

**ANEXO 4**

**ENTREVISTAS DE PROFUNDIDAD**

## ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD

**Nombre de la empresa:** CRN Publicidad

**Tiempo que lleva operando:** 6 años

**Número de empleados:** 5

**Nombre:** Jorge Roldán Arizmendi

Buenos Días!!!. Somos estudiantes de la carrera en Administración de Empresas de la Universidad de las Américas Puebla, y venimos a pedirle su apoyo para contestar una entrevista de profundidad, misma que será de gran utilidad para la realización de un trabajo final de la materia de Mercadotecnia.

### **1. ¿Cuáles son las principales actividades que lleva a cabo la empresa?**

Serigrafía en artículos promocionales y el estampado de transfer en prendas de vestir, principalmente playeras.

### **2. ¿Qué línea de productos maneja?**

En cuanto a artículos de publicidad manejamos: plumas, encendedores, reglas, llaveros, etc.; es decir, lo que nos pida el cliente.

En el estampado, es el transfer, que son las playeras, que es también un mercado importante. Yo compro el estampado en EU y aquí es donde imprimo los diseños.

### **3. En relación con el artículo o producto donde estampan, utilizan una sola calidad o varias?**

Dos tipos dependiendo de lo que quiera el cliente; es decir, generalmente manejamos una playera y otra más delgada, de acuerdo a lo que esté dispuesto a pagar. En el caso de las playeras, las marcas que más utilizamos son: Yazbek, Optima, y M&O.

### **4. En cuanto al estampado mismo, utilizan solamente un tipo de calidad o diferentes para la realización del estampado?**

Utilizamos únicamente una sola calidad en tinta, la mejor.

## **5. ¿Ofrece garantías a sus clientes?**

Sí, por ejemplo, puede haber el defecto de la playera y el del estampado. Cualquiera de los dos yo los absorbo porque si veo un defecto de la playera, voy con mi proveedor y me la cambia.

Y el estampado, si sale mal, pues no puedo ir a EU y decir: sabes qué me falló éste; voy juntando y al último les digo que me salieron mal por ejemplo 20 y ellos (EU), me dicen: sabes qué, te regalo 40. Es como una cadena, que no hay que romper ya que como re responden yo respondo.

El tiempo que doy de garantía en el estampado, cuando yo sepa que es por mi culpa, es de 5 años. Si es defecto que yo sé que fue por culpa del cliente; no doy garantía, pero por ejemplo, mucha gente me dice que salió mal, pero en realidad ellos la echaron a perder, pero no importa, cuesta \$100 pesos la playera, págame la mitad, para que también estén contentos y no perder a ese cliente. Esto lo hago como una estrategia para comercializar más, para vender más.

## **6. ¿La venta de sus productos es únicamente en la Cd. de Puebla?**

No. Bueno las playeras, así con el transfer es en: Puebla, Tabasco, Querétaro, León, Cuernavaca, Aguascalientes y Guadalajara.

De artículos de publicidad en: Puebla (por supuesto), Huatulco, Cancún, Puerto Vallarta y a veces en Veracruz, pero ahí hay mucha competencia porque como está tan cerca de Puebla y en Puebla hay mucha gente que hace estampado, entonces no es tan bueno.

## **7. ¿Qué canales utiliza para la distribución de sus productos?**

Nosotros les vendemos directamente a nuestros clientes; en cuanto los clientes foráneos utilizamos como medio de transporte el servicio privado y el público como: DHL, UPS, Estafeta o Estrella Blanca, que es por paquetería. Depende si por ejemplo, es un pedido grande, pues conviene irse la camioneta, pero si es un pedido de 200, 300 playeras, es más fácil mandar una caja por DHL o Estafeta y llega en 4 ó 5 días.

## **8. ¿Realiza actividades de publicidad?**

Por televisión pero no pagada. A veces en las ferias, TV Azteca hace una propaganda de esa feria, entonces hablas con los que van a ir o te relacionas con el que va a hacer la publicidad y le hablas para que vengan a hacerte un reportaje o algo así y les regalas playeras o lo que te pidan, para que también vayan motivados.

También, a veces nos hemos puesto en revistas de aquí de Puebla, del tipo que realizan los jóvenes en las Universidades.

