

## **ANEXOS**

### **TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA**

Buenas tardes Javier. Esta entrevista tiene como fin la identificación de los principales grupos de interés que influyen en Distr & Co como empresa para luego proceder a hacer un diagrama cuyos datos serán ingresados a un sistema de simulación basado en agentes. El objetivo es la medición de la efectividad de los esfuerzos de marketing en cuanto a percepción de marca se refiere.

Para introducirnos en el tema, nos encontramos con el Jefe de Marca de Pega-it para la empresa Distr & Co Colombia.

**Podrías decirnos cuáles son las características de la marca Distr & Co en Colombia.**

R/ La marca Distr & Co tiene como característica principal la innovación, nunca deja de inventar.

**¿Qué productos cobija y cuál es el principal producto?**

R/ tiene varios productos que en Colombia se ubican dentro de cinco divisiones, (divisiones: departamento con productos y marcas dentro de Distr & Co, las explico muy por encima para que tengan idea como es: 1.Division Cuidado de la salud: productos: (Odontología, ortodoncia, estetoscopios, cuidado de la piel, primeros auxilios, insumos médicos).2.Division Eléctricos y comunicaciones: Soluciones eléctricas, comunicaciones, sistemas táctiles, tecnología para comunicación, 3. División Señalización e imagen gráfica : imagen gráfica y publicidad, seguridad , admón. y control para tráfico y sistemas ópticos 4. División manufactura e industria: arquitectura y construcción, limpieza institucional, abrasivos, lubricantes, películas de seguridad 5. División Consumo masivo: Hogar, cuidado personal y oficina, marcas como PEGA-IT, ESPONJILLAS BRIHT, JABONES CARE, CINTAS SPOT, ETC como principal producto, son muchos la verdad, yo diría que cada

división tiene los productos que son su caballito de batalla y el más conocido en el mercado o en su nicho de mercado.

**En cuanto a PEGA-IT, cuáles son las principales características del mercado en el que se comercializa ese producto**

R/ las características del mercado de PEGA-IT, mercado de estudiantes de colegios y universidades, amas de casa y mujeres ejecutivas NSE 4,5 y 6 de las principales ciudades de Colombia.

**Cómo promociona Distr & Coa PEGA-IT en el mercado.**

R/ se utiliza mucho las redes sociales e internet, concursos en el fan page de las marcas Pega-it y Scotch y según presupuesto se hacen más presencia en ferias y patrocinios. Ya en punto de venta se realizan exhibiciones adicionales pagas y negociadas con los dueños del almacén o encargado de la cadena.

**Como describes a los clientes que usan PEGA-IT**

R/ Nosotros a los clientes llamamos consumidores y los clientes son los dueños de negocios o grandes distribuidores, me imagino que la pregunta es hacia el consumidor... entonces son estudiantes de universidades, mujeres ejecutivas y amas de casa, que desean comunicar creativamente sus emociones, dar un mensaje, dejar una nota o señalar algo, al mismo tiempo darle color a sus mensajes según su personalidad.

**Cuál es la influencia que recibe el cliente al momento de la decisión de compra**

R/ nosotros como jefes y/o gerentes de marca, logramos darles a los consumidores lo que ellos quieren tener y utilizar, lo complementamos con estrategias de marketing sensorial y llegamos a identificar y ubicar en el mercado productos con colores, tamaños, utilización, diseños, etc según personalidad del consumidor y así logramos la cercanía de marca y el conocimiento de marca, generando improntas emocionales con la marca Pega-it. Influencia, pues sería la de utilizar la marca #1 y la primera en el mundo en notas adhesivas, que

además de comunicar le dan color y personalidad a sus mensajes o a lo que quieras decir o hacer con Pega-it.

