



# LUIS FONSI

## DE AMÉRICA LATINA AL MUNDO: UN ÉXITO QUE REDEFINE LAS REGLAS DEL JUEGO

Universal Latin, Universal

*Despacito* de Luis Fonsi fue la canción del 2017. Una afirmación así puede parecer totalmente subjetiva. En este caso, sin embargo, no admite discusión.

Hasta abril de 2018, el tema original y su versión remix con Justin Bieber habían alcanzado un total de 7500 millones de reproducciones: 1900 millones de reproducciones en Spotify y 5600 millones de reproducciones en YouTube.

De esta manera, una canción de pop urbano en español, interpretada por un artista puertorriqueño relativamente desconocido fuera de España y de América Latina, llegaba a encabezar las listas en 47 países del mundo entero.

La relación de Universal con Fonsi es de larga data, por lo que este éxito no ocurrió de la noche a la mañana. La compañía trabajó más de 15 años en conjunto con el artista, y jugó un papel clave en la consolidación de una carrera que tiene en su haber varios álbumes número uno en distintos países latinoamericanos y en la lista Billboard latina de EE. UU.

Jesús López, presidente y director ejecutivo de Universal Music para América Latina y Península Ibérica, lo describe así: “Antes de su lanzamiento, trabajamos en *Despacito* durante todo un año: elegimos al productor, convocamos a Daddy Yankee, filmamos el video y nos aseguramos de que fuera el primer sencillo latino lanzado en 2017.

“Cumplimos un papel central en todo el proceso de A&R, así como en la realización de la campaña de *marketing*. Después del lanzamiento,

logramos que Justin Bieber colaborara en la canción, lo que provocó su gran salto a nivel internacional”. Según López, fue decisiva la capacidad de reacción que tuvo la compañía al incluir rápidamente el *remix* con Bieber en la campaña: “Justin se sumó en un momento clave de la campaña. El *remix* se grabó un martes y se lanzó el domingo siguiente.

“La democratización del consumo y la transparencia instantánea del *streaming* nos permitieron detectar y rastrear el desempeño de la canción, y así posicionar *Despacito* en cada mercado según sus propias necesidades y tiempos”.

López considera que el extraordinario éxito alcanzado fue el fruto de un verdadero trabajo en equipo: “Todos en Universal Music trabajamos para este resultado, y nuestra asociación con Republic Records fue estratégica para el lanzamiento”.

El siguiente éxito de Fonsi fue *Échame la culpa*, a dúo con Demi Lovato, que llegó al puesto número uno en 14 mercados musicales. El artista acaba de concluir una gira internacional en la que dio 81 conciertos, y también tiene varios acuerdos de auspicios en todo el mundo.

Una canción de tan rotundo éxito es un antes y un después para cualquier artista. Siempre ha sido así, claro. La diferencia es que ahora, más que nunca, esa canción puede provenir de cualquier punto del planeta y pasar a escucharse en absolutamente todos lados.

“

**“La democratización del consumo y la transparencia instantánea del streaming nos permitieron detectar y rastrear el desempeño de la canción, y así posicionar *Despacito* en cada mercado según sus propias necesidades y tiempos”.**

Jesús López, presidente y director ejecutivo de Universal Music para América Latina y Península Ibérica



Luis Fonsi. Fotos de Omar Cruz.