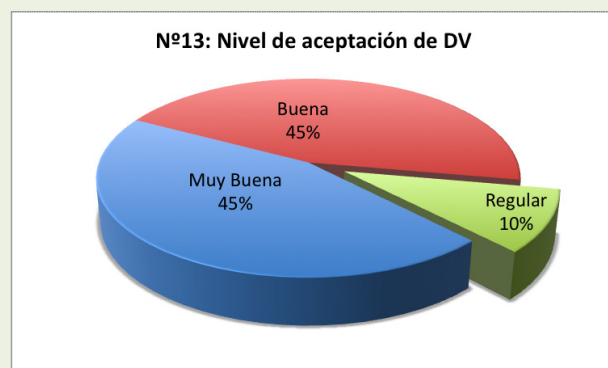
Dentro de este mismo eje conceptual nos interesaba conocer qué importancia le otorgan a Internet y a sus posibilidades para colaborar con la promoción de las empresas. Frente a la pregunta respecto de la importancia que le otorgan al mercado online para su empresa, el 100% de los consultados coincide en que el mercado online es importante para su empresa.

La propuesta de Directorio verde

Para medir el grado de aceptación que tiene Directorio Verde, lo consultamos directamen-

te y ofrecimos opciones de respuestas: Muy buena, Buena, Regular o Mala.

Tal como lo muestra el Gráfico N°13, el 60% de los consultados consideró que la propuesta es Buena mientras el otro 40% dijo que es Muy Buena.



Conclusiones

Sin lugar a dudas, Internet es el medio preferido para buscar información. Un estudio realizado por la consultora Prince & Cook asegura que en la Argentina el **79,5%** de los usuarios de Internet hacen su **propia investigación de mercado** antes de adquirir un producto². Por otro lado, cuando el usuario logra construir una relación de confianza con la información que recibe, vuelve a esa fuente. Por esta razón, el desafío de Directorio Verde será lograr fidelización de sus usuarios brindándoles más y mejor información.

Respecto de la propuesta, se observa una gran aceptación. El hecho de que la mayoría de las personas que visitaron el sitio en búsqueda de información la hayan encontrado y en

² Fuente: Cámara Argentina de Comercio sobre un estudio encargado a Prince & Cook en el año 2011.

consecuencia, que hayan decidido volver a consultar, es un dato a tener en cuenta para que la empresa siga trabajando en construir red y en brindar la mejor información día a día.

Análisis de la Competencia

Hasta el momento no hay ningún competidor directo que ofrezca lo mismo que Directorio Verde y al mismo público objetivo. De todas maneras existen algunos potenciales competidores como:

Guía de la industria: trabajan desde hace 55 años. Es la guía más completa de la industria nacional. Tienen un suplemento energético (petróleo, gas y minería) y otro rural. No tiene ninguna información vinculado al tema de la sustentabilidad ni siquiera en los aspectos relacionados a energías renovables. Tienen una versión online y otra en papel. **Portal Industrial:** Este portal lleva ocho años y es únicamente online. Es el competidor directo de Guía de la industria y tampoco hace mención alguna a los temas con los que trabaja el **Directorio Verde**. Los precios con los que trabaja este portal son similares a los de Directorio Verde.

- **Páginas amarillas:** esta empresa cuenta con las **Páginas doradas industriales y de negocios**. Es un tercer competidor muy fuerte en el marco de los directorios industriales pero tampoco se vincula con los temas de la ecología y la sustentabilidad.

- **Clarín Guía:** nació en 2006 y está inmersa en la competencia con guía de la industria y el resto de los competidores mencionados. Esta guía no es tan completa pero puede serlo además abarca otros rubros más vinculados a servicios. Cuenta con una categoría que es medio ambiente y ecología con tres rubros desarrollados: agua-tratamientos, agua mineral y aislantes acústicos.
- Por otro lado, existen **posibles sustitutos** que podrían desarrollar un producto similar al que ofrece Directorio Verde en caso de que desapareciera:
- **Organicoopers:** es un grupo pequeño de personas que trabaja en algunos proyectos comunicacionales vinculados a la ecología. Tienen una revista bimensual, un mapa en papel de sitios amigables con el medioambiente (el mapa verde) y desarrollan productos de merchandising para apoyar campañas ecológicas.
- **Ecoportal:** creado hace diez años, se trata del sitio más importante de información sobre el medio ambiente en nuestro país.
- **Tu verde:** sitio Web con información de productos y tendencias verdes. Tiene un año y medio de antigüedad y a fines del año pasado lanzaron una tienda online con productos de diseño sustentable.
- **Sustentator:** es un grupo de periodistas que tienen un sitio Web, un programa radial y participan del diario La Nación. Trabajan con la mejor información en materia de productos y servicios sustentables.

Otros ejemplos en el mundo

Directorio Verde está constantemente investigando y estudiando propuestas similares fuera de la Argentina para mejorar sus servicios. Otros ejemplos que observa son:

Las Páginas Verdes (México)³

Es una iniciativa de New Ventures México, una organización sin fines de lucro que tiene como misión promover el desarrollo económico sustentable a través de servicios estratégicos para empresas que responden a retos ambientales y sociales, fomentando así una cultura emprendedora y de consumo responsable en México.

Se trata de **una marca social que busca impulsar un movimiento de consumo responsable, a través de acciones orientadas a aumentar el número de personas que demandan alternativas sustentables, vinculándolos con los productores y organizaciones que las ofrecen.**

Cada año edita su directorio, disponible en versión impresa y en línea, reuniendo en un solo lugar la oferta verde disponible en México.

Además cuenta con otros proyectos como el EcoFest, un festival que reúne en un predio opciones de productos y servicios sustentables, música y talleres.

³ <http://www.laspaginasverdes.com/>

National Green Pages (USA)⁴

Las National Green Pages (Páginas Verdes Nacionales) es el directorio más abarcativo de los Estados Unidos. Lo produce desde el año 1992 la Organización Green America, una ONG fundada en 1982 cuya misión es aprovechar el poder económico -la fuerza de los consumidores, inversores y empresas-, para crear una sociedad socialmente justa y ambientalmente sostenible.

Las National Green Pages tienen en la actualidad unas 3 mil empresas listadas que se han comprometido con el desarrollo sostenible y principios socialmente justos, como el apoyo a la no explotación de mano de obra, a las granjas orgánicas, el comercio justo y productos libres de crueldad animal.

Técnicamente, el sitio está armado con un administrador en el que cada empresa puede manejar sus avisos, subiendo o modificando información sin necesidad de solicitarlo al personal del directorio.

La organización Green America ha creado, además un sello certificador para las empresas que integran el directorio. Aquellas empresas que requieran el sello, deberán pasar por un control más estricto y deberán cumplir con mayores requisitos que el resto de las empresas.

