

Appendix – Transcriptions

“The Effect of Language on Brand Evaluation”

Nadine Adriana Seiberle
Maestría en Dirección
Escuela de Administración
Universidad del Rosario

Focus Group Discussion 1: Determination of Product Type investigated

Date: 04.11.2017
Time: 4:30 pm
Total focus group time: 30:14 minutes
Language: Spanish
Place: Universidad del Rosario, Sede Norte, Bogotá, Colombia
Moderator (MO): Nadine Adriana Seiberle

Participants:

F1 = Female 1; F2 = Female 2; F3 = Female 3; M1 = Male 1; M2 = Male 2; M3 = Male 3

1. Introduction [0:00]

MO: Bueno, voy a empezar. Muchas gracias para su participación en el grupo focal. Ya saben mucho de mi proyecto. Quiero investigar las evaluaciones de consumidor frente a los nombres de las marcas en inglés y español. ¿Para qué sirve el grupo focal? Es importante que refleja como las opiniones y los pensamientos de los consumidores colombianos y que no entra mucho de mi cultura en el estudio. Y por eso quiero que los consumidores mismos definen el producto que será investigado, el diseño del empaque y la manera de traducción. Y ustedes como grupo focal primero van a determinar el producto que se va a investigar. Aquí pueden ver cuáles son los determinantes. Será un producto que tiene características de los dos: productos hedonistas y utilitaristas. Les voy a explicar después lo que significa. Es un producto en el entorno minorista y que es frecuentemente importado de otros países. Es un producto que esta consumido por consumidores de clase media y alta. Es un producto que no está prohibido para menores de 15 años. Es un producto que se puede simular gráficamente. El empaque del producto muestra la marca, el nombre de producto y tiene un slogan e información del producto en el empaque. El producto está consumido por todos géneros. Y ahora voy a explicar lo que es hedonista y utilitarista. Una característica hedonista es una característica multisensorial y se relaciona con diversión, placer o emoción. Es por ejemplo perfume, chocolate o café. Se puede clasificar como es algo lindo, algo feo, algo bueno, algo malo. Utilitarista son instrumentales y se compra por motivaciones más funcionales. Es por ejemplo detergente o papel del baño. Y se les clasifica si es conveniente o inconveniente o si es útil o no útil. ¿Tienen preguntas hasta aquí?

F1: ¿Entonces sea que es un producto que tenga características de los dos?

MO: Si, si verdad, Y los pasos siguientes... cada persona tiene como cinco minutos para pensar en uno hasta tres productos que se clasifica con estas características. Pueden hacer notas en la hoja o en el otro lado de la hoja. Y después cada persona introduce sus ideas y hay una discusión de como diez minutos y se van a determinar los tres productos de que piensan que son buenos para la investigación. Y vamos a hacer una evaluación en una escala de uno a seis de manera si se percibe los productos hedonistas o utilitaristas. El producto que tiene el mejor equilibrio va a ser elegido para la investigación. Ahora tienen cinco minutos para pensar. Y si tienen preguntas o dudas...

M1: ¿Debe ser un producto de los dos tipos?

MO: Un producto que tiene las dos características: hedonistas y utilitaristas.

F1: ¿O sea un producto que tiene las dos características? Y los dos siguientes sería cada uno con o sea uno utilitarista y uno hedonista.
MO: Ah no. Un producto que tiene las dos características: Que es útil pero también da una percepción del hedonismo o de estatus.
F1: Y los otros dos: La idea es como...
MO: Ah no, solo es un producto, pero pueden tener muchas ideas porque es un brainstorming. Pueden pensar en varios productos que tienen las dos características. Y al fin elegimos en el grupo...
M2: Un producto que sea también hedonista...
MO: Si o pueden escribir varias si tienen más ideas. Después elegimos los tres que sean las más adecuadas y hacemos una evaluación.

2. Questions and Individual work [05:00]

M2: ¿De retail?
MO: Para... sí
M2: ¿Ah ok, todo que sea consumible?
MO: Que tiene dos características, sí. Depende...la comida también a veces está hedonista...
M2: ¿Electrodomésticos?
MO: Si.
M2: Ok.
F2: ¿También puede ser de ropa?
MO: Ah, de supermercado...solo...sí.
M2: Sí...
MO: ¿Listos?
F2: Uno debemos...
MO: Uno hasta tres...
M2: ¿Pueden ser tres o dos?
MO: Si, eligen tres. Y después vamos a hacer una escala.

