

#### Mercado

consumidores:

Distroller es una marca mexicana generadora de ideas, diseños y contenidos, fundada por la diseñadora Amparo Serrano en el año 2004. Es conocida por las líneas de juguetes de nombre "Neonatos", "Chamoy y Amiguis", y reconocida por su representativa frase e imagen de "Virgencita plis cuídame mucho" así como su comunicación rebelde e innovadora, con una característica imagen gráfica exageradamente colorida. Distroller es

un mindset, un estilo de vida que invita a reírse de uno mismo y a ver la vida

Distroller ha desarrollado varios modelos de negocio con el fin de ofrecer productos de calidad a cada uno de sus

**Retail-** 15 tiendas propias y 12 store-in-store dentro de "El Palacio de Hierro" en México, una franquicia y 30 store-in-store en Colombia, franquicia en Perú y Ecuador con tres localidades diferentes.

Licensing- a través de más de 40 licenciatarios de distintas categorías, los diseños de Distroller aparecen en productos de consumo para distribución nacional e internacional. A través de la asociación con marcas líderes en el mercado, Distroller logra asegurar un continuo posicionamiento de la marca y desarrollar productos de excelente calidad accesibles para todos los mercados.

Wholesale- Distroller actualmente vende en forma directa la línea de muñecas "Chamoy y Amiguis" en Liverpool, Walmart y Juguetrón,

borns. Todos estos modelos son afianzados a través de una estrategia integral de social media y comunicación.

# Historia

La marca y productos Distroller fueron creados en 2004 por Amparo Serrano (mejor conocida como Amparín), siendo su primer personaje Dr. Chui, capaz de curar los males del alma con pócimas de chamoy y otros dulces extra ácidos. Sin embargo, la acidez de los dulces era tal que "destruía" la flora intestinal y nunca pudieron salir a la venta, aunque sirvieron para institucionalizar la marca Distroller. En 2005 abren la primera tienda de la empresa y cierran el 2006 con seis tiendas adicionales.

A partir de entonces, Distroller ha seguido creciendo hasta convertirse en una marca totalmente identificable, y preferida por los pequeños consumidores.

**Producto** Virgencita Plis. La Virgen es la imagen más representativa de la marca. Generosa y colorida, brinda

protección constante. Todas las

Neonatos. Pequeñas y

afelpadas criaturas que lle-

representaciones de la Virgen son creaciones gráficas propias de Amparín, en distintas formas y colores. Un tributo, con un distintivo diseño de Amparín, a la más querida Virgen mexicana. Cada pieza de Distroller está dedicada a pedir su ayuda o dar gracias por lo bueno

o lo complicado de la vida, siempre acompañada de mucho buen humor. También hay representaciones de ángeles y santos, dedicadas a pedir consejo y ayuda en diferentes situaciones de la vida.

los niños de México. Son tiernos y juguetones, alimentan la imaginación y son para toda la vida.

Chamoy y Amiguis. Ellos son los personajes más importantes de Distroller. Alumnos del Colegio de la Vela Perpetua, Chamoy y sus amiguis son, más que personajes, "personas" con historias, mascotas y traumas con las cuales cualquiera puede identificarse. Otros personajes son Hadas, Monstruos Antipesadillas, Rata Inmunda (Ex Men), Los Héroes del Planeta, Soy Luser, Gema Lupina, FX Papi y Tocino.

En Distroller se crea un personaje para cada situación o momento de la vida. Es por ello que la marca es capaz

de generar contenidos y diseño particular para cada producto, canal o asociación comercial.

## Logros

2007- Se abre formalmente el área de licencias siendo la primera de ellas "Scribe".

2008- Inicia el proyecto de store-in-store dentro de "El Palacio de Hierro", volviéndose la marca más vendida de la categoría niños.

> 2009- Distroller abre un nuevo concepto en retail: Distroller Butik en la Ciudad de México. Nace la línea de "Chamoy".

> 2010- Abre la primera tienda en Colombia e inicia con licencias en otras partes del mundo. Amparín es seleccionada como jurado en el premio Cartier Women's Iniciative Awards.

> 2011- Abre el primer Distroller Güorld. Amparín es vocera de campañas nacionales con BIC y Johnnie Walker. Cierra el año con más de

30 licencias entre las que figuran Converse, Pineda Covalin, Bic, Unilever, Panasonic, Pepsico y Bimbo, entre otras.