Green Pages (Australia)⁵

Green Pages es una empresa con ánimos de lucro. Si bien su objetivo es promover el cui-

⁴ <http://www.greenpages.org/>

⁵ <http://www.thegreenpages.com.au/>

dado del medioambiente, también tienen objetivos económicos que cumplir.

La empresa comenzó sus actividades en 2005, cuando “lo verde” era una cultura marginal y los temas ecológicos no aparecían en los diarios. Sin embargo, por entonces se comenzaba a percibir en el ambiente la necesidad de un cambio en la manera de producir y consumir. Fue así como su fundadora decidió reunir toda la información, que se encontraba muy dispersa, en un solo lugar. Así se fundó el primer directorio online e impreso de Australia con más de 3 mil empresas que ofrecían productos y servicios sustentables.

A partir de 2010 la empresa cambió el foco del negocio, dejando de imprimir el directorio en papel para trasladarse definitivamente a su versión digital con el objetivo de crear una plataforma social para la comunidad sustentable.

De estos tres ejemplos, el último es el que más se parece a Directorio Verde en su génesis y desarrollo, sin embargo, a la hora de expandir el negocio, sus fundadores no dejan de mirar cómo lo han hecho tanto en Estados Unidos como en México.

Análisis de la competencia: las marcas y su puesta en valor

Sólo se considerarán las marcas que resulten potenciales competidores y potenciales sustitutos en la Argentina.

Empresa	Atributos	Beneficios	Servicios	Paleta cromática	Logo
Guía de la Industria	Trayectoria	- Oportunidad de negocios - Guía regional	- Guía en papel - Guía online	Naranja, blanco y gris	
Portal de la Industria	Información	Abarca varios sectores industriales	- Buscador de empresas - Catálogo de productos - Bolsa de trabajo	Blanco, negro y rojo	
Páginas Amarillas	Liderazgo	Capital británico líder internacional en mercado de directorios	- Guía en papel - Guía online - Guía móvil	Amarillo, blanco y negro	
Clarín Guía	Respaldo	Información	- Guía online	Rojo, blanco y negro	

Empresa	Atributos	Beneficios	Servicios	Paleta cromática	Logo
Organicoopers	Trayectoria en el sector verde	Información con ubicación	- Mapa con guía	Paleta de verdes	
Tu Verde	Novedades, estilo de vida	Información	Blog	Verde, gris y blanco	
Sustentator	Periodismo, seriedad	Información	- Blog - Venta online - Consultoría ambiental	Naranja, blanco y celeste	
Eco Portal	Conciencia ecológica	Información y educación	- Información ecológica - Tienda online - Newsletter - Directorio de ONGs	Celeste y verde	

Descripción del mercado

El mercado online Argentino

En los últimos años la Argentina tuvo un vertiginoso crecimiento en lo que a conectividad respecta, llegando a casi el 70% de penetración en la sociedad: según la organización Internet World Stats⁶ existen en este momento 28 millones de usuarios de Internet.

Según la consultora *Prince & Cooke* de los 28 millones de usuarios de Internet, el **32% ya es comprador on-line** y el **comercio electrónico tuvo un crecimiento del 49,5%**, comparando los resultados 2010 contra 2011⁷. Según este mismo estudio, en la actualidad 21 millones de personas consultan la Web antes de tomar una decisión de compra (que representa al 75,9% de los usuarios de Internet).

Por otro lado, Internet está teniendo un muy buen nivel de penetración en los hogares y según la consultora Ibarómetro, el 45% de los consumidores elige a Internet como su medio preferido desplazando al segundo y tercer lugar a la televisión y a la radio⁸. Las principales razones para esta elección están relacionadas con la facilidad que ofrece Internet para **buscar y encontrar información**.

Los fundadores de **Directorio Verde** dicen no estar ajenos a esta situación y afirman estar preparados para afrontarla.

⁶ <http://www.internetworldstats.com/> Fecha de consulta: 12.04.2012

⁷ Fuente: Cámara Argentina de Comercio Electrónico, 2012.

⁸ Ibarómetro para SG2

El mercado sustentable en la Argentina

Según un informe de SENASA, en 2009 la superficie destinada a la producción orgánica en nuestro país creció un 10%, alcanzando las 4,4 millones de hectáreas. Esto significa, según el organismo, que la Argentina es el segundo país del mundo en cantidad de hectáreas certificadas para la producción orgánica, detrás de Australia.

Los alimentos orgánicos son alimentos que se elaboran sin utilizar agrotóxicos. Si bien son más caros, cada vez más gente los elige como una alternativa de alimentación más saludable. De hecho, el mismo estudio de SENASA afirma que desde el 2003 el mercado tuvo un crecimiento sostenido del 15%, nucleando a 1.864 productores en el país.

Según la Organización Internacional Agropecuaria (OIA), la producción y demanda de alimentos elaborados de modo sustentable, que preserva la fertilidad del suelo y respeta la biodiversidad continúa creciendo. La certificadora afirma que los consumidores buscan una dieta sana, alimentos libres de contaminantes y de sustancias químicas. Como el mercado interno es reducido, más del 90% de lo producido en el país se comercializa en el exterior.

Propuesta de valor



A partir de lo recabado con los fundadores, presentamos una propuesta de valor para Directorio Verde que incluye el análisis del discurso y la personalidad de la marca. Seguidamente, presentamos una línea de acciones de posicionamiento para trabajar la imagen de marca a lo largo de un año a fin de reafirmar la nueva propuesta de valor entre los públicos de Directorio Verde.

1. Análisis



Marca: discurso y personalidad de marca

El posicionamiento de la marca se define a partir de analizar los atributos de la misma y los de la competencia. En este sentido, generaremos una propuesta de posicionamiento para Directorio Verde que tenga en cuenta las necesidades de los públicos objetivos, las propuestas de valor de la competencia y las fortalezas de la marca.

Los valores que rigen a Directorio verde son los siguientes:

- Compromiso social
- Concientización
- Educación ambiental
- Interacción

Una ubicación semántica de la marca nos permitirá visualizar mejor los atributos de la marca.

Qué es Directorio Verde	Qué no es Directorio Verde
- Serio - Vida - Comunidad - Información - Futuro	- Vacuo - Una moda - Lujo - Noche - Snob



Paleta semántica

Directorio Verde es...



Directorio Verde no es...



A continuación se sintetizan los atributos de Directorio Verde en relación a sus potenciales competidores:

Marca	Atributos
Guía de la Industria	Trayectoria
Portal Industrial	Información
Páginas Amarillas	Liderazgo
Clarín Guía	Respaldo
Organicoopers	Trayectoria en el sector verde
Tu Verde	Novedades y Lifestyle
Sustentator	Periodismo y seriedad
Ecoprtal	Conciencia ecológica
Directorio Verde	Diálogo y Red

A partir de lo analizado hasta aquí, si los atributos básicos del sector son **información y seriedad**, Directorio Verde deberá ubicarse, teniendo en cuenta que se trata de una marca *puntocom*, con sus atributos diferenciales de **Diálogo y Red**.