3. Presentation of Ideas [10:00]

MO: Listo. Para que se entienda bien, voy a pasar el micrófono y cada persona dice su idea y porque piensa que es un buen producto para la investigación.
F3: Bueno, el primer producto que yo te propongo es el shampoo Head and Shoulders que se cambió HIS. Y todas las propagandas y demás se maneja con HIS. Y se cambió porque las personas no podían pronunciar Head and Shoulders. Entonces no lo pedían en las tiendas. Y pues, cumple con todas las características que nos estas pidiendo. Es utilitarista pues porque es como para lavar el pelo y es hedonista en el sentido en que este shampoo busca que las personas no tengan caspa. Entonces esfuerza que esta persona es sin caspa, bonita y sana. Otro producto que te propongo es Zucaritas y en los estados unidos se dice Frosted Flakes. Y cumple con todas las características que pedías. Y la otra es la de los dulces que se llama Tic Tac y ese es de Italia. Y eso también cumple con todas las características que pedías.
F1: Buen. Yo escogí la cerveza...pues porque finalmente es un producto que puede dar estatus o sea en alguna forma hay de la cerveza un costo barato como la cerveza de costo alto y están en ambos idiomas. Normalmente acá la gente entiende muy bien la cerveza Club Colombia porque tiene esta connotación con Colombia. Como también escogen cervezas extranjeras por su nombre. Y el otro producto que tenía pensado era el Whisky. La gente lo escoge por su nombre, por su categoría y está en ambos idiomas. Entonces... y pues la utilidad de ambos es que no solamente es una bebida social, pero también lo utilizan para la comida. Entonces esa puede ser la utilidad.
M3: Bueno, el producto escogido por mí es un Apple TV. Es un Apple TV. Es un producto de la marca Apple que se relaciona con el televisor y que pues...da estatus por la marca y lo que estás diciendo. Pero a veces a condición al televisor no puede mirar televisión por internet puede mirar canales...YouTube, absolutamente todo. Pienso que este producto cumple estas características y es un producto global.
M2: Bueno, yo considero que el producto escogido es iPhone 8. Pueden dar dos o múltiples utilidades o utilidades que puede tener este producto. Adicionalmente, este producto cumple como con un mercado objetivo alto de clase alta y tener en cuenta sus precios para poder acceder a ellos. Adicionalmente, es un producto de una compañía que realmente es como una religión... como algo que toca tener. Listo. Genera como alguna adicción realmente.
F2: Hola, los productos que te sugiero son tres. En primer lugar, está el Shampoo Johnson para niños. Es un producto pues que la sola marca digamos la mala tensión para que los padres que tienen niños que tienen niños pequeños se sienten atraídas a comprarlo por la presentación, por la forma del Shampoo y digamos el reconocimiento

de la marca que hay en el país. Y es pues... muy útil porque obviamente hay que bañar a los niños. Es necesario. En este sentido es muy útil. El segundo que te propongo es el bloqueador solar umbrella. Eh... pues... eh... también es un producto digamos muy útil, pero está asociado porque es un producto de buena calidad y la marca de hecho esta en ingles pues... y llama la atención. De pronto se siente que marcas con nombres extranjeros dan... digamos mejor calidad. Y por último te propongo una champaña. Una campaña francesa la Perriere Jouet. Porque digamos... el tema de bebidas pues... la campaña, la presentación de esta campaña es muy atractivo por el color, es como que rico tener esta campaña en la casa, pero también por una celebración esta su beneficio.

M1: Yo tengo dos productos. El desodorante Axe. Desodorante si, Axe. Que, pues tiene una funcionalidad, pero también lo quieren vender como algo, algo de estatus para que los hombres atraigan mujeres. Y los otros son los acondicionadores de pelo para las mujeres... tienen una funcionalidad, pero también digamos tienen diferentes marcas y la mayoría digamos son marcas francesas. Las mejores pues, las marcas conocidas. Esos dos tengo.

