
FPS 25.000
SHUTTER 90.0
IRIS -
6' 4"
6' 3"
SDI1
709
CAM
4.6K
RAW
445
Stby
X-OCN ST
AXS
43 min
Cata Smidt
Gerente de branding, producto, Delivery & Digital Growth
La campaña más exitosa de la historia de la marca en todo Latinoamérica



¿Por qué invertir en el Mundial de fútbol?

Concentra la atención, la emoción y la decisión de compra

83%

ALTA ATENCIÓN

de los argentinos declara **interés** por los partidos de la Selección.

UAI, 2026

89%

ASOCIACIÓN POSITIVA

señala el **orgullo** por el país como uno de los aspectos centrales del Mundial.

Netquest, 2026

77%

ASOCIACIÓN POSITIVA

destaca la **unión** nacional que genera el torneo.

Netquest, 2026

76%

APERTURA A COMPRAR

estaría dispuesto a probar nuevas marcas durante el Mundial.

Worldpanel by Numerator, 2026

ATENCIÓN → **VALORES POSITIVOS** → **ACCIÓN**

Una oportunidad única para que las marcas conviertan relevancia cultural en consideración y prueba.

Fuentes: Netquest, estudio regional 2026 (2.400+ casos, 6 países); Worldpanel by Numerator, “El Mundial impulsa el consumo en el hogar en Argentina”, 2026.

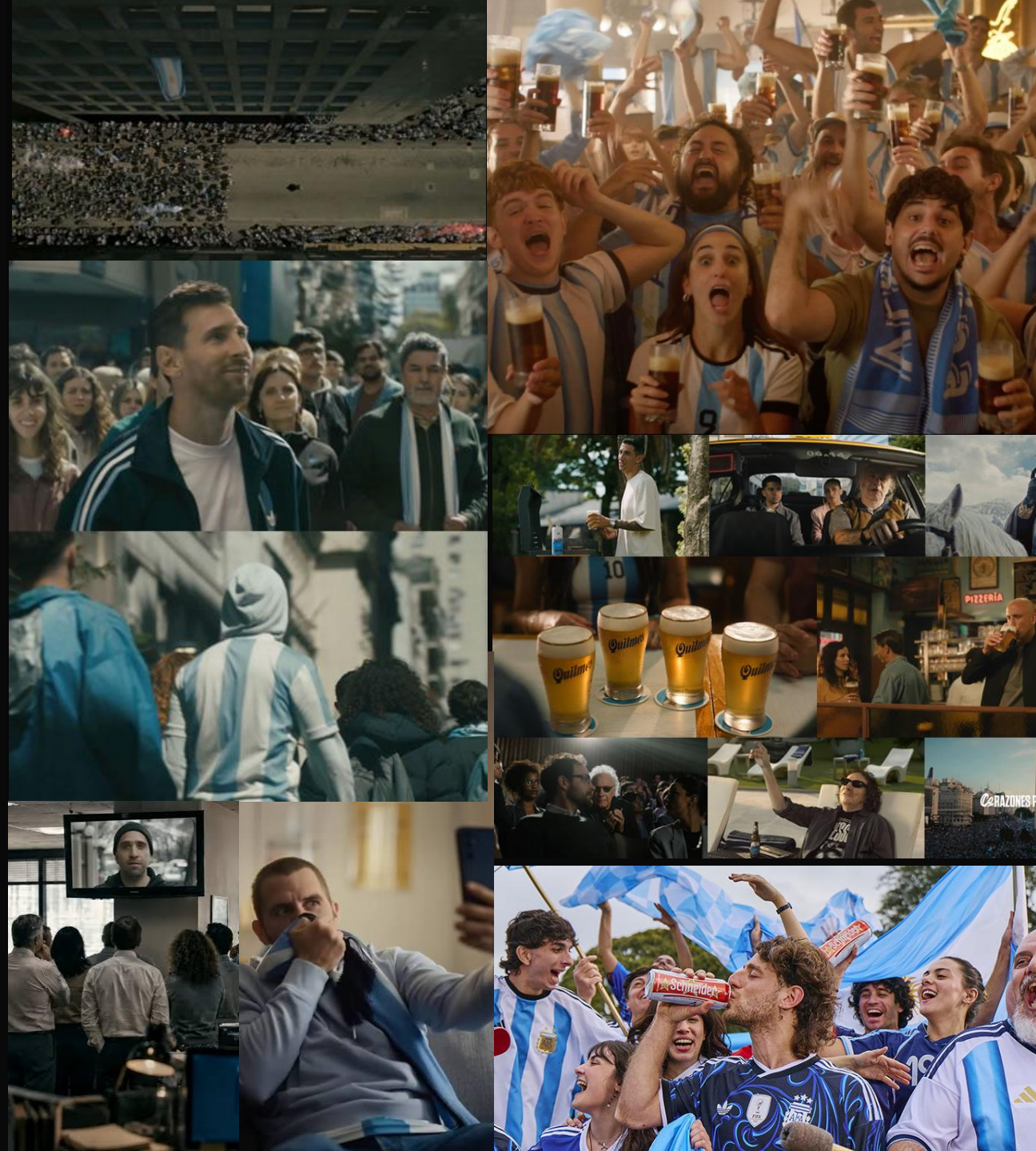
LA CONTRACARA:

todas las marcas salen a jugar

Y lo hacen MUY bien.

ENTONCES, LA PREGUNTA NO ES

CÓMO SUMARSE A LA CONVERSACIÓN...



LA PREGUNTA ES...

CÓMO CAPITALIZAR LA CONVERSACIÓN PARA TRANSFORMARLA VENTAS & BRAND POWER







¿Por qué decimos que fue la campaña más exitosa de la historia de la marca?



La más volumétrica
de nuestra historia

+177% vs objetivo

Hamburguesas del **lanzamiento**

+ de 15 semanas vendiendo casi el doble al **objetivo y fines de semana triplicándolo**

+75% vs último récord

Tasty Ft. Cuarto 2025



El más incremental
de nuestra historia

+78% en Grands

+14% TOTAL HAMBURGUESAS

Vs lo que veníamos vendiendo en el 2026



Récord histórico
de **Share!**

+33 puntos sobre segundo player

Semestre récord en
Comidas rápidas
&
Food Service



Trimestre récord en 20 de los 23 **atributos de marca** que medimos

+4pp sabor

+6,7pp ecuación de valor

+5,5pp precios accesibles

con una propuesta de alto desembolso

+4,5pp marca favorita

+3pp promedio de imagen

El mayor crecimiento de nuestra historia

Segundo mejor

BRAND POWER

de nuestra historia y con los **dos principales competidores cayendo**

**vs periodo anterior*

Qué hicimos diferente esta vez para conseguir estos resultados?



Anticipación: una de las primeras marcas en lanzar su campaña de Mundial (17 de abril)

Capitalizamos la conversación y tuvimos viralización récord



- Población argentina: **47.4 millones de habitantes**
- McD Arg IG Seguidores: **1,1 millones**
- Posteo:
  - **9,4 millones de views**
  - **741k likes**
  - **175k Shares**

  7,8% engagement
  1,6% likes / población

El único posteo de McDonald's en todo el mundo que compite con el nuestro:



- US población: **340 millones**
- McD US IG Followers: **5,6 millones**
- Posteo:
  - **30,3 millones de views**
  - **824k likes**
  - **52,6k Shares**

  2,7% Engagement
  0,2% likes / población







Confidentiality Confidential - Without Protection

Embajadores: elegimos a los emblemas de la nueva generación

Perfiles diferentes, complementarios, masivos y con proyección

Alexis MacAllister



Julian Alvarez



Enzo Fernandez





DIFERENCIACIÓN !!