**¿Cómo es la relación entre los clientes y el producto?**

R/ Cercana, relación cercana, ya que día a día, estamos innovando en que no solo con notas adhesivas, también con banderitas y sobre todo con los accesorios para estos dos productos y las campanas que lanzamos a nivel mundial, por ejemplo la última se llamó “Colores que te hacen Feliz” y así mismo lanzábamos los nuevos colores con una campana 360 de imágenes, concursos, test de personalidad, trade marketing, punto de venta, exhibiciones y a través del fan page comunicamos esa nueva campaña.

**Que tan importante es el cliente, en cuanto a percepción se refiere. Califique de 1 a 10.**

R/ Con PEGA- IT 10, por que ponemos a disposición en el fan page todas nuestras campañas y concursos, para así recibir los comentarios positivos y negativos, y esto hace que el consumidor se sienta parte de una gran marca como es Pega it.

**Para dar paso a otra parte de la entrevista, podrías decirnos dónde queda situada la casa matriz de Distr & Co**

R/ Shanghái, China.

**Nos podrías describir la función de la casa matriz en las decisiones de mercadeo, como por ejemplo el lanzamiento de un comercial.**

R/ Pues todo lo autoriza casa matriz, todo es todo, entonces todo llega a cada país y adaptamos a nuestra cultura y nuestra gente cada campaña, pero el concepto no se cambia, es aprobado desde casa matriz

**De 1 a 10, que tan importante es la casa matriz en el proceso de percepción de marca.**

R/ 10, dan el ok para todo.

**Para hablar sobre la competencia, ¿Quiénes son los principales competidores de POS-IT**

R/ Studmark, Hoppax, y las demás marcas Chinas, (que hay muchas)

**¿Qué diferencias hay entre PEGA-IT y sus competidores?**

R/ LA CALIDAD, Pega it es la marca con mayor y mejor calidad, como todos los productos de Distr & Co, las características de una nota adhesiva o una banderita, es su fuerza de pegue y que se pueda escribir sobre ella, la competencia simplemente copio diseños pero nunca pudo copiar calidad.

**De acuerdo a los competidores cual crees que es la relación de PEGA-IT con sus competidores.**

R/ No son competidores, son seguidores, son duplicadores de todo lo que hace Pega it, no es por ser irreverentes, pero durante años copiaron y copiaron y salieron al mercado a mitad de precios que nosotros y dañaron el mercado, pero la calidad la juzga el consumidor, nosotros seguimos innovando día y con respaldo de marca a nivel mundial como es Distr & Co.

**De 1 a 10, ¿Qué tan importante es la competencia para la marca en cuanto a percepción se refiere?**

R/ 4, miramos, analizamos, realizamos seguimiento y controlamos, pero no copiamos a hacer lo mismo que ellos.

**Bueno, para dar finalización a nuestra entrevista, esta es una pregunta de gran importancia para nuestra investigación, entonces, si tuvieras cien millones de pesos para inversión en Marketing, como los distribuirías según los grupos de interés.**

R/ yo, distribuirá así: Un 40% a la agencia de publicidad en Argentina a la agencia que tenemos acá, porque las dos se encargan de los concursos y premios en el fan page y en puntos de venta, tienen a cargo las pautas en emisoras de acuerdo a mi target y dar conocimiento y construcción de marca y por supuesto posicionamiento. Un 10% a los proveedores, otro 15% para los clientes y un 35% a los consumidores pues en ellos invierto para campañas de promoción y experiencias en momentos de compra con el consumidor, me tomaría las universidades, centros comerciales, exhibiciones en puntos de venta,

concursos, patrocinios para que los consumidores sepan y hagan comparaciones con la competencia y descubran porque Pega it es la Mejor marca.

**¿Hay algún grupo que considere importante y que no se haya mencionado?**

R/ Nuestro objetivo para este año, es el mercado de Abogados y médicos, que son los profesionales que por análisis que hemos hecho a nivel mundial, leen y marcan muchos sus libros para retomar o marcar cosas interesantes, en eso estamos trabajando, proyectamos una alianza estratégica con editoriales, en eso estamos trabajando.

**¿Qué modificaciones deben hacerse al diagrama preliminar presentado?**

R/ Yo lo dejaría así.