MO: Muchas gracias por sus sugerencias. Ahora van a discutir cuales productos vamos a evaluar en la tabla. Y tengan en cuenta que debe ser un producto que se puede comprar en el supermercado y que también es para personas desde quince años y para los dos géneros. Entonces si todavía quedarían Shampoo, Zucaritas, o dulces y desodorantes, shampoo para niños y bloqueador solar. Y es que se va a simular un producto entonces ya no es una marca fija pero la marca será creada, Sí.

F1: ¿O sea por ejemplo se eliminó las propuestas que tu dijiste porque no se las encuentra en el supermercado?

MO: Sí.

F3: En el sentido tradicional de supermercado.

MO: Para quince años sí, pero me refería al alcohol con lo de quince años.

4. Election of the three Products for further discussion [18:00]

MO: Si, si, quedan dulces, shampoo, bloqueador solar, shampoo para niños o desodorante.

F1: ¿El desodorante que tu planteaste es solo para hombres?

F3: A, también se descarta.

MO: Podría ser un producto neutral.

M1: Si, solo es la marca...

F2: Bueno, desodorante, shampoo, bloqueador solar, y dulces.

F3: Es que no es por precio. Es por como lo ven. Es que el Axe da estatus.

M2: Pero direcciona hacia el hombre. Y no da estatus. Esto es el tema.

F3: Si, da estatus porque es masculino.

M2: No, hay que comprar dentro un esfera. El Montblanc da estatus. Claro. ¿Cuánto vale el Montblanc?

F2: Es más de hecho los hombres que compran Axe no es por el estatus sino por el olor. O sea, lo compran por una cosa de hedonismo.

[Agreement]

M2: Pero es que... el Axe negro no es desodorante.

M1: Es que el hedonismo puede ser de estatus.

M2: Pues, claro.

M1: Si necesito ponerme Axe, me pongo Axe. Y huelo bien.

MO: Estatus o placer...

M2: ¿Utilitaria no es?

M1: Claro.

F1: No, pero creo que los que debemos dejar son los que cumplen.

[Agreement]

M2: El blanco.

M1: Desodorante de Axe.

M2: El blanco, no es el negro.

M1: Desodorante de Axe. A ser utilitarista porque lo uso como desodorante, pero también como hedonista porque con esta siento que huelo rico y es más atractivo.

F3: Si lo creo también.

F2: Yo propongo que elegimos el uno y dos.

M2: ¿Cuanta toca? ¿Tres?

F3: Tres.

F2: Ah, bueno.

M2: ¿Cuántos hay?

MO: Desodorante, el Shampoo, Zucaritas, Bloqueador solar.
M2: Bloqueador solar también es útil.
F2: ¿Bloqueador solar?
F3: Shampoo, y desodorante.
M2: Si, toca comprar...
F1: Bloqueador bueno es caro. Yo compro un bloqueador bueno y es caro. ¡Exacto!
M2: El bloqueador va primero.
F2: ¿El bloqueador?
M2: Si.
F2: ¿El desodorante segundo?
[Agreement]
M2: Shampoo y desodorante.
MO: ¿Bloqueador, Shampoo y?
F2: El shampoo sería una de las propuestas.
M2: El shampoo, el shampoo.
[Agreement]
MO: Entonces tenemos bloqueador, shampoo y...
F2: Desodorante.
F1: Desodorante.
MO: Ahora vamos a hacer una... una evaluación. Será bloqueador, Shampoo...
[Moderator writes results on the blackboard]

5. **Scaling of product characteristics on blackboard [22:00]**

MO: Listo. Ahora tenemos los tres productos que sean bloqueador, shampoo, desodorante. Y tenemos una escala de características utilitaristas y hedonistas. Y ahora cada uno de ustedes hace como una cruz y da un puntaje para el nivel percibido de utilitarismo o hedonismo de producto.
F2: ¿Entonces si va a ser hedonista... como así será?
MO: Por ejemplo, si tuviéramos papel higiénico pondría como hedonista una y utilitarista seis.
MO: U otro ejemplo... perfume... hedonista cinco, utilitarista dos.
F2: ¿Para cada uno?
MO: Sí.
F2: Los tres...
[Participants rate the product with respect to hedonistic and utilitarian characteristics on the blackboard]
MO: Listo. El Bloqueador tiene la menor diferencia entre características utilitaristas y hedonistas. El Shampoo tiene la mitad. Y el desodorante tiene la mayor diferencia entre las dos características. Entonces la base sería el bloqueador. Muchas gracias por su participación. ¡Que tengan un buen día!
[Applause]

