Presentación de caso

Categoría de inscripción:

Categoría 14.2: Campaña de influencers

Título del plan:

Beef Lovers: Una campaña de pasión argentina

Descripción:

Para posicionar la carne argentina en Europa, desarrollamos una campaña internacional de influencers en 9 países y 8 idiomas. Gastrónomos y creadores lifestyle se convirtieron en embajadores locales de Argentine Beef, compartiendo recetas, experiencias y eventos clave del sector. Así, construimos una red de contenido auténtico que traduce nuestra identidad y proyecta una marca cercana, deseable y con sabor a pasión Argentina.

Compañía:

IPCVA. Instituto de Promoción de la Carne vacuna argentina

Agencia:

Puken

Persona responsable de la presentación:

Carlos Gonzalez Prieto

IMPORTANTE

La siguiente presentación no contiene ilustraciones, fotografías, publicaciones ni audiovisuales.

Para visualizar todo el contenido desarrollado para este caso ingresar al siguiente link:

https://docs.google.com/presentation/d/e/2PACX-1vRi7dzhW2KMikc1R66YWhksJgFsFzQgwr3G7EA8kF4OK_81ACIJt7mqfKGw_KRRFIEQkil5vKbs7KW1/pub?start=false&loop=false&delayms=3000&slide=id.g35fb53b8d13_0_0

Introducción (planteo y diagnóstico)

Argentine Beef es la marca internacional del IPCVA encargada de promocionar la carne vacuna argentina en el mundo. En este contexto, los influencers se convirtieron en aliados clave en el ecosistema digital. A través de un trabajo conjunto, logramos acercar al público europeo una propuesta auténtica, posicionando a la carne argentina como sinónimo de calidad, sabor y pasión.

Para ello, se diseñó un plan que buscó conectar con públicos locales en nueve países y en ocho idiomas, a través de un canal que hoy es más fuerte que nunca, las voces reales de personas influyentes.

El gran desafío fue lograr que la carne argentina se contara sola, desde experiencias genuinas y cercanas, transmitidas por quienes hoy lideran la conversación gastronómica y cultural en Europa.

Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)

La campaña se desarrolló bajo el concepto “**Pasión Argentina**”, y apostó por una estrategia profundamente cultural y de tradición argentina. En lugar de solo mostrar el producto, se buscó transmitir una experiencia.

Para eso, se convocó a más de 25 influencers de gastronomía y lifestyle de países como Italia, España, Francia, Reino Unido, Bélgica, Holanda y Portugal, con una comunidad total de más de 5,7 millones de seguidores.

Ellos no solo cocinaron, también:

- Visitaron restaurantes especializados.
- Participaron de eventos internacionales clave como SIAL París y Gulfood Dubai.
- Degustaron distintos cortes.
- Mostraron la calidad, origen y sustentabilidad de nuestra carne.

Los públicos alcanzados se concentraron principalmente en hombres de entre 35 y 54 años, especialmente en Italia, Reino Unido, Francia y España.

Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)

Cada acción fue pensada para conectar con la audiencia de forma auténtica y cercana.

Influencers como creadores y embajadores

Cada influencer generó contenido adaptado a su estilo y cultura. Se respetó su creatividad y se los acompañó con recomendaciones clave para resaltar los atributos únicos de la carne argentina.

Cocina con identidad

Se promovieron recetas fáciles y accesibles, pero también innovadoras acompañadas por un storytelling. La carne argentina fue protagonista en historias de almuerzos con amigos, celebraciones, o momentos íntimos y familiares.

Eventos internacionales

Influencers invitados vivieron experiencias de marca en ferias estratégicas como SIAL París, Gulfood Dubai y acciones locales en Lisboa, donde interactuaron con el público y degustaron la carne en vivo, convirtiéndose en voceros directos de Argentine Beef.

Resultados y evaluación

Más allá del alcance, la campaña logró posicionar a la carne argentina como una elección deseada y con identidad, a través de un canal que genera confianza y recomendación genuina: las personas.

La estrategia de influencers no solo fue efectiva. Fue culturalmente poderosa, construyó puentes entre Argentina y Europa, y demostró que la carne argentina no es solo un producto, es una experiencia completa.

Los números más destacables:

+5.074.681 visualizaciones

+503.900 cuentas alcanzadas

+5.000 nuevos seguidores en redes sociales