Diálogo: el diálogo refiere a una situación de intercambio, de construcción conjunta y plantea un espacio fértil para construcción de conocimiento.





Red: las redes (sociales) son estructuras compuestas por grupos de personas conectadas por uno o varios tipos de relaciones tales como: amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimiento.

Discurso de la marca

Nombre: Directorio Verde

Slogan: La primera guía online de productos y servicios sustentables

Tono de voz: informal

Figura antropomórfica: Directorio Verde es una persona joven que disfruta desayunar mirando al jardín con café con leche y jugo de naranja mientras lee el diario. Tiene 38 años, está casado y tiene 4 hijos. La profesión es economista y tiene una visión heterodoxa de la economía: piensa que economía y sociedad deben ser vistas en relación directa la una con la otra. Es una persona comprometida socialmente que



trabaja de manera independiente, hace foundrising para una ONG. Cree que la educación es el camino hacia una sociedad más sana. Es solidario y colaborador.

Narrativa: En un mundo individualista donde el consumo desmedido define el status social y económico de las personas, Directorio Verde aparece como una alternativa de responsabilidad en la que el diálogo y la inclusión son más importantes.

La propuesta de valor para Directorio Verde ser-, entonces, sobre los atributos que giran en torno a una red institucional, el diálogo y el vínculo personalizado. Se trata de una propuesta que busca incluir a los actores del sector y de conectarlos entre sí.

2. Líneas de acción para el posicionamiento de la marca



A los fines de medir si el posicionamiento es exitoso, se trabajará a largo de un año, tiempo necesario para comunicar la nueva propuesta de valor de la marca. Este trabajo implica una línea de acción compuesta por varias propuestas tácticas:

Diseño de un nuevo portal

Proponemos, en principio, un rediseño del sitio Web que lleve a Directorio Verde a una etapa más dialogal de la marca con sus usuarios y de los usuarios entre si. Se trata de diseñar el sitio Web con los lineamientos 2.0 con el fin de transformar el sitio, que en estos momentos es netamente informativo, en una comunidad en la que todos los actores puedan interactuar. En este punto creemos fundamental que los empresarios sean capaces de administrar sus avisos (esto implica que podrán subir y dar de baja avisos, aprobar comentarios de usuarios y contestarlos) y que los usuarios puedan realizar comentarios, hacer valoraciones de los productos y servicios, vincularse en redes sociales, obtener un vínculo directo con los proveedores y crear un perfil propio donde muestren sus intereses y preferencias de consumo.

El nuevo sitio estará estructurado de la siguiente manera:

Frontend: la home o index del sitio deberá mostrar la siguiente información.

- Árbol de categorías
- Buscador Avanzado (por barrio, localidad y mapa)
- Acceso a registro para empresas y usuarios.
- Pluggin de Twitter mostrando los últimos tweets y menciones de Directorio

Verde

- Acceso al Facebook de Directorio Verde
- Videos cargados en YouTube
- Suscripciones al boletín
- Listado de los avisos más visitados
- Últimas incorporaciones al directorio
- Cuponera de descuentos

Frontend footer: en el pie de página deberá estar la información institucional de Directorio Verde.

- Quiénes somos
- Contacto para empresas (con pdf de criterios)
- Prensa
- Las acciones que los usuarios deberán poder realizar en el sitio son:
- Registro tanto de empresas como de usuarios comunes via Facebook, Twitter o LinkedIn

Empresas

Deberán poder autoadministrar sus avisos. Para esto necesitarán un usuario. La empresa,

a la hora de cargar su aviso, deberá poder seleccionar el plan, ya sea gratuito o pago y en caso de seleccionar un plan pago, deberá poder descargar el cupón de pago en Dinero-Mail o pagarlos online. La empresa no podrá administrar las puntuaciones o comentarios, sólo tendrá la posibilidad de responderlos. Cada vez que responde un comentario, se disparará un mail a la persona que realizó el comentario.

Usuarios:

Podrán comentar, puntuar y reportar empresas. Cada vez que hace alguna de estas acciones, se disparará un mail a la empresa. Para hacer esto deberá estar registrada.

Lanzamiento de la nueva propuesta de valor a partir de una Feria de Consumo Responsable

Para propiciar el encuentro presencial entre los actores que luego se vincularán virtualmente en el sitio y, a su vez, para que estos actores se relacionen de manera más cercana con Directorio Verde, proponemos que el lanzamiento de la nueva propuesta de valor de la marca se realice en el marco de una Feria de Consumo Responsable donde se convoque durante una jornada a diferentes actores que ya participen de Directorio Verde.

Estrategia de posicionamiento en Google

Proponemos invertir en el programa Google Adwords generando una campaña que aumente el tráfico calificado hacia la nueva plataforma de Directorio Verde.

Estrategia de viralización en Redes Sociales

En esta línea proponemos dos acciones de viralización de marca. La primera es invertir en el Programa de Anunciantes de Facebook, que lleve tráfico tanto a la nueva plataforma de Directorio Verde como a su página de Facebook. La segunda es la viralización gratuita a partir de la utilización de sus redes sociales, fomentando el diálogo entre Directorio Verde y sus usuarios a través de sus diferentes redes.

Estrategia de prensa

En una primera etapa proponemos realizar un fortalecimiento de red entre Directorio Verde y los medios especializados con los que ya tiene contacto. Se trata de comunicar el lanzamiento de la nueva plataforma. En una segunda etapa, que coincide con la Feria de Consumo Responsable, se extenderá el vínculo con los medios de comunicación de tirada nacional.

Calendario de acciones

Acción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Rediseño de plataforma Web	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Prensa	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Lanzamiento: Feria de Consumo Responsable	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Posicionamiento en Redes Sociales	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Posicionamiento en Google	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Cuadro de prioridades

Cada una de las acciones que proponemos responde a una necesidad concreta que emergió del diagnóstico. Sin embargo, a la importancia que requiere su ejecución, esquematizaremos las acciones en distintos grados de prioridad.

Prioridad \ Acción	Baja	Media	Alta
Rediseño de plataforma web			■
Prensa		■	
Lanzamiento: Feria de Consumo Responsable			■
Posicionamiento en Redes Sociales			■
Posicionamiento en Google		■	

Prioridad alta

Son acciones impostergables para comunicar el nuevo valor de la marca. Algunas de ellas serán de ejecución inmediata y a corto plazo, ya que se tratan de la base en la que el valor

de diálogo y red tendrán una materialidad más palpable. Hay otras que hacen a la comunicación de el nuevo valor, pero que no podrán ser ejecutadas hasta una segunda etapa, sin embargo esto no les quita importancia en la prioridad.

