

Bum de venta de Casio: «Si se pudiesen vender Twingo, también lo haríamos»

Las joyerías de la ciudad aprovechan el tirón de la canción de Shakira

NIEVES D. AMIL
PONTEVEDRA / LA VOZ

Rebeca Vázquez sonríe en cuanto alguien le pide un Casio. Lleva décadas vendiendo esta marca, pero si hace unos años fue Kate Moss quien los puso de moda cuando salió luciendo uno dorado, hoy es Shakira quien le ha dado un empujón a los relojes al compararla a la nueva pareja de Gerard Piqué con un Casio. La compañía supo aprovechar el tirón llegando incluso a cambiar la frase de presentación de su cuenta de Twitter: «Quizá no somos un Rolex, pero a nosotros no nos dejaron por Clara Chía».

La letra de la canción dio la vuelta al mundo en unas horas y pocos son los que no se han subido al carro de la oportunidad. Las joyerías de Pontevedra se quisieron unir a este chascarrillo y algunas colgaron en sus escaparates en cartel anunciando que «no tenemos Rolex, preferimos los Casio». La idea partió de Martha Portela, la responsable de Electrónica Martínez, en la calle Santa Clara, y una fiel seguidora de Shakira, que el pasado fin de semana lo vio claro tras el revuelo que dejó una letra llena de mensajes. Una vida vendiendo Casio le abrió los ojos y no solo colgó el cartel en su escaparate, sino que también lo compartió con otros compañeros del sector. «Le pusimos un emoticono al final de la frase para que nadie se sintiese ofendido», explica Portela.

Pero la realidad de estos negocios de la ciudad es que están vendiendo más Casio. «Yo ya los vendía mucho antes de que Shakira lo publicitase, pe-



Rebeca Vázquez, de El Rincón del regalo, muestra el escaparate con el divertido cartel. RAMÓN LEIRO



Martha Portela, en su tienda.

ro ayer fue un día excepcional, vendí muchos», asegura Rebeca Vázquez, que aplica el verso de la canción de la cantante colombiana: «Las mujeres facturan». Estas responsables de los negocios quieren poner una cara amable a la cuenta de enero. Aprovechan el tirón y sobre todo se lo toman con mucho hu-

mor porque ninguna de las dos lo dudan: «Hay que divertirse». Shakira se lo puso en bandeja y ellas solo dieron una vuelta de tuerca a algo que llevan haciendo toda la vida, vender relojes de la marca Casio. «Ayer vinieron unos chavales muy divertidos diciéndome si tenía un Rolex, pero le dije que no, solo hay Casio», bromea Rebeca Vázquez.

La juventud es el principal nicho de mercado de estos negocios de Pontevedra, pero antes de que Shakira le diese este empujón mediático, la dureza del reloj lo hacía el preferido de profesionales del mar, como las mariscadoras, o albañiles. «Cuando yo era una cría también se regalaban en las comuniones», explica Vázquez, mientras enseña el centenar de modelos que tiene en el escaparate. Los hay desde 25 euros hasta 600 o 700. «Casi como un Rolex», dice con una carcajada. Chascarrillos aparte, tanto Rebeca como Martha están apro-

vechando el tirón de una canción que superó los cien millones de reproducciones en tan solo 72 horas. «La que sale perdiendo es Clara Chía, el resto facturan. Tenemos que aprovechar el tirón, no vendemos Twingo porque no podemos», apunta Portela, que también ha notado un incremento de peticiones y ventas de unos relojes que se han revalorizado.

En las Galerías Oliva, la joyería Oliva Ouro tiene en su página web que son distribuidores oficiales de Casio. No son los únicos de la ciudad, pero sí unos de los que tienen más modelos. «Ahora la marca está más posicionada y si ya vendíamos bien, estamos haciéndolo mejor», destaca David Rivas, su gerente. «Son relojes que nunca fallan, solo los cambio porque me aburro del que ya tenía», recalca Martha Portela, que, mientras Shakira siga de actualidad, ella se subirá a su repercusión.

¿Cómo aplicarías el contenido de esta noticia a lo que hemos estudiado sobre la Demanda y los factores que influyen en la misma?

Ante los cambios en los gustos y preferencias de los consumidores (la canción hace que aumenten las preferencias por comprar relojes de la marca Casio) la función de demanda de relojes Casio se desplaza hacia la derecha. Observamos que, al mismo precio, se demandan más relojes.