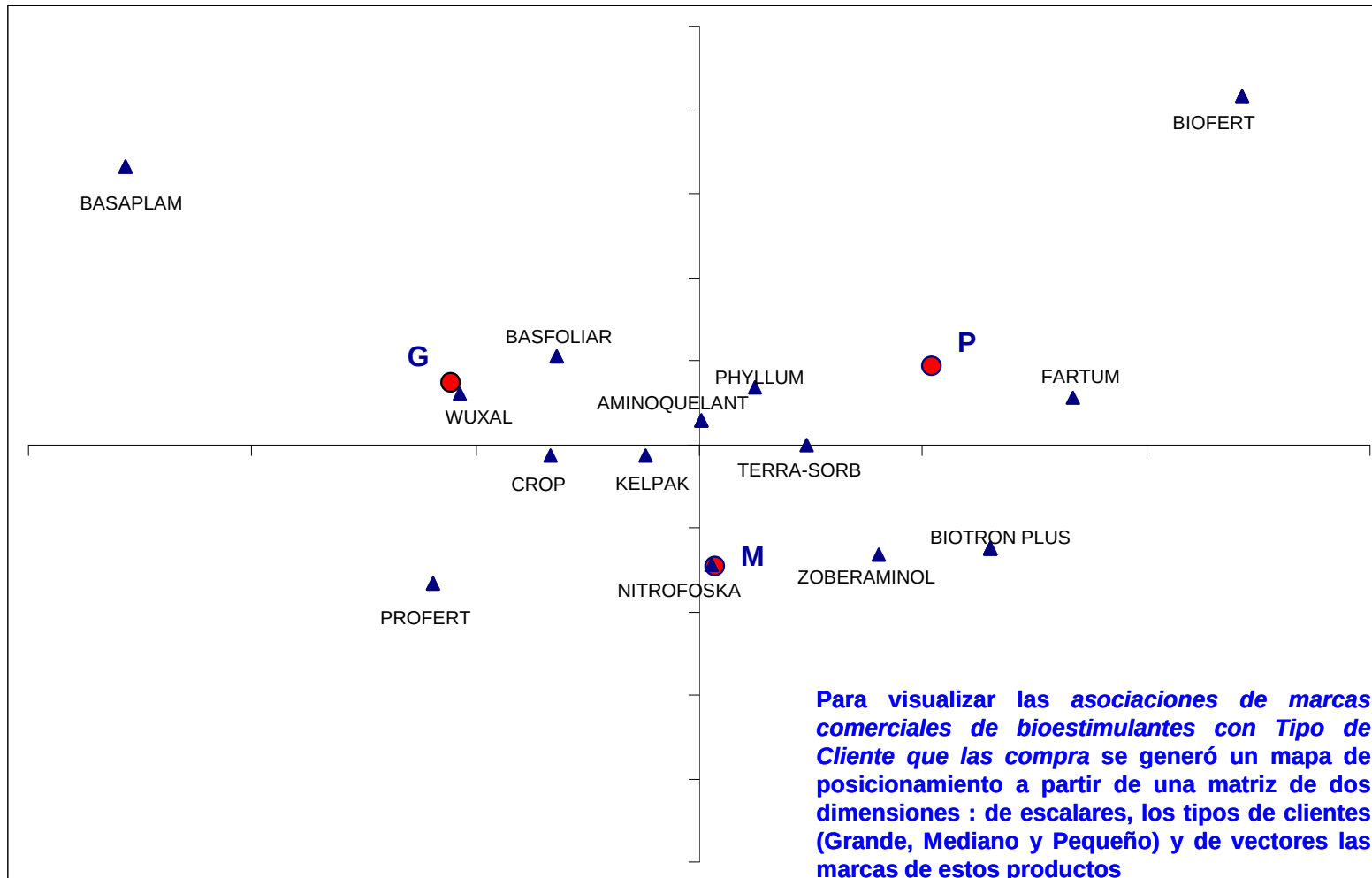




INDICADORES GENERALES

ASOCIACION DE LAS MARCAS QUE VENDE HABITUALMENTE CON EL TIPO DE CLIENTE QUE LAS COMPRA

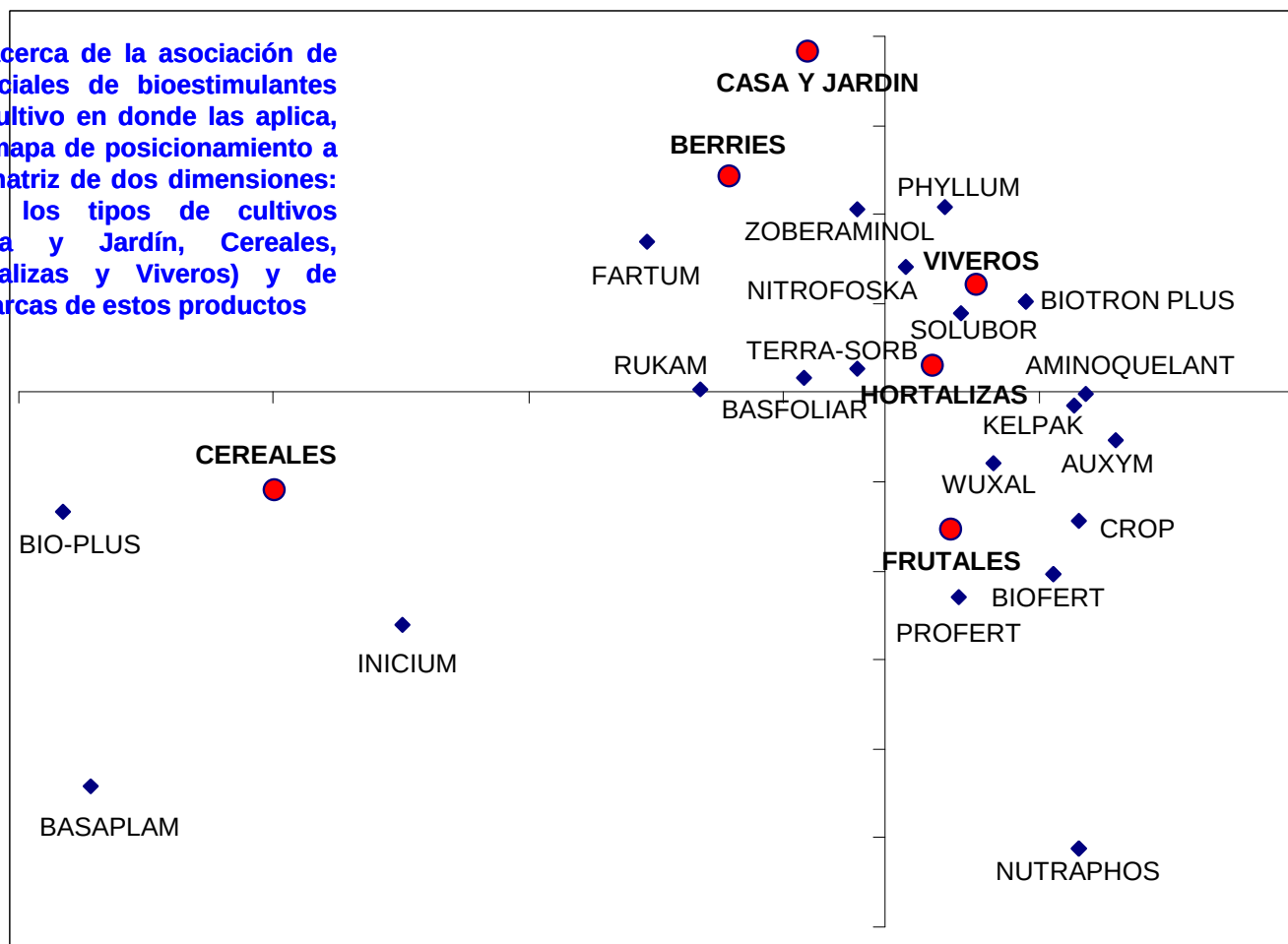




INDICADORES GENERALES

ASOCIACION DE LAS MARCAS QUE VENDE HABITUALMENTE CON EL TIPO DE CULTIVO A LOS QUE LAS APLICA

Para indagar acerca de la asociación de marcas comerciales de bioestimulantes con Tipo de Cultivo en donde las aplica, se generó un mapa de posicionamiento a partir de una matriz de dos dimensiones: de escalares, los tipos de cultivos (Berries, Casa y Jardín, Cereales, Frutales, Hortalizas y Viveros) y de vectores las marcas de estos productos