El **rediseño de la plataforma Web** es de una *prioridad absoluta*, ya que es a partir de la real interacción de usuarios y empresas que lograremos una etapa más dialogal y de conformación de red en Directorio Verde.

La **Feria de Consumo Responsable** es una acción prioritaria que se ejecutará en una segunda etapa, ya que es la idea que el nuevo portal esté online para convocar este evento, que además funcionará de excusa para el lanzamiento del nuevo Directorio Verde.

El posicionamiento en redes sociales es una acción prioritaria y que será trabajada desde el mes 1, paralelamente a la construcción de la nueva plataforma. Es primordial para Directorio Verde no perder el diálogo con sus interlocutores en el transcurso que se diseña el nuevo sitio.

Prioridad mediana

Se trata de acciones que reforzarán el proceso disparado por aquellas descritas arriba. Su gestión será clave para dar sostén, estabilidad y fortalecer la comunicación del nuevo valor de Directorio Verde.

Las acciones de **prensa** son imprescindibles para comunicar tanto el lanzamiento del nuevo sitio, como el evento que realizaremos con productores y consumidores de productos y servicios sustentables.

Por otro lado, el **posicionamiento orgánico en Google** es fundamental para atraer nuevos consumidores y empresas que quieran intercambiar experiencias en la plataforma.

Prioridad baja

Aunque no descritas en nuestra propuesta, prevemos generar nuevas acciones que ayuden a comunicar el nuevo valor de la marca. Proponemos realizar un seguimiento y evaluación de las acciones prioritarias a fin de sumar nuevas ideas que surjan a lo largo del año.

Conclusiones

En función de lo investigado, y teniendo en cuenta que es la primera vez que Directorio Verde se plantea trabajar formalmente su imagen, consideramos que reforzar los atributos que definen y diferencian a la marca (red y diálogo) es un puntapié fundamental para la construcción de la comunicación de la empresa.

Si bien en la estrategia se planifican acciones para un año, la continuidad del trabajo de imagen y relacionamiento es fundamental para el dinamismo que exige un mercado que, si bien es incipiente, ya se plantea grandes exigencias de actualización. Tanto el mercado online como el sector verde tienen horizontes indefinidos y se plantean como las grandes promesas económicas, políticas, sociales y culturales del futuro. En este sentido, Directorio Verde deberá profundizar su trabajo de posicionamiento en función de los cambios del contexto y de los nuevos actores que puedan participar.

Anexos



Encuestas recibidas por los usuarios de la plataforma:

De: Alejandra Gutierrez <xxxx@yahoo.com>

Fecha: 11 de noviembre de 2011 11:09:08 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?
Si **X**
No
2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?
Internet **X**
Prensa gráfica **X**
Ir a los locales
Radio
TV
Por sugerencia de conocidos. **X**
3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:
Buscadores **X**
MailX
Redes Sociales
Sitios web **X**
Publicidad Web
4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?
Si **X**
No
5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?
Si **X**
No

6. ¿Cuántas veces?

Sólo una

De 2 a 5 veces **X**

De 6 a 10 veces

Más de 10 veces

7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?

Si **X**

NO

8. ¿Se contactó con alguna empresa?

Si

No **X**

9. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena **X**

Buena

Regular

Mala

Por último, indique su lugar de residencia: **Ciudad de Buenos Aires**

De: Ayelén Martínez <xxxx@yahoo.com>

Fecha: 11 de noviembre de 2011 12:32:55 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?
Si **X**
No
2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?
Internet **X**
Prensa gráfica

Ir a los locales

Radio

TV

Por sugerencia de conocidos **X**

3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:

Buscadores **X**

Mail

Redes Sociales **X**

Sitios web **X**

Publicidad Web

4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?

Si **X**

No

5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?

Si **X**

No

6. ¿Cuántas veces?

Sólo una

De 2 a 5 veces **X**

De 6 a 10 veces

Más de 10 veces

7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?

Si **X**

NO

8. ¿Se contactó con alguna empresa?

Si

No **X**

9. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena **X**

Buena

Regular

Mala

Por último, indique su lugar de residencia: **Ciudad de Buenos Aires**

De: Verónica Sordelli <xxxx@yahoo.com.ar>

Fecha: 11 de noviembre de 2011 15:28:54 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?

No

2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?

Internet

Prensa

Locales

Radio

TV

Por sugerencia de conocidos.

3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:

Buscadores

Mail

Redes Sociales

Sitios web

Publicidad Web

4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?

Si

No

5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?

Si X

No

6. ¿Cuántas veces?

Sólo una

De 2 a 5 veces **X**

De 6 a 10 veces

Más de 10 veces

7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?

No **X**

8. ¿Se contactó con alguna empresa?

No **X**

9. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Buena **X**

Por último, indique su lugar de residencia: **Ciudad de Buenos Aires**

De: Catalina Farías <xxxx@gmail.com.com>

Fecha: 12 de noviembre de 2011 08:13:04 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?

Si **X**

No

2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?

Internet **X**

Prensa gráfica

Ir a los locales

Radio

TV

Por sugerencia de conocidos.

3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:

Buscadores **X**

Mail

Redes Sociales **X**

Sitios web **X**

Publicidad Web

4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?

Si **X**

No

5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?

Si **X**

No

6. ¿Cuántas veces?

Sólo una

De 2 a 5 veces **X**

De 6 a 10 veces

Más de 10 veces

7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?

Si **X**

NO

8. ¿Se contactó con alguna empresa?

Si

No **X**

9. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena **X**

Buena

Regular

Mala

Por último, indique su lugar de residencia: **Ciudad de Buenos Aires**

De: Antonella Conti <xxxx@hotmail.com>

Fecha: 12 de noviembre de 2011 12:22:34 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?
Si
2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?
Internet **X**
3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:
Buscadores **X**
Redes Sociales **X**
Sitios web **X**
4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?
Si **X**
5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?
Si **X**
6. ¿Cuántas veces?
De 6 a 10 veces **X**
7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?
Si **X**
8. ¿Se contactó con alguna empresa?
Si **X**
10. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?
Muy Buena **X**

Por último, indique su lugar de residencia: **Ciudad de Buenos Aires**

De: Marina Córdoba <xxxx@hotmail.com>

Fecha: 12 de noviembre de 2011 18:33:51 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: Re: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?
Si
2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?
Internet **X**
Prensa **X**
Por sugerencia de conocidos **X**
3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:
Buscadores **X**
Mail
Redes Sociales **X**
Sitios web **X**
Publicidad Web
4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?
Si **X**
No
5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?
Si **X**
No
6. ¿Cuántas veces?
Sólo una **X**
De 2 a 5 veces
De 6 a 10 veces
Más de 10 veces
7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?
Si **X**
NO
8. ¿Se contactó con alguna empresa?
Si **X**

No

10. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena

Buena **X**

Regular

Mala

Por último, indique su lugar de residencia: **Ciudad de Santa Fé**

De: Micaela Dobie <xxxx@hotmail.com>

Fecha: 14 de noviembre de 2011 10:36:59 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: FW: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?