## **9. ¿Cómo establece el precio de sus productos?**

Por volumen y dependiendo de los costos, ya que no es lo mismo vender a una tienda de aquí de Puebla que a Huatulco o Cancún porque tienes que meter entre todas las piezas, dividirle el transporte; entonces cambia respecto al lugar donde se está vendiendo.

## **10. ¿Maneja algún programa de descuento por volumen?**

Bueno, el descuento se le hace al cliente dependiendo del volumen. Por ejemplo, lo mínimo de pluma a imprimir son 100, pero por ejemplo, no es lo mismo pagar 100 plumas a pagar 1,000 o a pagar 10,000.

Así por ejemplo, en una cantidad de 100 plumas, cada una vale \$7 pesos, pero en 10,000, a lo mejor vale \$3.50. Eso es en cuestión de artículos de promoción y publicidad.

En cuestión de playeras por ejemplo, si alguien compra 4 ó 5, se les motiva para que compren otra a mitad de precio. Por ejemplo, hay familias enteras que van y compran 15 playeras, y de promoción se les da 2 ó 3 regaladas, dependiendo.

## **11. ¿Qué políticas de venta lleva a cabo? (Número de piezas mínimo, tiempos de entrega, etc.)**

Pues aquí entra el volumen, por ejemplo, si me compras 100, pues el precio es base, pero si me compras 200, pues a lo mejor baja el 2%, y así, entre más compren no baja en en precio, sino porcentaje.

También el precio puede variar dependiendo del tiempo de entrega porque debes de trabajar más, debes poner dos turnos. Si son muchos artículos pues sí le cobras más pero si son pocos no conviene porque te echas en contra al cliente.

Cuando son volúmenes grandes, a lo mejor te voy a cobrar \$1,000 pesos más porque tengo que pagarle a mis trabajadores por el tiempo de entrega.

**12. ¿Qué políticas de pago lleva a cabo? (Crédito, contado, efectivo, cheque, etc)**

En las ferias es efectivo, si es menudeo, es efectivo. Si es mayoreo, dentro del mes que se está, y si es por ejemplo una empresa de Puebla, pues depende de las políticas de cada empresa, ya que por ejemplo, algunas pagan a 30 días y pues, respetamos las políticas de la empresa.

También si es mucho volumen, pedimos un 50% de anticipo, pero hay algunas empresas que no lo dan porque su política es pagar hasta que reciben la mercancía.

**13. ¿Qué margen de utilidad maneja?**

En promedio un 25%. En las playeras es el 35% y en artículos de promoción el 20 ó 27%; más o menos es el 25% en promedio.

**14. ¿Tiene algún perfil de clientes? (tipos de clientes en específico)**

Si, en el caso del estampado son: los niños, hombres y mujeres de todas las edades. En el caso de los productos promocionales son en general, las empresas.

**15. ¿Cuenta con alguna base de datos o un registro para clasificar a sus clientes?**

Si, los distingo primero por ciudad y después por volumen de compra; por ejemplo, en Puebla mi mejor cliente es *Africam Safari*, después empresas más chicas que van por rango de piezas.

**16. ¿Además de su mercado actual, piensa usted abarcar otro tipo de clientes?**

Pues básicamente me gustaría venderle a empresas grandes, por ejemplo Coca Cola, que aunque es un poco difícil ser proveedor de ellos no quito el dedo del renglón para poder lograrlo.

**17. ¿Cuál cree que sean las principales fortalezas y debilidades de su empresa o del sector del estampado?**

Fortalezas por ejemplo es la calidad y el servicio que nosotros damos a nuestros clientes; y una debilidad por ejemplo, es la falta de gente, o sea de gente confiable, porque hemos tratado de meter gente y crecer, pero no nos responden.

Por ejemplo, hay empresas que necesitan un personal capacitado, yo no tanto debido a lo sencillo del trabajo; lo que yo necesito es personal de confianza.

**18. ¿Cuáles considera que son las amenazas y oportunidades para el sector o tu empresa?**

Bueno, una amenaza es la competencia por supuesto, otra es el medio económico o sistema económico que tenemos en México, yo ahorita que estoy comprando el transfer en EU, a lo mejor el precio me sube al doble, entonces ya no soy tan competitivo.

