

El divorcio de Shakira

Tiempo de lectura: 3 min.

[Guillermo Mendoza Dávila](#)

Sáb, 04/03/2023 - 13:35

Todos los cristianos en general, pero muy especialmente aquellos más aficionados al mundo de la farándula, hemos vivido muy de cerca la separación de la colombiana y el culé. Y es que las noticias no cesan. Las últimas semanas han sido particularmente intensas con un bombardeo incesante que mantiene la atención del mundo entero centrada en lo que de otra manera hubiera pasado mayormente desapercibido.

En realidad, siendo muy honestos, a quién le puede interesar cuál de ellos hizo qué, los intríngulis de su relación anterior o actual, las verdaderas razones de su divorcio o si ahora se mudan para Miami. Solamente a los muy aficionados al mundo del espectáculo y por unos pocos días.

Cabe entonces la pregunta, si no nos entretiene (para nada) el *show business*, por qué abordamos el tema. Entremos entonces en las verdaderas razones de mi escrito. La agencia de Publicidad y Mercadeo encargada de manejar la imagen y los negocios de la cantante ha dado al mundo una clara demostración de lo que ello involucra, de por qué cobran lo que cobran, y por qué hay que invertir en la promover imagen del producto. Estrategia comercial.

Estamos en presencia de un fantástico caso de estudio que ya muy pronto recogerá y publicará el *Harvard Business Review* y que sin dudas será objeto de clases magistrales, estudiado y analizado en las aulas de los mejores MBA en muchas universidades.

Porque sabemos que no estamos leyendo acerca de un caso más del fin de una mala relación entre dos famosos. No se trata solamente de unas canciones pegajosas. Porque no es así. Estamos presenciando una extraordinaria lección de mercadeo y ventas. Una que tomó muchas horas de preparación en las oficinas de una agencia muy profesional; seguramente de las mejores del mundo. Porque ni siquiera el divorcio de Lady D y el ahora rey generó tanto dinero.

En las 24 horas siguientes a salir al aire la primera de las ya famosas piezas musicales, Te Felicito, la habían escuchado 4 millones de personas. Luego lanzaron otra y después una tercera, hasta la estocada final de la primera temporada, la que canta a dúo con otra colombiana, Carolina Giraldo Navarro, la popular Karol G. Por cierto, esperemos lo que viene, porque sin dudas y como dicen los musiús, *more to come*.

No olvide mi querido lector que cada vez que las muy notorias canciones se escuchan, por cualquiera de las múltiples plataformas, la Patrona cobra su parte. El mundo de la música lo dominan ahora los servicios de *streaming*, tales como Spotify, Amazon music, Apple music, You Tube y tantos otros. Esos que nos cobran una tarifa mensual a los suscriptores y le pagan una chivita por cada reproducción a los artistas.

Luego vienen todas las otras fuentes de ingreso asociadas, como las presentaciones en vivo, los patrocinantes, las redes sociales, la radio, la mercancía y otras más. La infinita genialidad de la ya mencionada agencia se evidencia cuando le encarga a un buen compositor, que claramente todos saben bien quien es, una letra. Le dan el guion, le dicen que incluya por algún lado unas marcas de artículos mundanos y proceden a subastar esa estupenda gema.

No sabría decir cuento fue, pero imaginan ustedes lo que pagó Renault por aparecer allí. Fundada en 1899, ningún aviso publicitario en la historia de la fábrica había producido tantos dividendos. Casio no perdió la oportunidad de estar junto a Rolex en boca de cientos de millones de personas. Al costo que sea, eso no les importó ya que el resultado de su inversión fue lo que la habilidosa agencia les había garantizado y les cumplieron con creces.

El mundo de la música está en su mejor momento comercial. Allí se insertó con increíble acierto esta sencilla muchacha latina con grandes habilidades artísticas para explotar, en el mejor de los sentidos, su proyección universal. El otro no sabe todavía qué le pegó, y es que cada vez que él abre la boca ella no llora, pero sí factura. Así se mata un despecho. Chapó Shakira, me quito el sombrero.

guillermomendozad@gmdconsultor.com

[ver PDF](#)

[Copied to clipboard](#)