No

2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?

Internet

Prensa

Locales

Radio

TV

Por sugerencia de conocidos.

3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:

Buscadores

Mail

Redes Sociales

Sitios web

Publicidad Web

4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?

Si

No

5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?

Si **X**

No

6. ¿Cuántas veces?

Sólo una

De 2 a 5 veces **X**

De 6 a 10 veces

Más de 10 veces

7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?

Si **X**

NO

8. ¿Se contactó con alguna empresa?

Si **X**

No

10. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena

Buena

Regular

Mala

Por último, indique su lugar de residencia: **Ciudad de Córdoba**

De: Juan Andrés García <xxxx@hotmail.com>

Fecha: 14 de noviembre de 2011 17:08:21 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?
Si
2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?
Internet **X**
Prensa **X**
Locales
Radio
TV
Por sugerencia de conocidos.
3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:
Buscadores **X**
Mail
Redes Sociales **X**
Sitios web **X**
Publicidad Web
4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?
Si **X**
No
5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?
Si **X**
No
6. ¿Cuántas veces?
Sólo una
De 2 a 5 veces
De 6 a 10 veces **X**
Más de 10 veces
7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?
Si
NO **X**
8. ¿Se contactó con alguna empresa?
Si

- No **X**
10. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?
Muy Buena **X**
Buena
Regular
Mala

Por último, indique su lugar de residencia: **Rosario, Santa Fé**

De: Gabriela Benítez <xxxx@hotmail.com>

Fecha: 15 de noviembre de 2011 12:36:57 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?
Si
2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?
Internet **X**
Prensa
Locales
Radio
TV
Por sugerencia de conocidos **X**
3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:
Buscadores **X**
Mail **X**
Redes Sociales
Sitios web
Publicidad Web

4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?

Si **X**

No

5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?

Si **X**

No

6. ¿Cuántas veces?

Sólo una

De 2 a 5 veces **X**

De 6 a 10 veces

Más de 10 veces

7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?

Si

NO **X**

8. ¿Se contactó con alguna empresa?

Si **X**

No

10. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena

Buena **X**

Regular

Mala

Por último, indique su lugar de residencia: **Ciudad de Córdoba**

De: Joaquín Hidalgo <xxxx@gmail.com>

Fecha: 15 de noviembre de 2011 16:25:02 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?

Si

2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?

Internet **X**

Prensa

Locales

Radio

TV

Por sugerencia de conocidos.

3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:

Buscadores **X**

Mail

Redes Sociales **X**

Sitios web **X**

Publicidad Web

4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?

Si **X**

No

5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?

Si **X**

No

6. ¿Cuántas veces?

Sólo una

De 2 a 5 veces **X**

De 6 a 10 veces

Más de 10 veces

7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?

Si **X**

NO

8. ¿Se contactó con alguna empresa?

Si **X**

No

10. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy Buena **X**

Buena

Regular

Mala

Por último, indique su lugar de residencia: **Mendoza**

De: Juan P. Gutiérrez <xxxx@gmail.com>

Fecha: 15 de noviembre de 2011 19:13:26 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?

Si **X**

No

2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?

Internet **X**

Prensa

Locales

Radio

TV

Por sugerencia de conocidos **X**

3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:

Buscadores **X**

Mail

Redes Sociales **X**

Sitios web **X**

Publicidad Web

4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?

Si **X**

No

5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?

Si **X**

No

6. ¿Cuántas veces?

Sólo una

De 2 a 5 veces

De 6 a 10 veces

Más de 10 veces **X**

7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?

Si **X**

NO

8. ¿Se contactó con alguna empresa?

Si **X**

No

10. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy Buena **X**

Buena

Regular

Mala

Por último, indique su lugar de residencia: **Ciudad de Neuquén**

De: Ana Laura Duacastella <xxxx@hotmail.com>

Fecha: 15 de noviembre de 2011 22:43:37 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?
Si
2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?
Internet **X**
Prensa
Locales
Radio
TV
Por sugerencia de conocidos **X**
3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:
Buscadores **X**
Mail **X**
Redes Sociales
Sitios web
Publicidad Web
4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?
Si **X**
No
5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?
Si **X**
No
6. ¿Cuántas veces?
Sólo una
De 2 a 5 veces **X**
De 6 a 10 veces
Más de 10 veces
7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?
Si **X**
NO
8. ¿Se contactó con alguna empresa?
Si **X**

- No
10. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?
Muy buena
Buena **X**
Regular
Mala

Por último, indique su lugar de residencia: **Zapala, Neuquén**

De: Teresa Cayol <xxxx@yahoo.com>

Fecha: 16 de noviembre de 2011 09:18:51 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?
No
2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?
Internet
Prensa
Locales
Radio
TV
Por sugerencia de conocidos.
3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:
Buscadores
Mail
Redes Sociales
Sitios web
Publicidad Web

4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?

Si **X**

No

5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?

Si **X**

No

6. ¿Cuántas veces?

Sólo una

De 2 a 5 veces **X**

De 6 a 10 veces

Más de 10 veces

7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?

Si

NO **X**

8. ¿Se contactó con alguna empresa?

Si

No **X**

10. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena

Buena

Regular

Mala

Por último, indique su lugar de residencia: **Chubut**

De: Diego Perlo <xxxx@hotmail.com>

Fecha: 16 de noviembre de 2011 12:17:54 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?

Si

2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?

Internet **X**

Prensa

Locales

Radio

TV

Por sugerencia de conocidos **X**

3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:

Buscadores **X**

Mail

Redes Sociales

Sitios web **X**

Publicidad Web

4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?

Si **X**

No

5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?

Si **X**

No

6. ¿Cuántas veces?

Sólo una **X**

De 2 a 5 veces

De 6 a 10 veces

Más de 10 veces

7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?

Si **X**

NO

8. ¿Se contactó con alguna empresa?

Si **X**

No

10. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy Buena **X**

Buena

Regular

Mala

Por último, indique su lugar de residencia: **General Roca, Río Negro**

De: Matías Larosa <xxxx@hotmail.com>

Fecha: 17 de noviembre de 2011 16:46:14 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?

No

2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?

Internet

Prensa

Locales

Radio

TV

Por sugerencia de conocidos.

3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:

Buscadores

Mail

Redes Sociales

Sitios web

Publicidad Web

4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?

Si

No

5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?

Si **X**

No

6. ¿Cuántas veces?

Sólo una

De 2 a 5 veces **X**

De 6 a 10 veces

Más de 10 veces

7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?