Focus Group Discussion 2: Determination of Brand Names, Slogans and Product Packaging Design

Date: 10.12.2017

Time: 5:40 pm

Total focus group time: 45:32 minutes

Language: Spanish

Place: Chapinero Central, Bogotá, Colombia

Moderator (MO): Nadine Adriana Seiberle

Participants:

F1 = Female 1; M1 = Male 1; M2 = Male 2; M3 = Male 3; M4 = Male 4; M5 = Male 5

1. Introduction, Determination of Shape, Size and Color [00:00]

- MO: Ok, Buenos días. Gracias por su participación. Empezamos hoy con el diseño del producto y empezamos con la forma. Ustedes pueden discutir y si tienen preguntas me pueden preguntar en cualquier momento. ¿Ustedes piensan que las formas pueden resultar en diferentes evaluaciones con respecto a el país de ... el idioma de la marca o piensan que la forma no tiene impacto?
- M4: Si, si tiene un impacto.
- MO: ¿Un impacto?
- M4: ¿Relacionado al idioma?
- F1: No, el empaque, o sea, no sé.
- M4: ¿O el mensaje del idioma?
- F1: No, estamos hablando solo de la forma, ¿no cierto?
- MO: Si, eso viene después. ¿Piensan que la forma influye...el...la percepción relacionado al idioma o piensan que una forma es neutral?
- F1: La forma es neutral.
- M4: Es neutral, es como...sí
[Agreement]
- MO: Ok, entonces...sí es neutral pueden elegir uno de estos productos de estos diseños que quieren utilizar en el estudio.
[Showing the designs provided by a graphic designer]
- MO: Esto es el primero, segundo, tercero, cuarto, quinto, sí.
- M1: ¿El quinto tiene como una cajita que lo guarda, no cierto?
- M4: Y el segundo viene como en dos kilos.
- F1: Hmm...no sé.
- M4: Otra vez, por favor.
- M1: Si, el ultimo.
- M5: Si, yo también.
- MO: ¿El ultimo?
- M4: Yo también digo el ultimo
[Agreement]
- MO: ¿Sí? Entonces...
- M3: Yo lo que llegó primero. Con la forma...
- F1: El Segundo me parece. Es el que yo...
- MO: Ok, cada persona tiene una voz.
- M4: Sí.
- M3: Okay. Y la mayoría...
- M3: Okay.
- MO: Una, dos, tres, cuatro, cinco.
- M1: ¿Y el cuatro que es?
- F1: Es el tubito.
- MO: ¿Entonces, a quien le gusta más el primero? Uno, dos, dos.
¿Esta?
- F1: A mí.

MO: Es sola la forma. Sola la forma.
M4: ¿Ok, pero no serán dos formas diferentes?
M2: Vea, estamos hablando de la forma.
M4: ¿Ok, o sea no serían dos formas diferentes? ¿Como lo de afuera?
MO: [showing designs again] Esa, esa, esa, ¿esa o esa?
MO: ¿Ok, entonces sería esta?
F1: Mayoría da.
MO: M5, puedes diseñar como esa con esa. Estos dos. [M5 está diseñando]
MO: Solo como muy...
F1: No tiene que quedar perfecto.
MO: Aha, okay. Muy bien. Y ahora solo de información. ¿Cuantos mililitros tendrá el protector solar? Como para ilustrar como información...100, 200, ¿300?
M1: Para tener como una relación entorna.
F1: No sé.
M4: Serian pues cien...
F1: Si, cien mililitros.
M5: Si, es bien pequeño, ¿no? Cien es pequeño.
M1: Pues de la punta de vista colombiano, nos le gusta más pequeño, ¿no?
F1: No. Acá nos gusta...creo que 200 esta como bien.
M1: ¿Qué opinan?
M2: Yo siento como consumidor colombiano... es un buen tamaño para llevarse al viaje...
F1: Si 200 es como...
F1: Si, dura bastante.
M2: Y además en Colombia no hemos creado [Inaudible] Cartagena, Santa Marta...
F1: ¿Si, 150? 200?
[Agreement]
F1: 200.
MO: [talking to M5] Listo. Puedes escribir abajo... después ordenamos si...200 mililitros. Y ahora el color. ¿Ustedes piensan que el olor...¿ah color puede evocar connotaciones con un idioma o es neutral?
F1: ¿El color?
F1: Sí, creo que sí. Lo que tu decías los colores parecidas a las banderas que usamos. Como el rojo obviamente nos va a llevar... Pero todas formas...
M5: Pero depende de cómo están organizados mas bien.
M1: Pues si son así ordenados como la bandera...
M5: Con el azul, rojo puede ser...inglés.
M1: ¿O sea que está relacionado con el inglés o solo el país?
MO: Solo al idioma.
F1: Creo que sí, si es muy explícito, si se puede.
MO: En un sentido más largo también el país está asociado.
F1: O si no, no la verdad.
M2: Yo pienso que igual va a ser...
F1: Si, si esto es la intención de los colores.
MO: ¿Qué color tendría para el producto?
M2: ¿Es blanco o amarillo?
F1: Pues, póngale bien colorcito naranja.
MO: ¿Naranja? ¿Los dos? ¿Como el empaque y esto?
M2: ¿Es un protector solar?
MO: No, es solo un Mock-up.
F1: El mío es azul. Entonces naranja si...y la caja...no sé. ¿Blanca sí?
[Agreement]

