

# Reposicionamiento Angelical: Los Ángeles Azules Vuelan Alto



Muchas veces se ha dado el caso en el que una marca que llegó a la cima del éxito y tuvo un momento de gran auge, con el paso del tiempo atreviese por un momento de incertidumbre y vaya decayendo. Algunas veces con algunos ajustes, o haciendo énfasis en el nombre, que en un momento determinado, tuvieron, éstas marcas resurgen como el ave fénix, y vuelven a ocupar ese lugar que ocuparon y las hizo brillar. Por otro lado, están las marcas que, a pesar de realizar múltiple estrategias de reposicionamiento, tratar de innovar, hacer cosas nuevas, etc. no logran reconquistar a su público o atraer a nuevos consumidores. Pero hoy no hablaremos de esas marcas que cayeron en el olvido. Analizaremos un caso de una marca que supo reinventarse, con estrategias de marketing y alianzas estratégicas, para regresar por la puerta grande y ocupar ese trono que habían dejado vacante: Los Ángeles Azules.

Los Ángeles Azules se han puesto muy de moda en los últimos meses. Han pasado de ser un grupo, si bien conocido, poco importante en la escena musical, puesto que tuvieron una época de gran hegemonía y reconocimiento del público, pero poco a poco a poco se fueron apagando hasta pasar a ser un grupo de relleno en eventos musicales o un grupo con el que podías quedar bien al llevarlo a tu evento social, sin que causara gran revuelo. Podemos afirmar que, a pesar de ser ángeles, se habían caído del cielo y la caída, dolió bastante. Pero hoy en día, la situación es totalmente diferente, ya que a través de estrategias de diversas estrategias de mercadotecnia han vuelto a brillar y ocupar el lugar más alto en la farándula.

## Un poco de historia...

Pero vámonos por partes, recordemos un poco de los primeros años de esta agrupación, la cual tuvo un ascenso rápido entre el público mexicano, con varios éxitos que se escuchaban en todas las fiestas y que nadie perdía la oportunidad de bailar y disfrutar el ritmo pegajoso del conjunto musical. Pero, a pesar de ascender rápidamente y hacerse de un nombre en la cuestión musical, lo cierto es que su música iba hacía cierto sector "popular" de la población, mismo que solía ser criticado por escuchar dicha música y no era bien visto entre grupos "selectos" de la población.

Entonces, hablemos claro, era un grupo conocido, pero sólo bien visto si bailabas su música en las fiestas y hasta ahí, ya que si las escuchabas en tus actividades diarias o en tus momentos libres, eras tachado como..."naco". Y esa es la verdad, aunque le duela o moleste al lector.

Pero bien, dejemos esos prejuicios y hablemos de su carrera. Colocaron diversos temas musicales en el gusto del público, y los sonideros o conjuntos musicales no podían dejar de tocar esos temas, ya que la gente los pedía y los bailaba con singular alegría. Canciones como: 17 años, Cómo te voy a olvidar, El listón de tú pelo, Entrega de amor, etc.

Hasta ahí, todo iba bien. Pero algunos problemas internos provocaron que la agrupación se separara y los miembros que desertaron, crearon sus nuevos grupos, creando por lo tanto más competencia. Además un escándalo provocó mucha incertidumbre en el conjunto. Bueno, más que escándalo, un serio problema: un secuestro. Esto provocó que Los Ángeles Azules atravesaran por una etapa caótica, y desembocó en alejarse por un momento de los escenarios.

Todo parecía perdido. Parecía que este icónico grupo desaparecería. Pero ahí es donde entra la acción mercadológica.

### A retomar el vuelo...

Como toda historia con final feliz, después de la tempestad viene la calma, y así fue con esta agrupación. Se organizaron nuevamente. Tomaron lo que les había funcionado y le agregaron algunos elementos de talento e hicieron uso de las relaciones públicas para aparecer de nuevo en el medio del espectáculo.