Si

NO **X**

8. ¿Se contactó con alguna empresa?

Si

No **X**

10. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena

Buena **X**

Regular

Mala

Por último, indique su lugar de residencia: **Ciudad de Neuquén**

De: Amelia Miroli <xxxx@arnet.com.ar>

Fecha: 17 de noviembre de 2011 19:56:54 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?
Si **X**
No
2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?
Internet **X**
Prensa gráfica
Ir a los locales
Radio
TV
Por sugerencia de conocidos.
3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:
Buscadores **X**
Mail
Redes Sociales **X**
Sitios web **X**
Publicidad Web
4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?
Si **X**
No
5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?
Si **X**
No
6. ¿Cuántas veces?
Sólo una
De 2 a 5 veces **X**
De 6 a 10 veces
Más de 10 veces
7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?
Si **X**
NO

8. ¿Se contactó con alguna empresa?
Si
No **X**
10. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?
Muy buena **X**
Buena
Regular
Mala

Por último, indique su lugar de residencia: **Ciudad de Formosa**

De: Melina Bartolini <xxxx@gmail.com>

Fecha: 18 de noviembre de 2011 10:06:52 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?
Si
2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?
Internet **X**
Prensa **X**
Locales
Radio
TV
Por sugerencia de conocidos.
3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:
Buscadores **X**
Mail
Redes Sociales **X**
Sitios web

Publicidad Web

4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?

Si

No **X**

5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?

Si **X**

No

6. ¿Cuántas veces?

Sólo una

De 2 a 5 veces

De 6 a 10 veces **X**

Más de 10 veces

7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?

Si **X**

NO

8. ¿Se contactó con alguna empresa?

Si

No **X**

10. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena

Buena **X**

Regular

Mala

Por último, indique su lugar de residencia: **Resistencia, Chaco**

De: Leticia Ciotti <xxxx@hotmail.com>

Fecha: 18 de noviembre de 2011 12:25:04 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?

Si

2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?

Internet **X**

Prensa

Locales

Radio

TV

Por sugerencia de conocidos v

3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:

Buscadores **X**

Mail

Redes Sociales

Sitios web **X**

Publicidad Web

4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?

Si v

No

5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?

Si **X**

No

6. ¿Cuántas veces?

Sólo una

De 2 a 5 veces **X**

De 6 a 10 veces

Más de 10 veces

7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?

Si

NO **X**

8. ¿Se contactó con alguna empresa?

Si **X**

No

10. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy Buena **X**

Buena

Regular

Mala

Por último, indique su lugar de residencia: **San Miguel de Tucumán**

De: Mariela Medina <xxxx@fibertel.com.ar>

Fecha: 19 de noviembre de 2011 11:46:31 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?

Si

2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?

Internet **X**

Prensa

Locales

Radio

TV

Por sugerencia de conocidos **X**

3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:

Buscadores **X**

Mail

Redes Sociales **X**

Sitios web **X**

Publicidad Web

4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?

Si **X**

No

5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?

Si **X**

No

6. ¿Cuántas veces?

Sólo una

De 2 a 5 veces **X**

De 6 a 10 veces

Más de 10 veces

7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?

Si **X**

NO

8. ¿Se contactó con alguna empresa?

Si **X**

No

10. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy Buena **X**

Buena

Regular

Mala

Por último, indique su lugar de residencia: **San Miguel de Tucumán**

De: Juan Pablo Ferrero <xxxx@hotmail.com>

Fecha: 19 de noviembre de 2011 17:02:16 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1. ¿Busca informarse acerca de los productos que consume?

Si

2. ¿Cuáles de estos canales le resulta más eficiente a la hora de obtener dicha información?

Internet **X**

Prensa

Locales

Radio

TV

Por sugerencia de conocidos.

3. En caso que haya seleccionado Internet marque cuáles:

Buscadores **X**

Mail **X**

Redes Sociales

Sitios web

Publicidad Web

4. ¿Confía en los canales de información que utiliza?

Si

No **X**

5. ¿Utilizó alguna vez el Directorio Verde?

Si **X**

No

6. ¿Cuántas veces?

Sólo una **X**

De 2 a 5 veces

De 6 a 10 veces

Más de 10 veces

7. ¿Obtuvo la información que necesitaba?

Si **X**

NO

8. ¿Se contactó con alguna empresa?

Si **X**

No

10. ¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy Buena **X**

Buena

Regular

Mala

Por último, indique su lugar de residencia: **Ciudad de Formosa**

Resultados de las encuestas a usuarios de la plataforma:

Nombre	Edad	Residencia	Pregunta 1		Pregunta 2						Pregunta 3					Pregunta 4		Pregunta 5		Pregunta 6				Pregunta 7		Pregunta 8		Pregunta 9								
			Si	No	Internet	Prensa	Locales	Radio	TV	Sugerencia	Buscadores	Mail	Redes sociales	Sitios Web	Publicidad	Si	No	Si	No	1	2 a 5	6 a 10	Más de 10	Si	No	Si	No	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Ns/Nc				
Alejandra Gutiérrez	40	CABA	1		1	1						1			1		1			1			1		1		1									
Ayelén Martínez	32	CABA	1		1					1		1	1		1		1		1					1		1										
Verónica Sordelli	38	CABA		1													1			1				1		1		1								
Catalina Farías	26	CABA	1		1							1	1		1		1			1			1			1										
Antonella Conti	29	CABA	1		1							1	1		1		1				1			1		1		1								
Marina Córdoba	42	SANTA FE	1		1	1				1		1	1		1		1		1				1		1			1								
Micaela Dobie	33	CORDOBA		1													1			1			1		1									1		
Juan Andrés García	30	ROSARIO	1		1	1						1	1		1		1			1			1		1		1		1							
Gabriela Benítez	25	CÓRDOBA	1		1					1		1	1			1			1				1	1			1		1							
Joaquín Hidalgo	32	MENDOZA	1		1							1	1		1		1			1			1		1		1									
Juan Pablo Gutiérrez	22	NEUQUÉN	1		1					1		1	1		1		1				1		1		1		1									
Ana Laura Duacastella	24	ZAPALA	1		1					1		1	1		1		1			1			1		1			1								
Teresa Cayol	50	CHUBUT		1													1			1				1		1									1	
Diego Perlo	37	GRAL ROCA	1		1					1			1		1		1			1			1		1		1		1							
Matías Larosa	33	NEUQUEN		1													1			1				1		1		1								
Amelia Miroli	52	FORMOSA	1		1							1	1		1		1			1			1		1		1		1							
Melina Bartolini	40	RESISTENCIA	1		1	1						1	1			1				1			1		1		1		1							
Leticia Ciotti	51	TUCUMAN	1		1					1			1		1		1			1				1		1		1								
Mariela Medina	23	TUCUMAN	1		1					1		1	1		1		1			1			1		1		1		1							
JuanPablo Ferrero	50	FORMOSA	1		1							1	1			1		1		1			1		1		1		1							
			16	4	16	4	0	0	0	8	16	4	10	12	0	13	3	20	0	4	12	3	1	13	7	12	8	12	6	0	0	0	0	2		
			80%	20%	100%	25%	0%	0%	0%	50%	100%	20%	50%	75%	0%	81%	19%	100%	0%	##	60%	15%	5%	65%	35%	60%	40%	60%	30%	0%	0%	0%	0%	10%		

