

# Salsas Del Primo: Un éxito a base de engaños

**dportenis**  
CENTRO DE INNOVACIÓN

| 30 de enero del 2024 |

3 min de lectura



Todo acto tiene su consecuencia.

En el mundo de la comedia y las redes sociales, las celebridades comparten seguido sus experiencias y opiniones sobre diversos temas, a veces de manera divertida y otras más seria. Hace unos días, el comediante Franco Escamilla se vio involucrado en una controversia después de expresar su molestia con la marca de salsas "Del Primo" en uno de sus videos más recientes.

## Polémica colaboración

La historia se desató durante una transmisión en vivo del programa 'Los Amos del Universo', donde Franco Escamilla y 'La Mole' compartieron sus experiencias culinarias y hablaron sobre sus salsas favoritas. Sin embargo, la conversación tomó un giro inesperado cuando 'La Mole' reveló que había colaborado con la marca Del Primo y no había recibido el pago por sus servicios.

Ante esta confesión, Franco Escamilla hizo un llamado antes de continuar con el programa. para que dejaran de comprar el producto. Este llamado no solo puso en el centro de atención la situación de 'La Mole' con la marca de salsas, sino que también generó un movimiento en redes sociales, con los seguidores exigiendo que se hiciera justicia.

## Consecuencias instantáneas

Las consecuencias no tardaron en llegar. Los usuarios de redes sociales dirigieron su ira hacia la marca, atacando los perfiles de Salsas Del Primo con comentarios exigiendo que se le pagara a 'La Mole'. Frases como "Págúenle a 'La Mole'", "¿le van a pagar a 'La Mole'?" se convirtieron en tendencia en las redes sociales.

# Salsas Del Primo

La respuesta de Salsas Del Primo fue vergonzosa ya que desactivaron la sección de comentarios en sus publicaciones, una medida drástica para frenar la avalancha de críticas. Sin embargo, hasta el momento, la marca no ha emitido ninguna declaración oficial sobre la polémica con los comediantes.



## Reputación de la marca

Este silencio podría tener consecuencias a largo plazo en la reputación de la empresa, ya que la transparencia y el sentido de urgencia en resolver situaciones de este tipo son fundamentales en la era de las redes sociales.

Es importante destacar que aunque 'La Mole' no proporcionó detalles específicos sobre su colaboración con Salsas Del Primo, la situación resalta la importancia de que las marcas cumplan con sus acuerdos y obligaciones con los colaboradores y proveedores.



En cuanto a las salsas, la calidad de sus productos no se ha cuestionado. La polémica ha dañado temporalmente la imagen de la marca.

La historia de Franco Escamilla y 'La Mole' con Salsas Del Primo es un recordatorio de que en la era digital, las acciones y decisiones de las marcas pueden tener un impacto significativo en su reputación.

La transparencia y la honestidad son esenciales para navegar por las redes sociales y las consecuencias de no responder adecuadamente las controversias pueden ser duraderas.

Y tú, ¿cómo hubieras manejado la situación si estuvieras en el lugar de la marca "Salsas Del Primo"?