En cuanto a oportunidades yo veo que es un mercado muy amplio, y como ya les había comentado anteriormente, pienso abarcar empresas más grandes; lo cual para mí representa una oportunidad.

**19. ¿Qué importancia tiene para usted la mercadotecnia?**

Mucha importancia. A lo mejor no abarco todo lo que es mercadotecnia, pero como que tienes una base de ella para impulsar tu negocio.

**20. ¿Cuenta con algún departamento o personal dedicado a la mercadotecnia?**

Cuento con una dirección general, departamento de compras y contabilidad, departamento de producción y departamento comercial y ventas; dentro de este departamento de comercial y ventas, está mercadotecnia.

Esto a lo mejor lo hacemos 5 personas, parece muy sofisticado, pero lo que pasa es que en la dirección general a veces estoy yo o mi papá, por ejemplo, en el departamento comercial a veces yo tengo que vender o a veces me meto a la computadora a diseñar.

**21. ¿Lleva a cabo un plan de mercadotecnia?**

No, así tal cual no, incluyo aspectos del plan, pero no de una manera formal.

## **ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD**

**Nombre de la empresa:** Powertex S.A. de C.V.

**Tiempo que lleva operando:** 16 años

**Número de empleados:** 20

**Nombre:** Salim Tanus Taja

Buenos Días!!!. Somos estudiantes de la carrera en Administración de Empresas de la Universidad de las Américas Puebla, y venimos a pedirle su apoyo para contestar una entrevista de profundidad, misma que será de gran utilidad para la realización de un trabajo final de la materia de Mercadotecnia.

### **PRODUCTO**

**1. ¿Cuáles son las principales actividades que lleva a cabo la empresa?**

Fabricamos playeras, las estampamos y las vendemos.

**2. ¿Qué línea de productos maneja?**

Solamente playeras en diversos estilos, por ejemplo con cuello polo, cuello redondo y cuello en “V”, y luego estampamos para el producto del mercado general o para alguna institución o el gobierno.

**3. En relación con el artículo o producto donde estampan, utilizan una sola calidad o varias?**

Varias calidades de playeras en estilos, usamos dos telas: una que es de interloc y otra que es de chifón; la de interloc es más gruesa que la de chifón, por lo que la hace ser de mejor calidad.

**4. En cuanto al estampado mismo, utilizan solamente un tipo de calidad o diferentes para la realización del estampado?**

Usamos dos calidades; una es tinta de aceite y otra es ahulada. La ahulada es más gruesa donde se tiene que secar con una plancha de calor para entiesar y secar, y la de aceite, la usamos y la secamos con un horno de alta densidad para secar la prenda.

**5. ¿Ofrece garantías a sus clientes?**

Si, siempre que haya algún defecto ya sea en la playera o en el estampado, se les pide que regresen la mercancía defectuosa y se les cambia o bien, se les descuenta de su pedido, siempre y cuando el tiempo de reclamo no exceda de 1 año.

**6. ¿La venta de sus productos es únicamente en la Cd. de Puebla?**

No, también vendemos en toda la República Mexicana, principalmente en el D.F, ya que es donde está el mercado más grande.

**7. ¿Qué canales utiliza para la distribución de sus productos?**

El canal es directo; no tenemos intermediarios. En cuanto al transporte; usamos el servicio de fletes, porque cuando teníamos una camioneta privada, nos robaban muy seguido, ya que desgraciadamente la delincuencia en México está muy alta, entonces ahora usamos una fletera, pagas tu seguro de fletes y la entregan directamente al cliente.

**8. ¿Realiza actividades de publicidad?**

Cada año nos anunciamos en la sección amarilla. Pero en general nuestra publicidad se va haciendo de boca en boca o yendo personalmente con los gerentes de las tiendas.

**9. ¿Cómo establece el precio de sus productos?**

Sacando un costo, muchas veces tienes que mediar cómo anda la competencia, porque tú sacas la utilidad que quieres y cuando sales, la competencia te la tira, ya sea porque la competencia sea de importaciones.

También por ejemplo, cuando vendemos fuera de Puebla, el costo de los productos aumenta un poco por el servicio de flete.



