

---

# Modaes

---

Back Stage

## Benetton vuelve a cargar tintas y reivindica a la mujer en India

La compañía italiana de moda, popular por sus controvertidas campañas publicitarias, cuestiona ahora las pautas sociales imperantes en el país asiático.

---

Modaes  
9 mar 2017 - 04:47

---

1 / 3

<https://www.modaes.com/back-stage/benetton-vuelve-a-cargar-tintas-y-reivindica-a-la-mujer-en-india>

---

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes ([www.modaes.com](http://www.modaes.com)), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

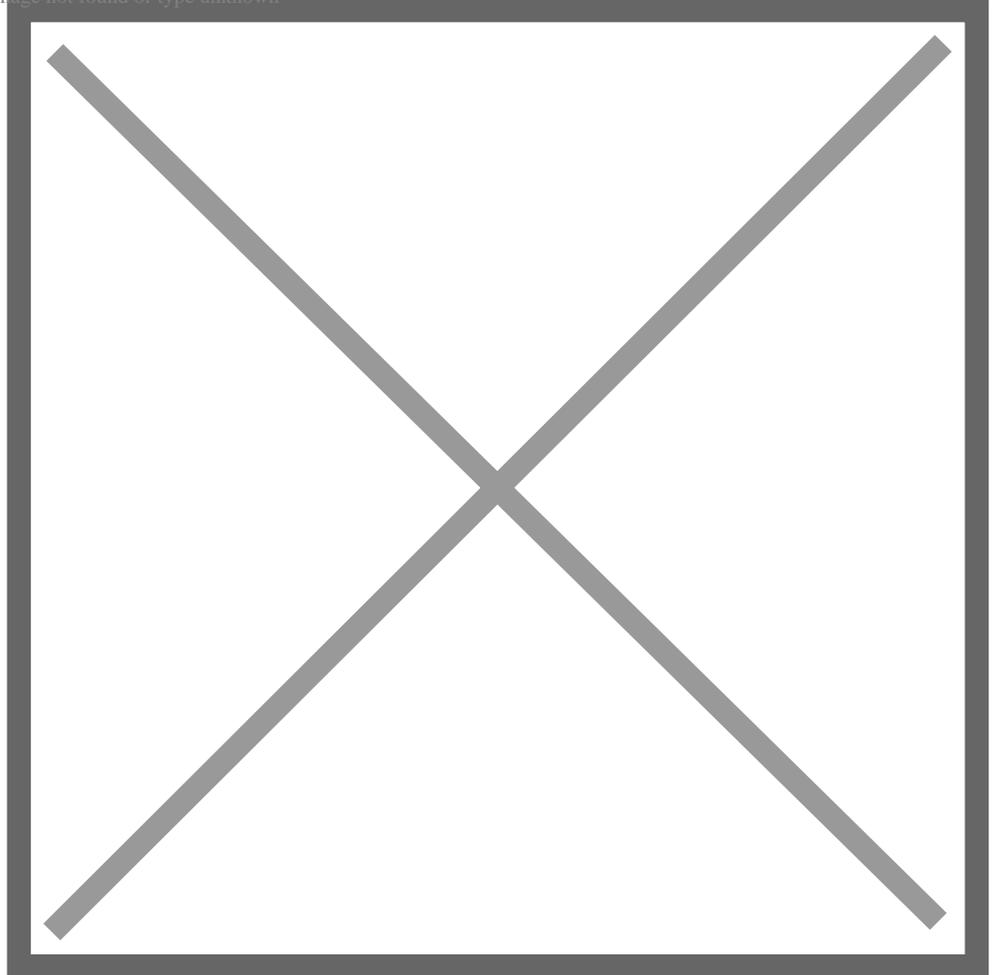
---

---

# Modaes

---

Image not found or type unknown



**Benetton** vuelve a la carga. La compañía italiana de moda, popular por sus controvertidas campañas publicitarias, pone ahora el punto de mira en las mujeres de la India. Coincidiendo con el Día Internacional de la Mujer en occidente, la empresa ha lanzado su nueva estrategia de comunicación, *#UnitedByHalf*, en la que denuncia las pautas sociales imperantes en uno de sus principales mercados.

Esta campaña, que se suma a otras que **Benetton** llevó a cabo sólo en India, quiere poner en cuestión los estereotipos sociales que existen en el país acerca del papel de la mujer. Esta última campaña, que en el mercado indio se lanzó el día de San Valentín, cuenta además con el apoyo de celebridades locales.

---

# Modaes

---

Esta acción se enmarca en el programa de *Women Empowerment* que se puso en marcha en octubre de 2015 con el objetivo de avanzar en el empoderamiento de la mujer y en la igualdad de género. Al frente de esta iniciativa está **Chiara Mio**, responsable del programa de sostenibilidad de Benetton.

## **Coincidiendo con el Día Internacional de la Mujer, Benetton ha lanzado una nueva campaña que denuncia las pautas sociales en India**

“Esta nueva campaña lleva nuestro mensaje de empoderamiento de la mujer directamente a uno de nuestros mayores mercados globales, sobre todo en ropa de hombre”, explica Mio. La India es el mayor mercado para **Benetton** fuera de Italia y la marca es especialmente popular entre los hombres.

Con una red de más de 5.000 tiendas en todo el mundo, **Benetton** fue una de las empresas occidentales de moda pioneras en desembarcar en el mercado Indio. El grupo aterrizó en el país en 1992 y, desde entonces, ha extendido una red de más de 700 puntos de venta en el territorio.

La compañía concluyó 2015 con una cifra de negocio de 1.529 millones de euros. Benetton elevó un 34,5% su resultado bruto de explotación (ebitda), que situó en 54 millones de euros. Sin embargo, la empresa cerró el ejercicio con pérdidas de 46 millones de euros. Los planes del grupo pasaban por dejar atrás los números rojos este año ante una mayor rentabilidad en sus tiendas propias.