Empezaron a participar en eventos musicales. Conciertos masivos organizados por radiodifusoras. Pero hasta este punto, la meta no se había alcanzado, ya que aún no ocupaban el lugar estelar en dichos eventos. Con algunas participaciones en musicales televisivos y apariciones esporádicas en eventos del espectáculo (premiaciones, eventos sociales, etc.), fue que el público comenzó a ubicarlos nuevamente.

Si bien es cierto que en ese momento habían recuperado el lugar que tenían, todavía no era suficiente. Recordemos que si vas a reposicionar una marca, no basta con ocupar el lugar que tenías. Es indispensable superar esa posición y atraer más público.



### A la conquista de la cima

Por esa situación, hacer lo mismo no funciona, ya que atraerás al mismo público. Si quieres obtener resultados diferentes, debes arriesgarte, innovar y ofrecer cosas realmente únicas y atractivas para tener mayor participación del mercado.

Y esto fue justo lo que los oriundos de Iztapalapa realizaron. Idearon una forma de atraer a nuevos segmentos de mercado, sin perder su esencia (ojo, esto es primordial en un proceso de reposicionamiento, en el cual se quiera conservar la imagen y nombre del producto, en este caso del grupo, ya que si emprendemos una estrategia de esta naturaleza y queremos

todo nuevo, perderíamos el enfoque y sería una estrategia de nuevo producto, nueva línea de producto, etc.), y enriquecieron su oferta al añadir elementos atractivos a su mezcla de mercadotecnia.

Por citar algunos ejemplos, podemos mencionar que al aparecer en el festival "Vive Latino", automáticamente llegaron a otro segmento de mercado, que tal vez no veía su música como una opción que ellos fueran a consumir, sin embargo, al momento de escucharlos, los jóvenes se divertieron, se

entusiasmaron y aceptaron el producto. Otra acción de gran relevancia fue el acompañar sus éxitos con toques de música clásica, al ofrecer un concierto con la Orquesta Sinfónica, haciendo una mezcla musical, para algunos rara, pero para otros bastante “chida” (aceptable, buena, memorable, etc.), ya que cierto sector de la población y de los analistas del espectáculo lo criticaron, pero la gran mayoría aceptó este concepto e inclusive se utilizó para promocionar una marca (Fuze Tea), la cual, además de promocionar su producto, le dio mayor empuje a la fusión de estos ritmos (ojo, esta estrategia de mezclar orquesta con ritmos diferentes, ya había sido utilizado por otras agrupaciones como El Tri, obteniendo muy buenos resultados).

Pero la estrategia que causó mayor impacto y los colocó en los cuernos de la luna, fue el de hacer duetos con cantantes conocidos, que no tenían nada que ver con la cumbia, hasta ahora. Personajes como Jay de la Cueva, Ximena Sariñana, Saúl, Kinky, Lila Downs, por mencionar algunos, le dieron un realce al concepto de Los Ángeles Azules, permitiéndoles llegar a nuevos mercados, a personas que hasta la fecha no consideraban su música como algo que se podría escuchar sin ser criticado.

Esta estrategia ha hecho que, hasta los más “fresas” acudan a un baile de Los Ángeles Azules, donde obviamente, dicho grupo es la carta fuerte del evento. Hoy en día, puedes escuchar cualquiera de los éxitos mencionados anteriormente, y ser catalogado como alguien que está a la moda y que conoce de música actual.

Fíjate cómo cambian las cosas cuando sabes utilizar las estrategias adecuadas, y cuando sabes vender tu producto de formas diferentes, aliándote con las personas correctas.

Por lo tanto, recuerda que aunque una celebridad este pasando por un momento no muy grato, si tiene talento, historia, una base de clientes que le es leal, podemos efectuar acciones para reposicionar a dicha celebridad.



ELABORADO POR: L.E.M. Carlos Iván Rosales Brito

# *Lectura*



---

Colaborador: Carlos Iván Rosales Brito

Nombre de la asignatura: Diseño y Administración de Productos

Programa educativo: Licenciatura en mercadotecnia virtual