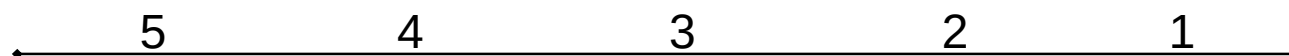




INDICADORES GENERALES

RANKING DE ATRIBUTOS MAS IMPORTANTES PARA LA ELECCION DE UNA MARCA DE BIOESTIMULANTE

	Muy Importante	Importante	Medianamente Importante	Poco Importante	Nada Importante	
Rendimiento	77%	23%	0%	0%	0%	26
Compatibilidad con N,P,K y Fitosanitarios	35%	31%	31%	0%	4%	26
Solubilidad	35%	46%	19%	0%	0%	26
Nivel de Toxicidad	54%	15%	15%	15%	0%	26
Resultados Probados	69%	27%	4%	0%	0%	26
Compocisión Natural	46%	15%	31%	8%	0%	26
Respaldo	77%	12%	12%	0%	0%	26

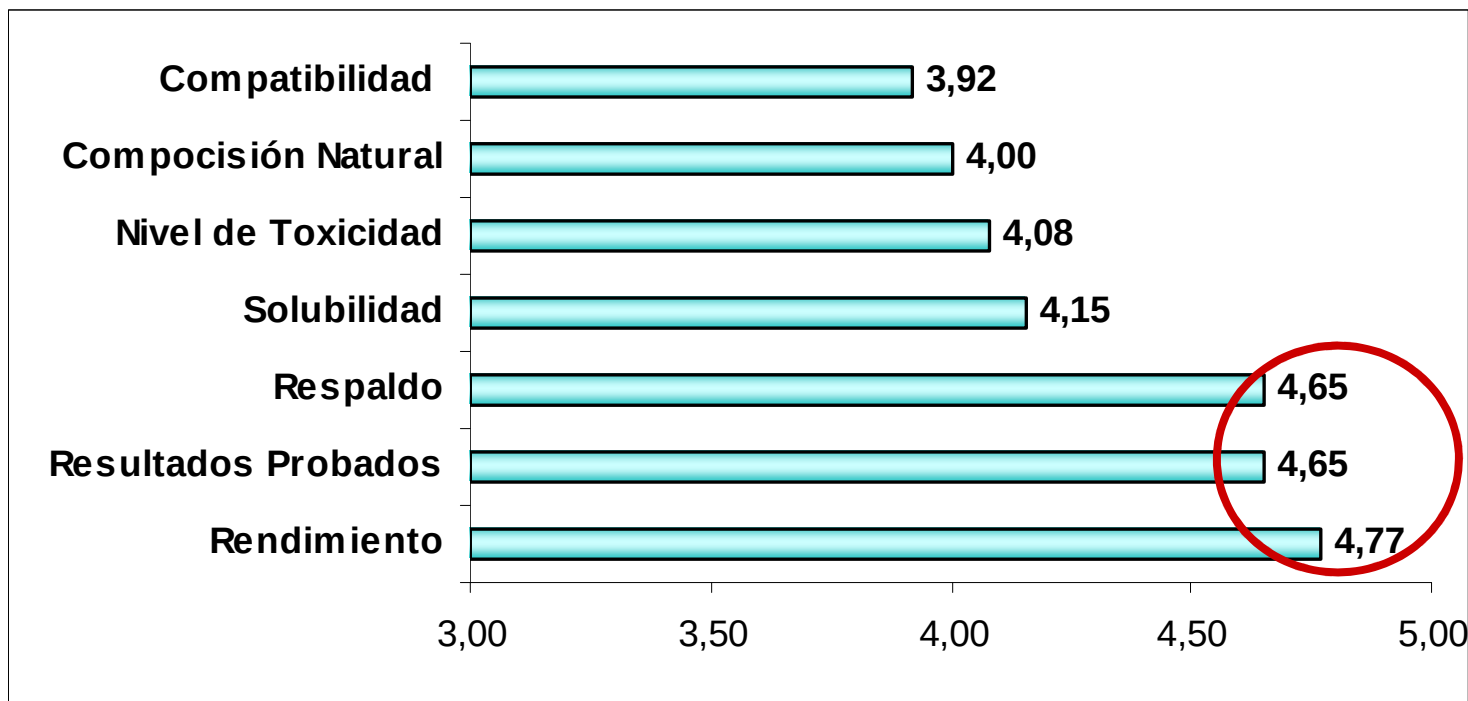


Base % total entrevistas



INDICADORES GENERALES

RANKING DE ATRIBUTOS MAS IMPORTANTES PARA LA ELECCION DE UNA MARCA DE BIOESTIMULANTE



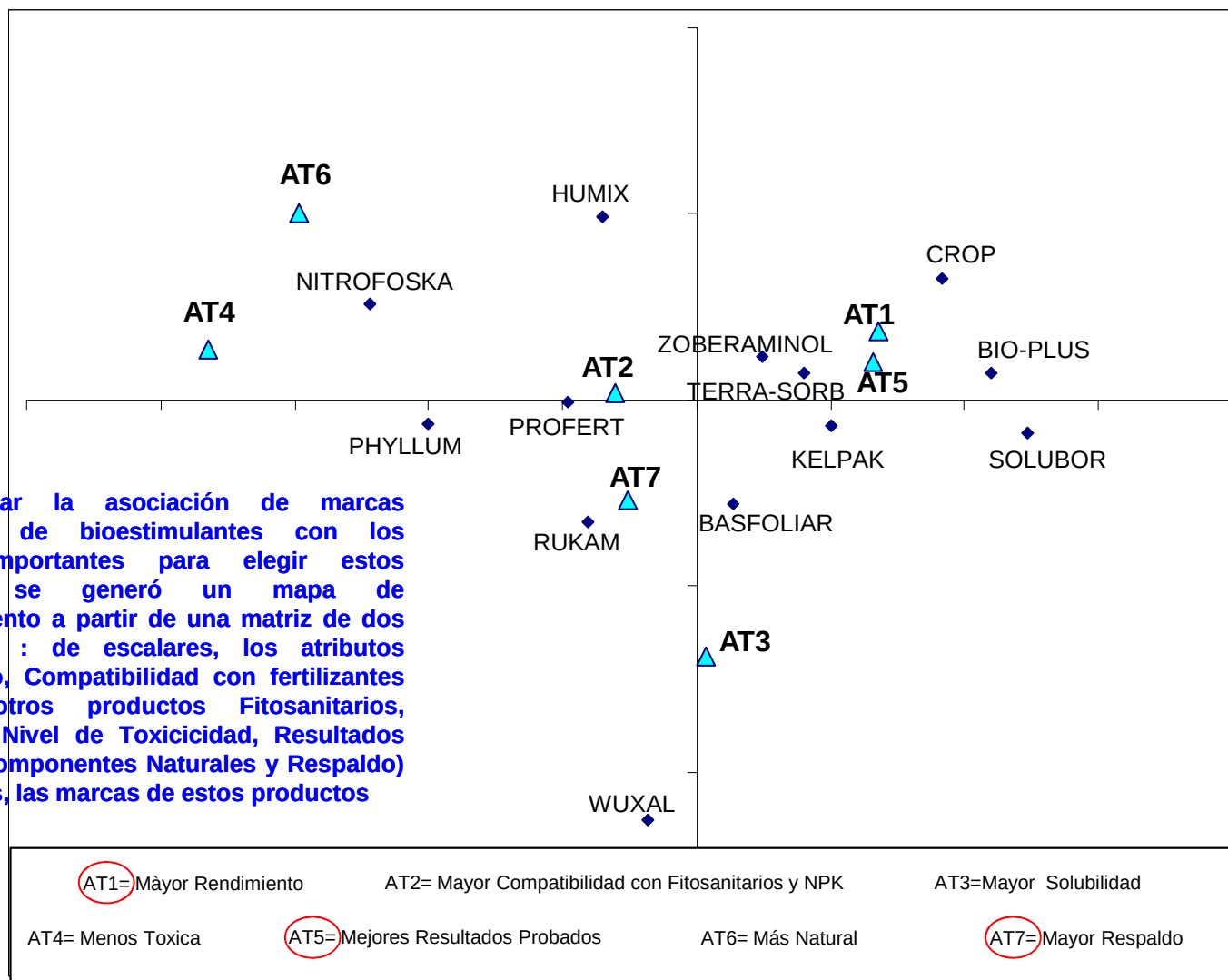
Importancia Ponderada



INDICADORES GENERALES

ASOCIACION DE LAS MARCAS CON ATRIBUTOS

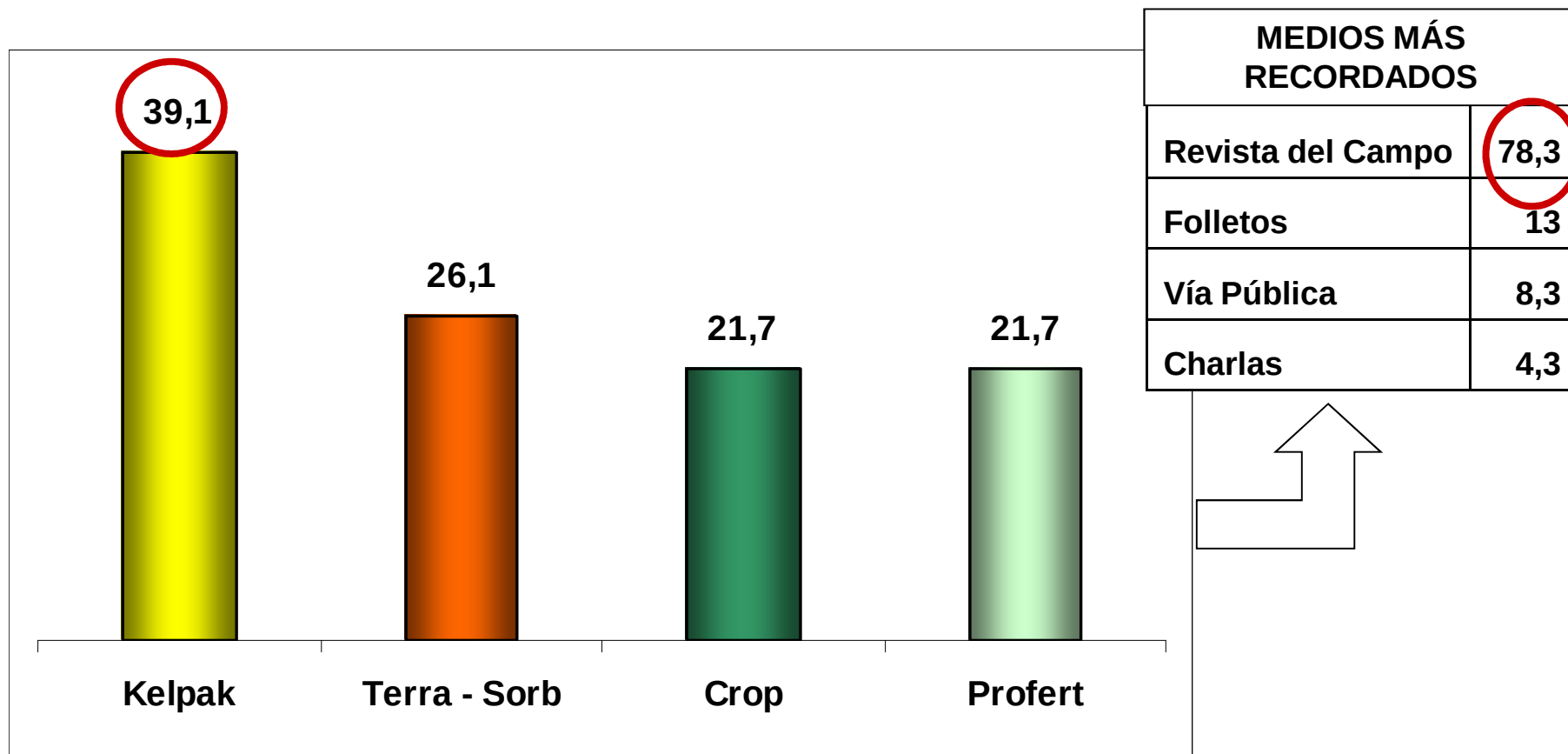
Para analizar la asociación de marcas comerciales de bioestimulantes con los atributos importantes para elegir estos productos, se generó un mapa de posicionamiento a partir de una matriz de dos dimensiones : de escalares, los atributos (Rendimiento, Compatibilidad con fertilizantes N,P,K y otros productos Fitosanitarios, Solubilidad, Nivel de Toxicidad, Resultados Probados, Componentes Naturales y Respaldo) y de vectores, las marcas de estos productos





