



**Nombre de alumno: Francisco de Jesus Marto González.**

**Nombre del profesor: Cristina Carreri.**

**Nombre del trabajo: Ética y Mercadotecnia.**

**Materia: Mercadotecnia.**

**Grado: Quinto cuatrimestre.**

**Fecha: 13/04/2023**

- **Email enviado por Adidas en el Maratón de Boston.**

En 2017, Adidas cometió un enorme error al enviar un email a los participantes del Maratón de Boston. El asunto del mensaje decía: "Congrats, your survived the Boston Maraton!" que quería decir: "Felicitaciones, ¡sobreviviste al Maratón de Boston!"

A pesar de que la intención de la empresa era la de felicitar a las personas por completar el trayecto de la carrera, es imposible no recordar la tragedia de 2013, cuando una bomba mató a tres personas y dejó cerca de 260 heridos, entre las personas que acompañaban el evento.

El mensaje causó una gran incomodidad entre los participantes y muchos se sintieron ofendidos. La reacción en las redes sociales fue inevitable, ya que diversas personas publicaron mensajes en Twitter. Ante esa repercusión negativa, la empresa pidió disculpas por el envío del mensaje y demostró arrepentimiento.

En situaciones como esta, se debe actuar con rapidez para evitar que la repercusión negativa sea peor. Por eso, es importante oír lo que dice el cliente y admitir que errores ocurren, además de pedir las disculpas correspondientes por el incómodo ocasionado.

### **"¡Felicitaciones, sobreviviste a la maratón de Boston!": el desafortunado mensaje de Adidas**

Un correo enviado por Adidas está dando la vuelta al mundo y causando polémica por su contenido.

Los participantes de la Maratón de Boston han recibido en su correo electrónico las felicitaciones por parte de Adidas, luego de haber completado una de las carreras más importantes del mundo.

Hasta ahí, todo bien, de no mediar por el asunto del mensaje.

"¡Felicitaciones, sobreviviste a la maratón de Boston!", fue el desafortunado mensaje de la marca.

La Maratón de Boston es recordada por el brutal ataque terrorista que dejó como saldo tres muertos y 282 personas heridas luego de la explosión de ollas a presión y bombas de fabricación artesanal. De ahí lo desafortunado del mensaje de Adidas.

La marca, tras el estallido de críticas recibido en redes sociales, escribió un mensaje que publicó en sus distintos perfiles disculpándose por el hecho. "Lamentamos profundamente nuestro error", se puede leer.



- **Valla polémica en una campaña de Sony.**

En 2006, Sony creó una campaña para anunciar su PSP blanco. Para eso, esparció vallas publicitarias en las que una mujer negra era dominada por una mujer blanca al lado de frases como: "Play Station Portable White is coming", que quiere decir: "El Play Station Portatil blanco está llegando".

La reacción entre la comunidad de videojuegos de Estados Unidos fue inmediata, sin embargo, el debate se dividió. Había quienes acusasen a la empresa de racismo, pero otros lo entendieron como parte de la campaña de lanzamiento.

Sony, no obstante, no reconoció la campaña como racista y dijo que su intención era la de demostrar que el nuevo modelo era más poderoso que antiguo de color negro.

No cabe duda de que la forma de representar la evolución del producto no fue la más apropiada, ya que es necesario preocuparse cómo la campaña puede ser interpretada.

### **Sony retirará la polémica campaña de la PSP blanca**

La campaña holandesa ha recibido todo tipo de críticas.

La polémica campaña para anunciar la PSP Ceramic White en Holanda, en la que aparecían modelos de raza blanca y negra en actitud enfrentada, será retirada por Sony, según afirma el senador californiano Leland Yee.

La polémica campaña para anunciar la PSP Ceramic White en Holanda, en la que aparecían modelos de raza blanca y negra en actitud enfrentada, será retirada por Sony, según afirma el senador californiano Leland Yee. A pesar de que la compañía japonesa afirmó al respecto que "las más de 100 imágenes creadas para la campaña han sido diseñadas para mostrar el contraste entre los dos modelos de PSP, y no tienen ningún otro tipo de mensaje o propósito", varios colectivos han expresado su queja hacia esta campaña, entre ellos la Asociación Nacional para el Avance de la Gente de Color (National Association for the Advancement of Colored People o NAACP) de EE.UU., cuyo presidente, Rick Callender, comentó que "el intento de contrastar colores claramente ha creado controversia y provocado sentimientos de dolor en la comunidad global" por parte de Sony, y confía en que, en el futuro, se lo pensará varias veces a la hora de "determinar si [las campañas publicitarias] serán del gusto de los consumidores de todo el mundo."

Un portavoz de Sony comentó al respecto que, a pesar de haber recibido sólo una crítica sobre los anuncios procedente de Holanda, retirará la campaña y ha pedido disculpas a aquellos que se han sentido ofendidos por el anuncio.

[Inbox \(5525\)](#)



From: **adidas Running** >



To: [shannonv238@gmail.com](mailto:shannonv238@gmail.com) >

[Hide](#)

## Congrats, you survived the Boston Marathon!

Yesterday at 12:37 PM

[View this email online](#)



[MEN](#)

[WOMEN](#)

[KIDS](#)

[STORE FINDER](#)

