

## Reporte de Lectura

Tema:	Hackeo creativo de una campaña de marketing
-------	---

### Ficha de la fuente de información.

No. 1 Google

Palabras claves.

### Referencia APA.

Gamboa, G., & Gamboa, G. (2024, 5 agosto). ‘Rob It to Get It’: la campaña de una tienda de París que desafiaba a las personas a robar sus zapatillas. Mercado Negro.

<https://www.mercadonegro.pe/marketing/rob-it-to-get-it-la-campana-de-una-tienda-de-paris-que-desafiaba-a-las-personas-a-robar-sus-zapatillas/>

RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)

### Prontuario

La campaña de marketing “Rob it to Get it” de la marca Distance invitó a sus clientes a un desafío singular: robar un artículo de su tienda de running en París y lograr salir sin ser atrapados por Mickael Zeze, un velocista de élite y miembro del equipo francés de atletismo que trabajó como guardia de seguridad por un día. Solo los que corrían más rápido que él podía quedarse con el artículo robado. Esta acción buscó devolver el enfoque al deporte en la ropa deportiva, resaltando que los artículos exclusivos deben ser para los verdaderos corredores, y no solo para revendedores o entusiastas de la moda.