**10. ¿Maneja algún programa de descuento por volumen?**

Generalmente sí, a mayor volumen, mejor precio. La mayoría de las veces los descuentos los hacemos cuando el cliente compra al mayoreo, que vienen siendo 10 docenas (1,200 playeras) ya que nuestros clientes principales son empresas de autoservicio.

**11. ¿Qué políticas de venta lleva a cabo? (Número de piezas mínimo, tiempos de entrega, etc)**

Cuando por ejemplo te hacen un pedido de emergencia, sí les tienes que aumentar el precio un poquito más, pero en realidad, generalmente a nuestros clientes les decimos que nos hagan su pedido con quince días mínimo de anticipación para que así, su pedido esté a tiempo, en el día establecido y en perfectas condiciones.

**12. ¿Qué políticas de pago lleva a cabo? (Crédito, contado, efectivo, cheque, etc)**

Nosotros trabajamos 50% de anticipo y el resto al entregar la mercancía; esto es cuando se trata de instituciones o dependencias, escuelas, pedidos especiales, etc.

Pero cuando se trata de las tiendas de autoservicio u otra empresa, damos 90 días de crédito porque es así como ellos establecen sus políticas de pago.

**13. ¿Qué margen de utilidad maneja?**

Nosotros tratamos de manejar un 30% para que sea más redituable, pero en el mayoreo nos vamos con el 12 ó 15%.

**14. ¿Tiene algún perfil de clientes? (tipos de clientes en específico)**

Las tiendas de autoservicio son los mejores clientes, es el perfil que tratamos de tener.

**15. ¿Cuenta con alguna base de datos o un registro para clasificar a sus clientes?**

Si, los clasificamos por volumen de compra y obviamente por ciudad, para así tener un mejor control de ellos.

**16. ¿Además de su mercado actual, piensa usted abarcar otro tipo de clientes?**

Nos gustaría, pero como está la situación económica, es muy difícil abarcar otros clientes.

**17. ¿Cuál cree que sean las principales fortalezas y debilidades de su empresa o del sector del estampado?**

Nuestra principal fortaleza es que contamos con la producción de la prenda y no dependemos de que te la venda otra persona. Otra fortaleza es la calidad que tenemos en nuestro estampado. Una debilidad muy fuerte podría ser la inestabilidad y el ausentismo del personal.

**18. ¿Cuáles considera que son las amenazas y oportunidades para el sector?**

Una amenaza son las empresas que prefieren comprar su mercancía en el mercado extranjero y no en el nacional, otra amenaza es el contrabando que entra y los bajos precios, además de la competencia tan fuerte que hay en este sector.

**19. ¿Qué importancia tiene para usted la mercadotecnia?**

Pues es muy importante porque te puedes dar cuenta de dónde y cómo desplazar tus productos, a qué clientes, etc.; pero a estas alturas, como ya tenemos establecidos a nuestros clientes, nada más es estar compitiendo.

**20. ¿Cuenta con algún departamento o personal dedicado a la mercadotecnia?**

No, pero más adelante yo espero contar por lo menos con una persona dedicada a todo lo que conlleva la mercadotecnia.

**21. ¿Lleva a cabo un plan de mercadotecnia?**

No, quizá lleve a cabo algunos conceptos básicos como todas las empresas, pero en realidad no llevo a cabo un plan formal.

## ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD

**Nombre de la empresa:** Deportes Castro

**Tiempo que lleva operando:** 1 año 9 meses

**Número de empleados:** 7

**Nombre:** José Luis Castro Castro

Buenos Días!!! Somos estudiantes de la carrera en Administración de Empresas de la Universidad de las Américas Puebla; y venimos a pedirle su apoyo para contestar una entrevista de profundidad; misma que será de gran utilidad para la realización de un trabajo final de la materia de Mercadotecnia.

### **1. Cuales son las principales actividades que lleva a cabo la empresa?**

Las principales actividades que se llevan a cabo en esta empresa son dos: el bordado en prendas y el estampado textil.

### **2. Qué línea de productos maneja?**

En relación con el bordado; este lo hacemos principalmente en gorras, mandiles, camisas, servilletas, chamarras, etc. Y el estampado en camisas, mandiles, calcomanías, etc. Cualquier prenda que el cliente nos solicite ya sea bordada o estampada.