2. FPS Factor and additional Information on Packaging [09:00]

MO: La próxima pregunta es: ¿Que es el factor SPF del protector? Algo que es buena para la investigación, que no es algo como exagerado. Algo que es como un factor que demuestra como la demanda de la mayoría de la gente
F1: La mayoría de la gente siempre compra lo de sesenta.

M3: Yo diría cien.
M5: Si, ochenta.
F1: ¿Cien? Yo le puso cien.
[Agreement]
MO: ¿Cien? Ok.
MO: ¿Ahora, que otras características quieren en el empaque? Por ejemplo, quieren que tiene un logo, una ilustración o menciona si es protección UVA o UVB. O piensan en otras cosas.
F1: ¿Para la información que debería ser en la caja?
M5: Para los dos.
F1: ¿Para los dos?
MO: La información que esta percibido como neutral. ¿Es como no asocian mucha información con un país y poca información con otro?
All: ¡NO!
MO: Ok, entonces lo dejamos neutral. Ähm... ¿Y una ilustración o un logo?
[Agreement]
MO: ¿Sí? Ok, entonces cada persona puede pensar en algo y hacer un pequeño dibujo y después discutamos que vamos a utilizar.
F1: ¿Que le ponemos el logo?
MO: Cada puede pensar y después...
[Participants draw Logos]
MO: ¿Ya terminaron?
[Agreement]
MO: Ok, entonces cada persona puede mostrar su diseño al grupo y van a discutir que va a ser lo más adecuado.
[Participants show each other their Logos]
M1: Esto son unas nubes ahí. La chica tomando el sol. Es como interpretando el sol con una ventana.
F1: Yo hice una sombrilla, pero la sombrilla más fea del mundo.
F1: Hice una sombrilla. ¿Y tú que hiciste? ¿Un paisaje?
M4: Es un sol bastante cálido.
F1: ¿Y tenemos que elegir uno?
MO: Si, tienen que discutir que sería el más adecuado.
M1: Pues, yo pienso el sol esta arriba.
F1: Si, se puede perfeccionar. La pasamos al experto.
M4: ¿Lo que no entendía...era entre el sol y qué?
M3: Una persona.
M4: Una persona. Ah ok.
M3: De hecho, todos son...aparte de... bueno esto también es una barrera
MO: Si, también pueden mezclar diseños.
F1: ¿Pero entonces...que quieren? ¿La extraña? La...
M5: Se ve bonito.
M2: Si, algo así con la sombrilla...
F1: Ok listo.
[Agreement]
MO: Ok. ¿La sombrilla? Si, puedes diseñar en el empaque...una sombrilla como lo pensaron.
F1: El...ahora lo pasamos al diseñador.