INDICADORES GENERALES

RECORDACION DE ACCIONES COMUNICACIONALES



MARCAS PROMEDIO POR RESPUESTA

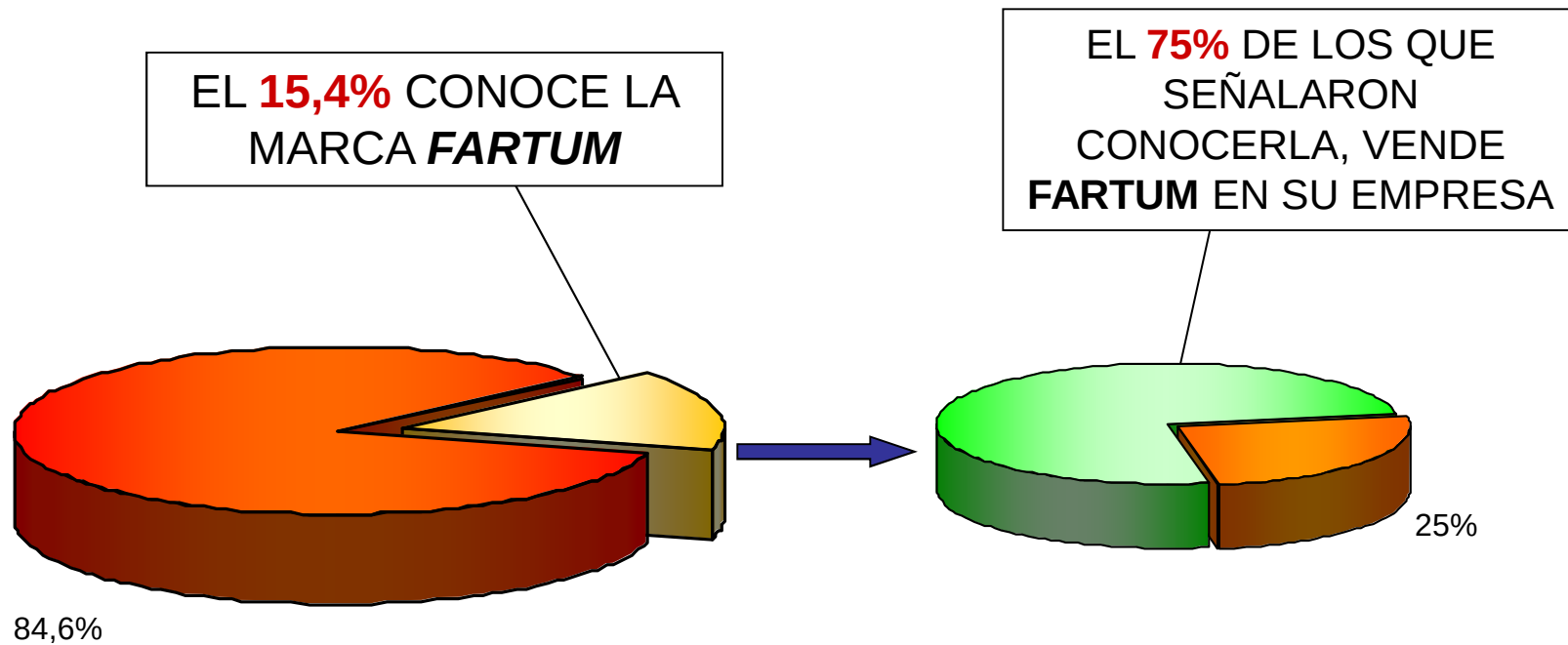
2

Base % total entrevistas, marcas con % de recordación mayor al 20%



INDICADORES GENERALES

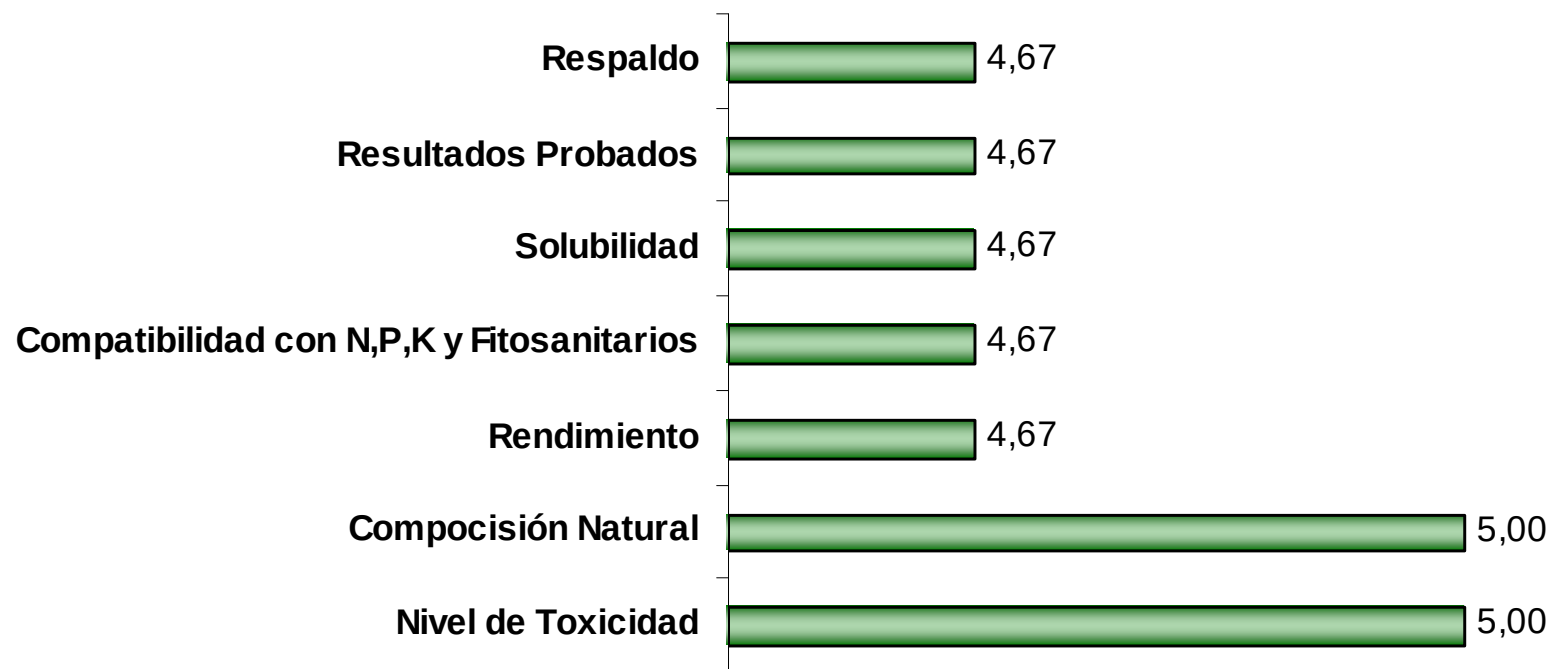
CONOCIMIENTO Y VENTA DE LA MARCA FARTUM





INDICADORES GENERALES

EVALUACIÓN DE LA MARCA FARTUM RESPECTO A LOS ATRIBUTOS





CONCLUSIONES (posicionamiento)

- El atributo más importante para la elección de una marca de bioestimulante fue el Rendimiento. Los atributos Solubilidad, Resultados Probados y Respaldo también presentan una cuota de importancia a considerar.
- Los mapas de posicionamiento reflejaron que no existe una diferenciación importante de las marcas en el mercado de bioestimulantes, pocas marcas tienen una funcionalidad específica en cuanto al tipo de cultivo, siendo Hortalizas y Viveros los más saturados de asociaciones de marcas. Sin embargo, se propone la posibilidad de crecer en cultivos emergentes y nuevos.
- En cuanto a los atributos, las marcas no exhiben una diferenciación profunda. La marca con más atributos asociados es Rukam con cinco y las con menos fueron Crop, Zoberaminol, Terra-Sorb, Bio-Plus y Wuxal. Los atributos “Rendimiento” y “Resultados Probados” presentaron una correlación muy fuerte.