En playeras son de la marca optima, hanes, moyel, bsa. Hilos de bordado rapos, fufus, royal. Y en estampados es tinta textil, vinil, policat, cartel.

### **3. En relación con el artículo o producto donde estampan, utilizan una sola calidad o varias?**

Manejamos varias calidades de playeras dependiendo de lo que el clientes nos pida, nosotros se lo hacemos.

**4. En cuanto al estampado mismo, utilizan solamente un tipo de calidad o diferentes para la realización del estampado?**

Es una sola calidad ya que utilizamos únicamente un solo tipo de tinta, de la marca SANCHEZ que consideramos que es la mejor y que hasta este momento nos ha resultado excelente

**5. Ofrece garantías a sus clientes?**

Claro que ofrecemos garantías, lo cual nos ha dejado clientes satisfechos. Tratamos de inspeccionar siempre todos los productos que entregamos, pero en el caso de que la playera tenga algún defecto lo cambiamos inmediatamente, así mismo si hubo algún error con la impresión del estampado. Damos una garantía de 1 año y medio como máximo.

**6. La venta de sus productos es únicamente en la cd. de Puebla?**

Sí, únicamente aquí en Puebla.

**7. ¿Qué canales utiliza para la distribución de sus productos?**

Hasta este momento no hemos tenido la necesidad de contratar personal para que nos ayuden a distribuir o comercializar nuestros productos. Así que lo hacemos directamente a nuestros clientes.

**8. ¿Realiza actividades de publicidad?**

No. Lo que hemos hecho algunas veces es entregar volantes para que la gente nos conozca más.

**9. ¿Cómo establece el precio de sus productos?**

Aparte de los costos que incluye el proceso, también depende del número de tintas que lleve el estampado y en que color de prenda se realizará el diseño, ya que si el cliente lo requiere en colores oscuros sube un poquito más el precio a que si lo necesita en una prenda de color claro.

**10. ¿Maneja algún programa de descuento por volumen?**

Si se maneja un descuento a partir de 100 prendas en adelante. Y así dependiendo del volumen que se estampe. Entre más piezas nos compren más descuento le hacemos al cliente.

**11. ¿Qué políticas de venta lleva a cabo?**

El mínimo de prendas a estampar es de 12, el tiempo de entrega es de 3 a 4 d\_s dependiendo del volumen a estampar.

**12. ¿Qué políticas de pago lleva a cabo?**

Nosotros nos adaptamos a lo que el cliente nos pida, hay quienes clientes tienen crédito, aunque la mayoría pagan de contado porque ellos así lo prefieren. Y pueden hacer su pago ya sea en cheque de cualquier banco o efectivo.

**13. ¿Qué margen de utilidad maneja?**

Un 100 % de margen

**14. ¿Tiene algún perfil de clientes?**

No los tenemos bien identificados hasta este momento.

**15. ¿Cuenta con alguna base de datos o un registro para clasificar a sus clientes?**

Los categorizamos en cuanto a: tipo de productos que le compran, clientes temporales, volumen de ventas, etc.

**16. Además de su mercado actual, piensa usted abarcar otro tipo de clientes?**

Así es, pretendemos entrar en las Empresas de gobierno.

**17.Cuál cree que sean las principales fortalezas y debilidades de su empresa?**

Nuestra fortaleza es la calidad de nuestros productos, debilidades pues si se puede considerar, que el capital es poco

**18. Cuáles considera que son amenazas y oportunidades para su empresa?**

Oportunidades son las que nuestros clientes van generando con la calidad de nuestros productos y amenazas, no creemos tener

**19. ¿Qué importancia tiene para usted la mercadotecnia?**

Mucha, por que es la que nos ayuda a desplazar nuestros productos y nos da a conocer

**20. ¿Cuenta con algún departamento o personal dedicado a la mercadotecnia?**

No.

**21. ¿Estaría dispuesto a invertir en mercadotecnia?**

Claro que sí.

**22. ¿Lleva a cabo un plan de mercadotecnia?**

Hasta ahorita no hemos tenido necesidad, por la falta de equipo.