3. Typography [21:00]

MO: Si quieren, ustedes ya pueden a mirar la tipografía. Es la última hoja. De pronto pueden elegir una para la marca y otra para las descripciones del producto.
M3: Okay.
[Group discusses design of M5]
F1: ¿La tipografía?
MO: Si. Aquí pueden elegir que la marca tiene algo muy particular y el resto algo simple.
F1: La cuarta esta chimbita.
M5: ¿La Calibri?
F1: Es que si es más bonito.
[Group looks at Typographies]

F1: ¡Forte! ¡Yo voto por la Forte!
M2: ¡Yo por el Mezzo!
M1: Yo voto por la Forte, aunque no me gusta mucho la T. O no sé el P me gusta más de Protector de Bauhaus y el solar de Forte. Y la o como [Inaudible] y ponerlo por la parte de protectores...
F1: Muy complejo, muy complejo.
MO: La cosa es... en la segunda parte de discusiones ustedes van a inventar un nombre. Entonces
F1: ¡Exacto! El nombre del producto no es eso. La marca no va a ser así. Me parece que la porta tiene...como esa cosa que es media pintada. No se siente tan...
M3: ¿Y cuál es?
MO: Los dos más populares son Bauhaus y Forte. ¿Entonces quien para Bauhaus para la marca? [counting votes]
Ok, uno, ¿dos... y Forte? Tres y dos.
M3: Esta en tus manos la decisión, M5.
M5: Entonces dos, la Bauhaus.
MO: Ok, entonces gana Bauhaus para la marca. ¿Y la descripción del producto? ¿Algo un poco más neutral? Eeeh
F1: Si, porque tienen las A's iguales. Tocaría...o sea si es la marca tocaría quedar igual. No puede ser la...pero si esa aguanta.
MO: ¿Todos están de acuerdo?
[Agreement]
MO: Ok, sí. Entonces, diseñador puedes poner marca Bauhaus93.
M5: Escribo la marca...
MO: Si, cuales escogimos, sí.
M5: Okay.

4. Determination of Spanish and English Brand Names [27:40]

MO: Okay, ahora la segunda parte. Ustedes van a determinar un nombre para un producto.
M3: Okay.
MO: Y pueden ver en la hoja informativa en la segunda página...que debe ser un nombre que tiene un significado semántico, significa que es algo que está por ejemplo en el diccionario. Es un nombre que...por ejemplo árbol que se puede traducir al inglés, pero no debe ser el mismo nombre.
F1: Okay.
MO: Por ejemplo, si, unas palabras son similares. Debe ser algo distinto, pero debe evocar mismas sensaciones al producto. Debe tener algo...una relación con el producto y si... cada uno piensa como cinco minutos en al menos un nombre o muchos y les puede escribir. Y después discutimos.
F1: Okay.
MO: Y todavía no debe existir. Por ejemplo, sol o banana boat.
F1: Okay.
MO: Y no debe ser un nombre inventado sino debe tener un significado, por ejemplo, si...árbol, cama...pero con connotación al producto.
[Agreement]
F1: Listo.
[Participants think about Brand names]
MO: ¿Todos tienen?
F1: Yo ya acabé.
M1: ¿Es una opción?
F1: Una opción.
M1: ¿Cuál es tu opción?
F1: Ah no pues... [Inaudible]. Ah no pues...como el logo es una sombrillita... entonces pues le puse Solbrilla.
MO: Si.
F1: Si, puede ser. Pues a mí me parece que es chévere porque el protector... gracias al protector uno puede estar en el sol. Entonces pues que chévere que este el sol pero que chévere que esté protegido. ¿Y el otro nombre es qué?
MO: ¿Qué más hay?
M1: Yo tengo Anti-radiación.
M1: Por lo que pensamos...
M3: Yo tengo unos también Apocalípticos. El otro se llama El bloque. Y el otro se llama Chingue