2012-12 store-in-store, 21 tiendas propias, 40 licencias, 750 mil fans en Facebook.

2013- Distroller inicia venta directa en canales masivos con la línea "Chamoy y amiguis". Llegan al millón de fans en Facebook





#### Desarrollos Recientes

y la cuna.

A finales del año Chamoy y Amiguis tendrá un lanzamiento significativo. Una colección de niñas bebés con todo lo necesario para cuidarlas, desde ropa y comida, hasta la carreola

Asimismo, Distroller lanzará a finales del año su primera colección de ropa y accesorios para venta en tiendas departamentales dirigida a bebés, niñas y júniors. Este mismo año lanzará en conjunto con Converse su segunda edición limitada.

En la actualidad,
Distroller desarrolla contenidos en versión audiovisual disponibles en
su canal de YouTube (youtube.com/distrollertube),
con historias divertidas y coloridas para toda la familia.

## **Promoción**

Distroller ha crecido de boca en boca. En sus inicios, la originalidad de la marca dio pie a un sinfín de comentarios; el público identificó rápidamente la línea gráfica en el diseño y la colorida y poco solemne imagen de la Virgen de Guadalupe.

El interés de los medios de comunicación ha sido sustantivo; existen muchas publicaciones con respecto a la marca, los personajes y, por supuesto, por la gran mente creadora de Distroller, Amparín. Asimismo, gracias al licenciamiento de la marca, ésta ha logrado tener presencia en casi todos los puntos del mercado de manera continua y contar con espacios preferentes dentro de las cadenas comerciales.

Existe una estrategia de relaciones públicas desde hace algunos años, pero no es sino hasta este 2013 que la marca lanza su primer comercial en medios masivos.

#### **Valores**

La misión de Distroller consiste en exploración constante nuevas fronteras de diseño mexicano, donde los productos más originales, coloridos y divertidos hablan por sí mismos, haciendo de la vida un lugar más amable y ligero para vivir. Su Visión con-

siste en crear pro-

ductos, diseños y conceptos basados en la filosofía de ver el lado extraordinario en lo ordinario, en el que todas las "especies" son bienvenidas y en el que la diversión es una materia obligatoria y que se cursa para siempre. Lo logran a través de un diseño original, colorido, 100 por ciento mexicano, cuidando cada detalle. Distroller no educa, sólo da su humilde opinión.

Sus valores son la pasión por la creatividad y originalidad: ser lo más novedoso del diseño, siempre yendo un paso adelante, es el motor de la marca. El uso del color en su máxima saturación inspira a la mente creativa detrás de todo lo que hacen con base en el folklore mexicano. La innovación, buscando siempre hacerlo mejor. El Trabajo en equipo, por lo que los llaman Distroller Famili. Trabajar en conjunto es una gran fortaleza de la marca. Entienden que todos son parte del mismo equipo, comparten esfuerzos y alcanzan metas.



La libertad de expresión, ya que creen que toda la gente tiene algo que decir.

La Proactividad, al considerar que no hay forma de ser excelente si no se da más del 100 por ciento en todo lo que se hace. Y la eficiencia, es decir, la capacidad de lograr un fin empleando los mejores medios posibles.

Además, en Distroller se destinan parte de las ganancias de cada producto a apoyar diferentes fundaciones. Es una convicción que los lleva a dar algo de regreso a la comunidad. Adicionalmente, la Fundación Amparo Serrano lleva a cabo proyectos enfocados en mejorar la calidad de vida de niñas de distintas instituciones, a través del baile, la música o la pintura.





# Cosas que usted no sabía sobre Distroller

- Distroller es una empresa mexicana y el director es estadounidense.
- En el equipo de diseño todos los integrantes tienen un apodo referente al ganado.
- El primer neonato vendido fue como regalo para un niño y lo hizo llorar.
- Existió un juego de mesa denominado "El Juego del Picudo" que únicamente vendió dos unidades de 5 mil ejemplares producidos.
- El equipo más sofisticado no es el Illustrator CS6, sino una hoja bond y un lápiz. Todos los diseños de la compañía son creados por Amparín a mano.
- Distroller dona un porcentaje de cada producto vendido a alguna de las fundaciones con las que está asociada.





