

# FRISBY & RUBY ROSE LA COLABORACION QUE NADIE ESPERABA

Frisby y Ruby Rose lograron lo impensable: una campaña publicitaria que se convirtió en un auténtico boom. La inesperada combinación de pollo frito y maquillaje atrapó la atención de miles de consumidores, y los amantes del rubor y el buen sabor no quisieron perderse esta oportunidad única. Lo que estaba planeado para durar seis días, rompió récords en solo dos, agotando existencias y dejando claro que las estrategias audaces pueden convertirse en fenómenos virales.

**Texto:** María Jose Rojas y Juan Pablo Álvarez



**Este éxito viral no solo refleja la capacidad de Frisby para reinventarse y sorprender, sino que también invita a mirar hacia atrás y entender cómo una marca tan icónica ha sabido evolucionar con los años, adaptándose a las tendencias sin perder su esencia.**

### ¿Te has preguntado cómo se creó Ruby Rose?

Ruby Rose llegó a Colombia alrededor del año 2018, y desde entonces, se ha ganado un lugar especial en los tocadores de muchas jóvenes debido a su excelente relación calidad-precio. La historia de esta marca, según la página oficial de Ruby Rose (s.f.) indica que **"Ruby Rose es una marca brasileña de cosméticos que nació en São Paulo en 1970"**. Inició como un negocio familiar enfocado en maquillaje asequible, pero de muy buena calidad. Con el paso del tiempo, esta marca se expandió a otros países de América Latina y Europa, destacándose por su variedad de productos y, lo más interesante, por la cantidad de productos innovadores que ofrecía, siendo siempre al alcance de su público.

### ¿Sabías que Frisby inició siendo una crepería?

Con el tiempo, sus fundadores, Alfredo Hoyos Mazuera y su esposa, Liliana Restrepo, se dieron cuenta de la gran preferencia del público por el pollo frito. Por esta razón, cambiaron por completo su idea de negocio y así nació Frisby, convirtiéndose en la primera cadena de pollo apanado de Colombia. Según la página oficial de Frisby, la empresa fue fundada en el año 1977 en Pereira. Su nombre se originó de la palabra Frisbee, que, como todos conocen, es un disco volador. Y te preguntarán: ¿por qué un disco volador? En sus inicios, a los clientes que consumían pollo frito se les obsequiaba un Frisby como parte de la experiencia de la marca.

### Colores

Ambas marcas se distinguen por su uso estratégico del color. Frisby optó por colores vibrantes como el rojo, evocando pasión, energía y dinamismo, mientras que Ruby Rose se inclinó por tonos suaves y sofisticados, como el *nude* y el blanco, reflejando frescura, sencillez y elegancia.

### Valor y propósito de marca

Frisby y Ruby Rose tienen propósitos claros que guían su estrategia. Frisby busca ofrecer productos accesibles y de calidad con un toque de innovación, mientras que Ruby Rose se enfoca en resaltar la belleza auténtica y empoderada.

### Enfoque de marketing

El marketing de Frisby se caracteriza por su cercanía y contacto directo con su público, utilizando redes sociales y promociones llamativas. Ruby Rose, por su parte, adopta una estrategia más emocional y aspiracional, posicionándose como un referente de empoderamiento personal.

### Logotipos

El logotipo de Frisby es moderno y sencillo, transmitiendo la idea de una marca ágil y accesible. En contraste, Ruby Rose presenta un logo más elegante y minimalista, que comunica sofisticación y la búsqueda de belleza en la simplicidad.

### Experiencia de marca

Frisby se enfoca en brindar una experiencia de compra rápida, accesible y amigable, mientras que Ruby Rose se esfuerza por crear una atmósfera de lujo y confianza en cada punto de contacto con el cliente, desde sus campañas publicitarias hasta la interacción con sus productos.

### Canales de comunicación

Frisby mantiene una presencia activa en redes sociales como Instagram y Facebook, con publicaciones que fomentan la interacción directa con los clientes. Ruby Rose, en cambio, prefiere las colaboraciones con influencers y la presencia en plataformas como TikTok, etc.

### Creatividad y Branding: el secreto de su éxito

Frisby y Ruby Rose han entendido a la perfección que el branding va mucho más allá de un buen logo o una paleta de colores atractiva. Ambas marcas han logrado destacarse en sus respectivos mercados gracias a la creatividad aplicada de manera estratégica.

Frisby ha creado una conexión auténtica con su público joven al usar colores vibrantes, mensajes frescos y una comunicación cercana. Su imagen refleja accesibilidad y dinamismo, lo que la hace cercana y familiar para su audiencia. Por otro lado, Ruby Rose ha construido una marca aspiracional basada en la belleza natural y la autenticidad.