F1: ¿Chingue? Listo. ¿A quién le toca?
 M2: Yo. Ciaonube, Sombravida el otro perdió.
 M1: A mí me gusta Chingue. Es chévere, ¿no?
 F1: A mí me gusta El bloque.
 M2: me gusta Anti-radiación.
 F1: Bloque es como una...Chingua es como un traje de valle.
 M1: Como Chingue es muy colombiano.
 M2: Si, es algo super colombiano.
 MO: ¿Ok, entonces cuales son los tres favoritos?
 M1: Esta Chingue, El bloque...y Anti-radiación.
 M2: Anti-radiación.
 M3: Pero uh esta. Ciao nube
 F1: Pero que no digamos tres finalistas. O sea, El bloque...
 M4: El Bloque...
 M4: A ver cuáles son: El Bloque si...y Anti-radiación.
 M3: O sea por el logo esta...
 M4: ¿Solbrilla?
 M3: Solbrilla.
 F1: Si, es Solbrilla. Ese es más explícito y también es...
 M1: ¿Cual? Solbrilla?
 F1: Ok seria entre los tres: El Bloque, Solbrilla y Chingue. Listo. Nino, por cual votas?
 M1: Solbrilla.
 F1: M4, ¿por cuál votas?
 M4: Solbrilla.
 F1: M2, ¿por qué votas?
 M2: Ya me parece... Solbrilla.
 F1: Ai, yo voto por El bloque.
 F1: Ok, siguiente paso, Solbrilla.
 MO: ¿Ehm...traducción al inglés?
 F1: Sunshine...
 M3: Si, es Sunshine. Pero es que un umbrella no es. Sunshinebrella.
 F1: Sunshinebrella.
 M1: Sunbrella
 M2: ¿Pero es que...en español que sería?
 M4: Pero tiene que ser en el otro idioma también en el diccionario.
 MO: Si, de una, si una...aquí es sol = sun; brilla = shining; Shining sun
 F1: Sunshine.
 M2: ¿Ya existe?
 F1: no sé.
 M4: Es igual. Sunshine es como...
 F1: ¿Si, existe? ¿No?
 M2: ¿Que? Sunshine?
 F1: Pues igual tiene la misma intención [Inaudible]
 M1: Si, claro.
 M2: Si, cambia. Eso
 F1: Pero pues la misma pasaría con todos los demás. O sea, la misma con el Chingue, la misma con El Bloque.
 M1: The Rock.
 F1: Si the Rock, pero no tiene nada que ver con...no es como El Bloque. Pero pues Sunshine no es tan mal, ¿no?
 La traducción al inglés es sunshine. Listo, la sombrilla...solo va a ser una chimba...más chimba en español.
 M4: Sunshine.
 MO: ¿Sunshine? ¿Evoca las mismas sensaciones más o menos? Solbrilla o Sunshine? ¿O algo es más fuerte?
 M1: ¿Por qué no es Solshine o Sunshining?
 MO: Shining sun or Sunshine.
 M1: Ok Sunshine.
 MO: ¿Sunshine? Solbrilla y Sunshine. ¿Todos de acuerdo?
 [Agreement]

5. Determination of Slogans in Spanish and English [40:20]

- MO: Ok, y por ultima un slogan o una descripción. Por ejemplo, si sería un shampoo por ejemplo...el shampoo que te hace tu pelo más brillante sería como una descripción o...Entonces si...cada persona piensa otra vez en un slogan o una descripción de que piensa es lo más adecuada en español y después lo traducimos.
- F1: Okay.
- M1: Me encanta.
- F1: Pues, no sé. Creo que es más fácil en lugar de que todos escribamos un slogan podemos discutir.
- MO: Si.
- F1: Si, porque es muy difícil.
- MO: Si, pueden...
- F1: Pero pues a mí me parece que el objetivo de este trabajo puede ser como...no como...no podría ser como...o sea la idea del slogan es vale la pena o sea que cuando haya sol no tengas miedo o sea es como que chimba el sol...que tengas Solbrilla...o algo así me parece que podría ser el objetivo del slogan. Como algo así que chimba que haya sol.
- M3: Pero puede ser este: Solbrilla – sal al sol.
- F1: Si algo así...pero más...el sol me parece...
- F1: Si como no tengas miedo al sol, no tengas miedo al sol
- F1: O algo así si estas afuera...solbrilla o no se...es muy difícil encontrar un slogan.
- M2: ¡Solbrilla para todos! ¡O sea, no temes el sol! ¡Como el sol les tiene miedo!
- M5: El Solbrilla para todos me parece bien.
- F1: ¿Sí? El Solbrilla para todos. Si me gusta ese.
- M4: El Solbrilla para todos.
- F1: Si esta está muy chévere. Pero ya queremos trabajar en el comercial. No, Solbrilla para todos me gusta.
- MO: ¿A todos?
[Agreement]
- F1: Y Sunshine for everyone! Si, si aguantan. Ya creo crear ya mi bloqueador.
- MO: Ok, entonces sí, ya lo tenemos.
- M2: ¿En Ingles?
- MO: Ehm...Sunshine for everyone! ¡Y en español Solbrilla para todos! Entonces lo tenemos. Muchas gracias por su participación.