Encuestas recibidas por las empresas integrantes de DV:

De: Cubreme <info@cubreme.com>

Fecha: 12 de noviembre de 2011 09:02:16 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

- No es importante
- Poco importante
- Importante
- Fundamental **X**

2-¿Desarrolla estrategias de promoción? (marque con una cruz la correcta)

- Si **X**
- No

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

- Internet **X**
- Folletería
- Ferias **X**

3-¿Invierte en publicidad en medios? (marque con una cruz la correcta)

- Si **X**
- No

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

- Medios de comunicación masiva
- Medios especializados **X**

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde? (marque con una cruz la correcta)

- Muy buena **X**
- Buena

Regular

Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?

- Si **X**
- No

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Ciudad Autónoma de Buenos Aires**

De: Chunchino eco-bebé <info_chunchino@chunchino.com>

Fecha: 12 de noviembre de 2011 12:43:11 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

- No es importante
- Poco importante
- Importante
- Fundamental **X**

2-¿Desarrolla estrategias de promoción? (marque con una cruz la correcta)

- Si **X**
- No

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

- Internet **X**
- Folletería
- Ferias **X**

3-¿Invierte en publicidad en medios? (marque con una cruz la correcta)

- Si
- No **X**

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva

Medios especializados

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde? (marque con una cruz la correcta)

Muy buena

Buena

Regular

Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?

Si

No

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **La Plata**

De: RIAGA <contacto@riaga.com.ar>

Fecha: 12 de noviembre de 2011 14:22:54 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

No es importante

Poco importante

Importante

Fundamental

2-¿Desarrolla estrategias de promoción? (marque con una cruz la correcta)

Si

No

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

Internet

Folletería

Ferías

3-¿Invierte en publicidad en medios? (marque con una cruz la correcta)

Si

No

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva

Medios especializados

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde? (marque con una cruz la correcta)

Muy buena

Buena

Regular

Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?(marque con una cruz la correcta)

Si

No

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Ciudad Autónoma de Buenos Aires**

De: Vivero Orgánico SONYANDO <info@sonyando.com.ar>

Fecha: 12 de noviembre de 2011 17:02:16 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

No es importante

Poco importante

Importante

Fundamental

2-¿Desarrolla estrategias de promoción? (marque con una cruz la correcta)

Si

No X

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

Internet

Folletería

Ferías

3-¿Invierte en publicidad en medios? (marque con una cruz la correcta)

Si X

No

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva

Medios especializados X

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde? (marque con una cruz la correcta)

Muy buena X

Buena

Regular

Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?

Si X

No

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Pilar**

De: Julieta Salvi - EcoYoga <julietasalvi@ecoyoga.com.ar>

Fecha: 12 de noviembre de 2011 20:45:32 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

No es importante

Poco importante

Importante

Fundamental X

2-¿Desarrolla estrategias de promoción? (marque con una cruz la correcta)

Si X

No

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

Internet X

Folletería

Ferías

3-¿Invierte en publicidad en medios? (marque con una cruz la correcta)

Si

No X

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva

Medios especializados X

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde? (marque con una cruz la correcta)

Muy buena

Buena X

Regular

Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?

Si X

No

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Tigre**

De: la música está suelta <lamusicaestasuelta@gmail.com>

Fecha: 13 de noviembre de 2011 11:27:54 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

No es importante

Poco importante

Importante X

Fundamental

2-¿Desarrolla estrategias de promoción? (marque con una cruz la correcta)

Si X

No

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

Internet X

Folletería

Ferías

3-¿Invierte en publicidad en medios? (marque con una cruz la correcta)

Si X

No

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva

Medios especializados X

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde? (marque con una cruz la correcta)

Muy buena X

Buena

Regular

Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?

Si

No X

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Ciudad de Córdoba**

De: Mundo Bird <mundobird@gmail.com>

Fecha: 13 de noviembre de 2011 14:43:55 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

Fundamental X

Importante

Poco importante

No es importante

2-¿Desarrolla estrategias de promoción? si

Si X

No

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

Internet

Folletería X

Ferías

3-¿Invierte en publicidad en medios?

Si

No X

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva X

Medios especializados

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena

Buena X

Regular

Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?

Si X

No

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Santa Fé**

De: Alfa Service <atencionalcliente@alfaservice.com.ar>

Fecha: 14 de noviembre de 2011 13:29:20 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

Fundamental

Importante

Poco importante

No es importante

2-¿Desarrolla estrategias de promoción? (marque con una cruz la correcta)

Si

No

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

Internet

Folletería

Ferías

3-¿Invierte en publicidad en medios? (marque con una cruz la correcta)

Si

No

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva

Medios especializados

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde? (marque con una cruz la correcta)

Muy buena

Buena

Regular

Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?(marque con una cruz la correcta)

Si

No

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Mendoza**

De: Aldar <aldar-info@aldar.com.ar>

Fecha: 14 de noviembre de 2011 17:36:28 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

Fundamental

Importante

Poco importante

No es importante

2-¿Desarrolla estrategias de promoción? (marque con una cruz la correcta)

Si

No

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

Internet

Folletería

Ferías

3-¿Invierte en publicidad en medios? (marque con una cruz la correcta)

Si

No

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva

Medios especializados

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena

Buena **X**

Regular

Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?

Si

No **X**

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Mendoza**

De: Spa Las Dalias <spa@spa-lasdalias.com.ar>

Fecha: 15 de noviembre de 2011 10:43:51 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

Fundamental **X**

Importante

Poco importante

No es importante

2-¿Desarrolla estrategias de promoción? (marque con una cruz la correcta)

Si **X**

No

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

Internet **X**

Folletería

Ferías

3-¿Invierte en publicidad en medios? (marque con una cruz la correcta)

Si **X**

No

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva **X**

Medios especializados

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena **X**

Buena

Regular

Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?

Si

No **X**

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Córdoba**

De: Aerowind <info@ingeza.com>

Fecha: 16 de noviembre de 2011 17:21:34 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

Fundamental **X**

Importante

Poco importante

No es importante

2-¿Desarrolla estrategias de promoción?

Si

No **X**

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

Internet
Folletería
Ferias

3-¿Invierte en publicidad en medios?

Si X
No

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva
Medios especializados X

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde? (marque con una cruz la correcta)

Muy buena
Buena X
Regular
Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?

