



↓ **Veranda**
Carlos Velázquez
carlos.velazquez.mayoral@gmail.com

Redes sociales y manejo de crisis

• En el pasado, aclarar una información imprecisa implicaba enviar un desmentido a un medio.

Las redes sociales plantean retos reputacionales a las empresas, incluidas las turísticas, y frecuentemente no están preparadas para resolverlos.

Como parte de la investigación de un nuevo libro sobre **Ernesto Coppel**, fundador de Quivira y los hoteles Pueblo Bonito, conocí los detalles del escándalo que provocó tras grabar un *reel* o video corto criticando la contaminación auditiva que provocan las bandas en Mazatlán.

En los tres días más complicados de la crisis hubo en Google 120 millones de búsquedas sobre **Coppel**, las bandas y Mazatlán, pero el origen fue una historia contada a medias.

Mahatma Millán, fundador de Sinaloa en línea, hizo un video previo en el hotel Double Tree de Mazatlán, cuando el guitarrista **Roberto López Alarcón** daba un concierto y fue silenciado por una banda tocando a todo volumen en la playa.

El momento generó indignación entre los asistentes, pero cuando a la banda le avisaron

del concierto, dejó de tocar y siguió su camino en busca de clientes.

A petición de **Millán**, **Coppel** reaccionó airadamente en Instagram, por lo que parecía un descomunal atropello contra el guitarrista.

Y luego cada quien escuchó lo que quiso, pues el empresario pidió regular, pero miles lo atacaron diciendo que deseaba acabar con la fuente de ingresos de miles de familias.

Cuando hubo manifestaciones enfrente de sus dos hoteles de Mazatlán y comenzaron a verse afectadas las reservaciones, **Coppel** recurrió al propio **Millán** para diseñar juntos el remedio.

Éste fue grabar un video donde aparece socializando en su residencia de Los Cabos con **Edwin Caz** y el Grupo Firme y luego otro, cantando en un estudio con el Grupo Brisa, para mostrar que no está en contra de las bandas.

En el pasado, aclarar una información imprecisa implicaba enviar un desmentido a un medio, pero ahora no hay un responsable único y el antídoto fue dramatizar su empatía con los agraviados.

Hoy, incluso, los profesionales de las relaciones públicas carecen de un manual definitivo de manejo de crisis, para responder a este tipo de situaciones.



DIVISADERO

Inconsistencias. Hoy, los diputados **María Elena Pérez-Jaén** y **Santiago Torreblanca** darán una conferencia de prensa para compartir su investigación sobre las propiedades en San Antonio, Texas, del secretario de Turismo, **Miguel Torruco**.

Como ya lo adelantó **Pérez-Jaén** a **José Antonio Sosa** en su programa de radio, la palabra clave es “inconsistencias”, pues en declaraciones patrimoniales sucesivas varias casas de **Torruco** en Texas han aparecido y desaparecido, sin reportar los ingresos, en caso de que las hubiera vendido.

También descubrieron que **Torruco** y su esposa tienen una empresa llamada Our Deere Home LLC, de la que cuentan con el acta constitutiva, aunque se desconoce su objeto u operaciones que ha hecho, pues tampoco fueron declaradas.

Con toda esa información, los diputados denunciarán los hechos ante la Secretaría de la Función Pública y la Unidad de Inteligencia Financiera y exigirán sendas investigaciones.

Un dato interesante es que en 2018 **Torruco** se encontró en el Aeropuerto Benito Juárez a un alto funcionario del gobierno anterior, a quien específicamente le dijo que volaría esa mañana a San Antonio para ver el asunto de una casa que le había regalado su consuegro **Carlos Slim**.

Un comentario de mal gusto, que ahora puede ser otra pista de lo que ya parece el deseo insaciable del secretario por recuperar parte del territorio que se anexó Estados Unidos en 1845.

Los profesionales de las relaciones públicas carecen de un manual definitivo para atender este tipo de situaciones.

