

LA CAMPAÑA

LA CASA DEL TACU TACU HA DESPERTADO POLÉMICA ENTRE LOS COMENTARISTAS DEL BLOG PUBLICIDAD Y MKT. CARLOS TRUJILLO, DIRECTOR DE LA AGENCIA MAYO, RESPONDE A LAS CRÍTICAS QUE LE HACEN AL COMERCIAL A PARTIR DEL CONCEPTO CREATIVO QUE UTILIZAN

El comercial daña la gastronomía

@. Me fastidió pensar en un plato de tacu tacu al lado de un Digestase, aun cuando el tacu tacu es uno de mis favoritos. Imagínense ahora a un extranjero que nunca lo ha probado y no se imagina siquiera de lo que se pierde. Simplemente nunca lo probaría. Gran daño a un patrimonio nacional.
—GIANNINA

Habría bastado solo unos frejoles

@. Aquí y en muchas partes del mundo se asocia a los frejoles con los gases. Desconozco si efectivamente existe una relación entre su consumo y los desagradables problemas gástricos que se mencionan. Pero el



Para la socióloga Isabel Álvarez, propietaria del restaurante El Señorío de Sulco, la campaña de Digestase, hecha por la agencia Mayo, atenta contra las virtudes del tacu tacu.

comercial es claro, no sé mucho de publicidad pero creo que ese comercial podría funcionar en muchos lugares del mundo, aunque dudo que el tacu tacu sea muy conocido fuera. De cualquier manera, unos simples frejoles podrían bastar.
—ROYAL

La campaña atenta contra el tacu tacu

@. La comida peruana tiene un 'boom' internacional aún en fase de introducción. La categoría "comida peruana" tiene que darse a conocer, expandirse a más áreas en el mundo, establecer sus diferenciales,

lograr ventajas competitivas y obtener un posicionamiento cuyas bases deben ser hábilmente conducidas. Por ello es ilógico que en el propio país que se esfuerza por tales metas se emitan mensajes como este donde se resalten masivamente efectos no deseables de la comida peruana.
—EDUARDO F.

Se debe servir de metáforas

@. La publicidad se vale de metáforas y exageraciones creativas para transmitir sus mensajes. Son licencias válidas en el juego que todos estamos dispuestos a jugar, marcas y consumidores. Yo creo que en este caso no se está atacando al tacu tacu. Pero esta situación es parte de la cultura popular.
—JOHN BACKUS

●● RESPUESTA

PEPE RÁZURI
DIRECTOR CREATIVO DE MAYO

Usamos un recurso divertido

Me parece un poco descabellado pensar que esta campaña afecta al tacu tacu. Simplemente quisimos utilizar un recurso divertido que la gente reconozca rápidamente para decir que Digestase ayuda cuando uno tiene gases.

Los turistas que llegan al Perú saben que la comida peruana es bastante condimentada y saben que podrían tener problemas de flatulencia si comen mucho. Pero no por este tipo de comercial van a dejar de probar nuestra comida peruana.

Los cómicos se burlan de cosas así y no generan tantas sensibilidades. Nosotros apoyamos nuestra gastronomía. Ahora trabajamos una campaña junto con Prom-Perú y los gremios hoteleros y restaurantes para dar valor agregado al personal de este tipo de negocios.

@ >> **ZONABLOGS**

Vea la campaña en el blog de publicidad de **El Comercio**

<http://blogs.elcomercio.com.pe/publicidadymkt>

En maquinaria pesada, camiones y grupos electrógenos



WRS Perú SRL, una organización con respaldo internacional. Subsidiaria de Worldwide Machinery Inc. UN EQUIPO CONFIABLE

Le brindamos:

- Maquinaria de movimiento de tierras New Holland y Kobelco (*)
- Tractos y volquetes Daewoo
- Grupos electrógenos Volvo Penta-Leroy Somer, hasta 650KW
- Trenes de rodamiento ITM, para todas las marcas de equipos sobre orugas
- Compra y venta de maquinaria usada de las mejores marcas
- Servicio de alquiler de flotas (*) en alianza comercial con Stenica

ENTREGA INMEDIATA



Av. Primavera 1277 Santiago de Surco / Telf.: 708-7000 Fax.: 708-7001 / www.wrs.com.pe
Cel.: 999288353 / 980296748 / 980296702 / 996064453