Si
No X

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Puerto Madryn**

De: Andes Cross <info@andescross.com>

Fecha: 17 de noviembre de 2011 12:35:12 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

Fundamental
Importante X

Poco importante

No es importante

2-¿Desarrolla estrategias de promoción? (marque con una cruz la correcta)

Si
No X

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

Internet
Folletería
Ferias

3-¿Invierte en publicidad en medios? (marque con una cruz la correcta)

Si
No X

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva
Medios especializados X

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena
Buena
Regular X
Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?

Si
No X

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Bariloche**

De: Convertec <radiotec@bariloche.com.ar>

Fecha: 17 de noviembre de 2011 17:43:16 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

Fundamental

Importante X

Poco importante

No es importante

2-¿Desarrolla estrategias de promoción?

Si X

No

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

Internet

Folletería

Ferías X

3-¿Invierte en publicidad en medios?

Si

No X

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva X

Medios especializados

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena

Buena X

Regular

Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?

Si

No X

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Bariloche**

De: Dangen <ventas@dangen.com.ar>

Fecha: 19 de noviembre de 2011 09:56:56 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

Fundamental X

Importante

Poco importante

No es importante

2-¿Desarrolla estrategias de promoción? (marque con una cruz la correcta)

Si X

No

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

Internet

Folletería X

Ferías

3-¿Invierte en publicidad en medios?

Si

No X

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva

Medios especializados X

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena X

Buena

Regular

Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?

Si X

No

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Plottier, Neuquén**

De: Del Nómade <delnomade@ecohosteria.com.ar>

Fecha: 20 de noviembre de 2011 15:05:16 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

Fundamental

Importante X

Poco importante

No es importante

2-¿Desarrolla estrategias de promoción?

Si

No X

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

Internet

Folletería

Ferías

3-¿Invierte en publicidad en medios?

Si

No X

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva

Medios especializados X

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena

Buena X

Regular

Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?

Si

No X

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Puerto Pirámides, Chubut**

De: Cruz del Norte <cruzdelnorte@fibertel.com.ar>

Fecha: 20 de noviembre de 2011 17:32:17 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

Fundamental X

Importante

Poco importante

No es importante

2-¿Desarrolla estrategias de promoción?

Si X

No

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

Internet

Folletería X

Ferías

3-¿Invierte en publicidad en medios?

Si X

No

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva X

Medios especializados

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena

Buena

Regular X

Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?

Si

No X

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Caimancito, Jujuy**

De: Complejo La Misionerita <ecoturismo@la-misionerita.com.ar>

Fecha: 22 de noviembre de 2011 18:53:19 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

Fundamental X

Importante

Poco importante

No es importante

2-¿Desarrolla estrategias de promoción?

Si X

No

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

Internet

Folletería X

Ferías

3-¿Invierte en publicidad en medios?

Si

No X

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva X

Medios especializados

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena X

Buena

Regular

Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?

Si

No X

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Misiones**

De: Bodega Colomé <info@bodegacolome.com>

Fecha: 23 de noviembre de 2011 11:43:52 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

Fundamental X

Importante

Poco importante

No es importante

2-¿Desarrolla estrategias de promoción?

Si X

No

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

Internet X

Folletería

Ferias X

3-¿Invierte en publicidad en medios?

Si X

No

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva

Medios especializados X

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena X

Buena

Regular

Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?

Si X

No

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Salta**

De: Arqom <info@arqom.com.ar>

Fecha: 23 de noviembre de 2011 12:52:33 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

Fundamental

Importante X

Poco importante

No es importante

2-¿Desarrolla estrategias de promoción?

Si

No X

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

Internet

Folletería

Ferias

3-¿Invierte en publicidad en medios?

Si

No X

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva

Medios especializados X

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena X

Buena

Regular

Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?

Si X

No

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Resistencia, Chaco**

De: Agroturismo Misiones <hugodasilva@agroturismomisiones.com.ar>

Fecha: 25 de noviembre de 2011 14:25:35 GMT-03:00

Para: virginia@directorio-verde.com

Asunto: RE: Encuesta del Directorio Verde

1-¿Considera importante otorgarle mayor visibilidad a su empresa?

Fundamental X

Importante

Poco importante

No es importante

2-¿Desarrolla estrategias de promoción?

Si

No X

2.1 En caso afirmativo, ¿Cuáles?

Internet

Folletería

Ferías

3-¿Invierte en publicidad en medios?

Si

No X

4-¿Qué medios considera que son más convenientes para promocionar su empresa?

Medios de comunicación masiva

Medios especializados X

5-¿Qué opina de la propuesta del Directorio Verde?

Muy buena

Buena X

Regular

Mala

6-¿Considera que el mercado on-line puede aportarle visibilidad a su empresa?

Si

No X

Por último indique el lugar en que está radicada su empresa: **Misiones**

Resultado de las encuestas a empresas de DV:

Empresa	Residencia	Pregunta 1				Pregunta 2		Preg 2 Bis			Pregunta 3		Pregunta 4		Pregunta 5				Pregunta 6	
		Fundamental	Importante	Poco importante	Nada importante	Si	No	Int	Foll	Fer	Si	No	Masivos	Esp	Muy buena	Buena	Reg	Mala	Si	No
Cubreme	CABA	1				1		1		1	1		1	1				1		
Chunchino	La Plata	1				1		1		1	1	1		1					1	
Riaga	CABA		1				1			1			1		1				1	
Sonyando	Pilar	1					1			1			1	1				1		
EcoYoga	Tigre	1				1		1			1		1		1			1		
La música...	Córdoba		1			1		1		1			1	1					1	
Mundo bird	Santa Fe	1				1			1		1	1			1			1		
Alfa Service	Mendoza		1			1		1			1	1			1				1	
Aldar	Mendoza		1				1				1		1		1				1	
Las Dalias	Córdoba	1				1		1		1		1		1					1	
Aerowind	Pto Madryn	1					1			1			1		1				1	
Andes Cross	Bariloche		1				1				1		1			1			1	
Convertec	Bariloche		1			1			1		1	1			1				1	
Dangen	Plottier	1				1			1		1		1	1				1		
Del Nómade	Pto. Pirámides		1				1				1		1		1				1	
Cruz del Norte	Caimancito	1				1			1		1	1				1			1	
La Misionerita	Misiones	1				1			1		1	1		1					1	
Colomé	Salta	1				1		1		1			1	1				1		
Arqom	Resistencia		1				1				1		1	1				1		
Agroturismo Misiones	Misiones	1					1				1		1		1				1	
		12	8			12	8	7	4	4	8	12	7	13	9	9	2	0	7	13
		60%	40%			60%	40%	58%	33%	33%	40%	60%	35%	65%	45%	45%	10%	0%	35%	65%



MIXTO
Papel procedente de
fuentes responsables

FSC® C011360