



En profundidad...
DESIGUAL



Desigual es una empresa española fundada en 1984 con sede en Barcelona encargada de vender ropa y accesorios para mujeres, hombres, niños con un estilo original, desenfadado y fácilmente reconocible. Actualmente cuenta con más de 250 establecimientos en todo el mundo y con una facturación anual de más de 500 millones de euros.

No se puede decir que los productos que venden tengan un precio muy asequible pero a los miles de fans de la marca parece que no les importa. Con una apuesta psicodélica y colorida y lemas como *La vida es Chula*, *Real Life* o *Better&Better* ha conseguido posicionarse entre una de las marcas más solicitadas en el sector de la moda.

La marca Desigual pretende diferenciarse de sus competidores no solo en el diseño, sino también en las **estrategias de marketing** que ha venido utilizando y que han sido fuertemente criticadas.

A continuación tienes algunas de las campañas que más críticas han recibido por parte de ciertos sectores de la sociedad.

Actividad 1. Campaña: #yomeatrevo 2014 (Fragancias)

Mira el vídeo de la campaña, lee la crítica de Carlos Miñana y opina.



Desigual debe haber entendido mal el concepto de ser diferente. Que las marcas deben ser diferentes para marcar distanciamiento con el resto, es un hecho. Cualquier profesor o alumno de Publicidad y Relaciones Públicas lo sabe.

¿A qué viene todo esto? Como supondréis, a la nueva campaña que ha lanzado la marca en la que no se les ha ocurrido otra "brillante" idea que la de regalar con sus colonias un vibrador. Sí, habéis leído bien. No entiendo esta estrategia que lleva la marca desde el año pasado,

Siempre digo que las marcas deben ser diferentes, más si cabe, en este mercado tan saturado de absolutamente todo. Para que los consumidores se fijen en ti debes marcar esas diferencias para crear el *engagement* que el consumidor final tanto añora y pide a gritos.

Pero, ¿realmente creen que regalando un vibrador marcarán lazos fuertes de unión con el consumidor? O, lo que es más importante, ¿qué valor añadido aporta? Enlazar colonia con vibradores es, cuanto menos, estafalaria.

En definitiva, creo que como viene siendo habitual en el último año, Desigual ha perdido el norte, teniéndolo todo a su favor para ser una marca potente está echándolo todo por la borda y realizando este tipo de estrategias con las que lo único que van a conseguir es que se hable mal de ella. Eso sí, indudablemente notoriedad está consiguiendo... pero que sea adecuado es otro cantar. Pan para hoy y hambre para mañana.



→ ¿Qué te parece este tipo de campaña publicitaria? ¿Ha habido algo similar en tu país con alguna marca o producto? ¿Deberían censurarse este tipo de iniciativas? ¿Por qué?

- Algunos críticos dijeron en su momento que este tipo de publicidad denigra a las mujeres... ¿A qué crees que se refieren? ¿Estás de acuerdo?
- Explica las siguientes palabras o expresiones extraídas del texto:

Pedir a gritos	Valor añadido	Estrafalaria	Perder el norte
Echar todo por la borda	Engagement	Es otro cantar	Pan para hoy, hambre para mañana



Actividad 2. Campaña: #tengounplan 2012

Mira los tres anuncios de la campaña de desigual #tengounplan, en la que la compañía presenta a tres mujeres que cuentan sus planes ante un espejo mientras se prueban diferentes prendas.

→ Antes de mirar los vídeos, mirad las imágenes e intentad hacer hipótesis...
 ¿Cuáles crees que son los “planes” de estas mujeres?



1.



2.



3.



→ Ahora que ya los has visto, ¿podrías resumir los “planes” de cada una de ellas? ¿Qué te parecen? ¿Crees que resumen el espíritu de la marca? ¿Por qué?

PLANES MUJER 1	PLANES MUJER 2	PLANES MUJER 3



¿Y tú qué opinas?

→ Un gran sector de la audiencia calificó a estos anuncios como machistas, mientras que otros dicen – curiosamente- todo lo contrario. Se creó una gran polémica en Twitte. Aquí tienes algunos de los comentarios. ¿Los comprendes?



¿Y tú qué piensas? ¿Qué imagen de la mujer están dejando ver? ¿Cómo es, en general, la imagen que se da de la mujer en la publicidad actual? ¿Crees que estas campañas son para tanto?

→ Hay que piensa que este tipo de campañas son positivas porque a veces es mejor “que hablen mal de ti a que no hablen”. ¿Estás de acuerdo?