#1 **Mantuvimos color code de marca** para diferenciarnos visualmente

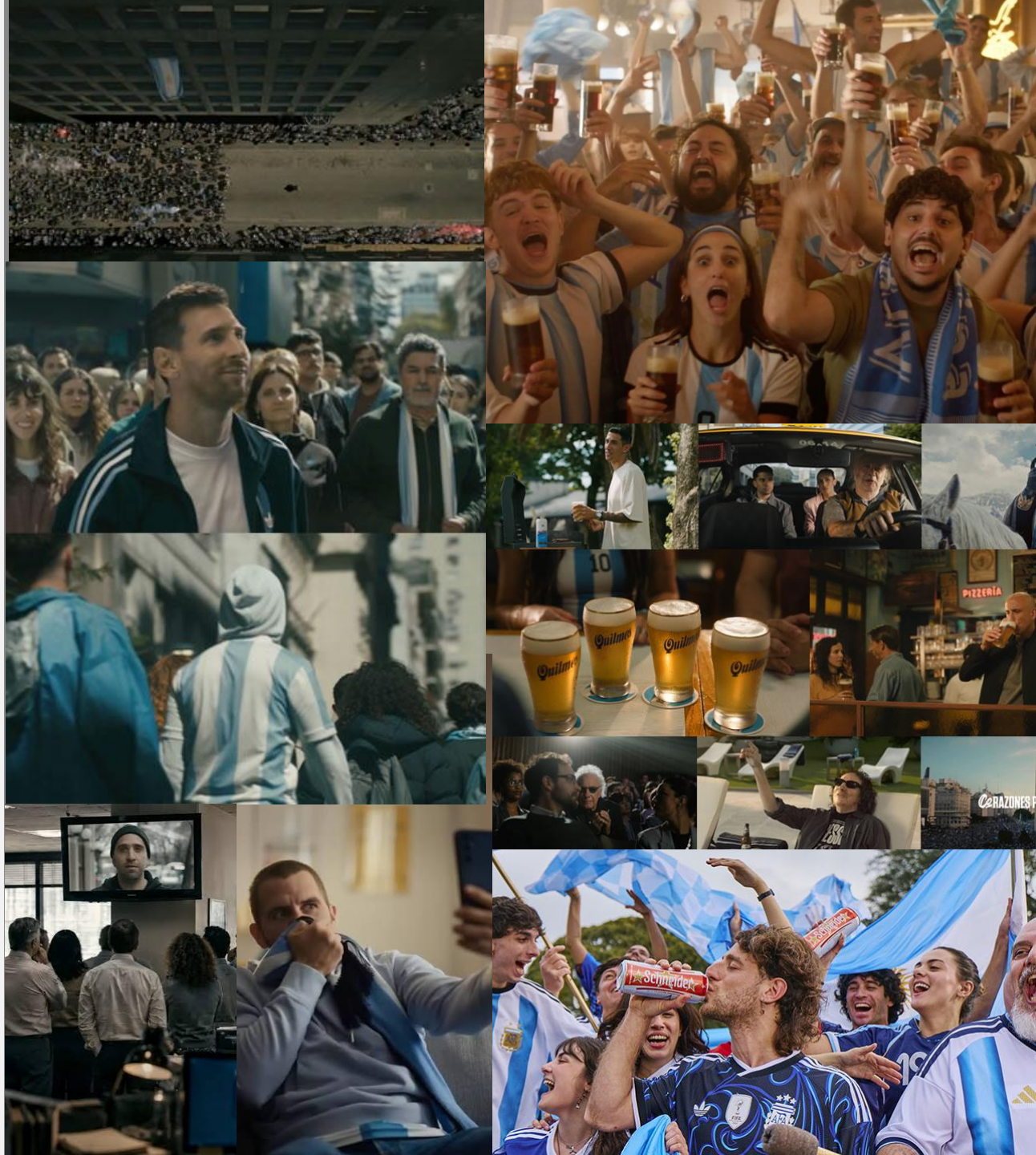


#2 Abrazamos el **humor** para no competir en el territorio de la emocionalidad



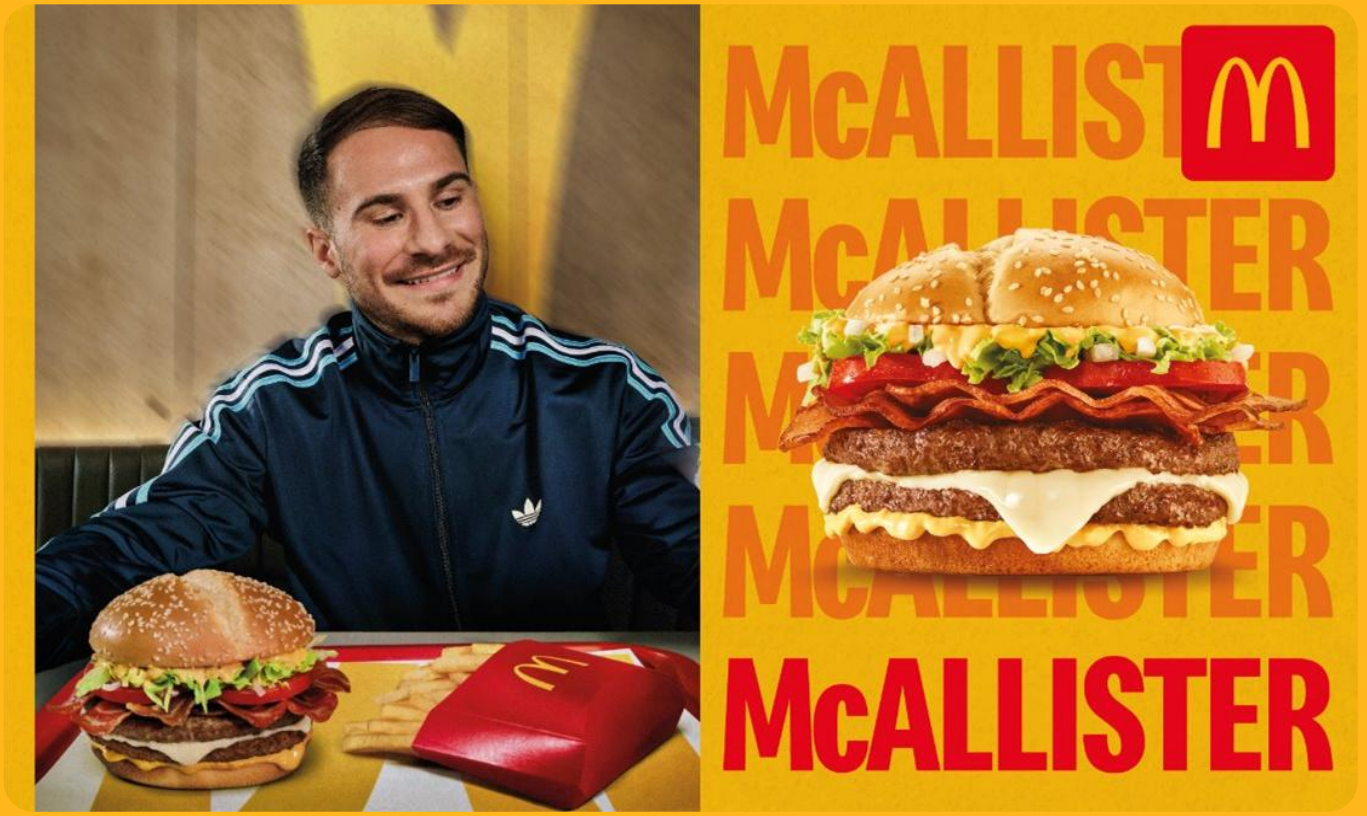
Un tono irreverente pero para todos:
Un líder que se puede dar el lujo de reírse de sí mismo, sincerar sus errores y hasta participar a la gente

Guiños de un humor del que todos somos parte



Ownability & Conexión directa al product / compra

La gente nos lo venía diciendo desde el 2022 y, para variar, estábamos tarde



1 palabra = Embajador + Marca + Producto

Productos protagonistas con 3 avenidas de perfiles de sabor

Priorizando hamburguesas tan masivas como la campaña

Fanáticos del cheddar

Fanáticos del ahumado y sandwiches tradicionales

Fanáticos del pollo y de la salsa Ranch



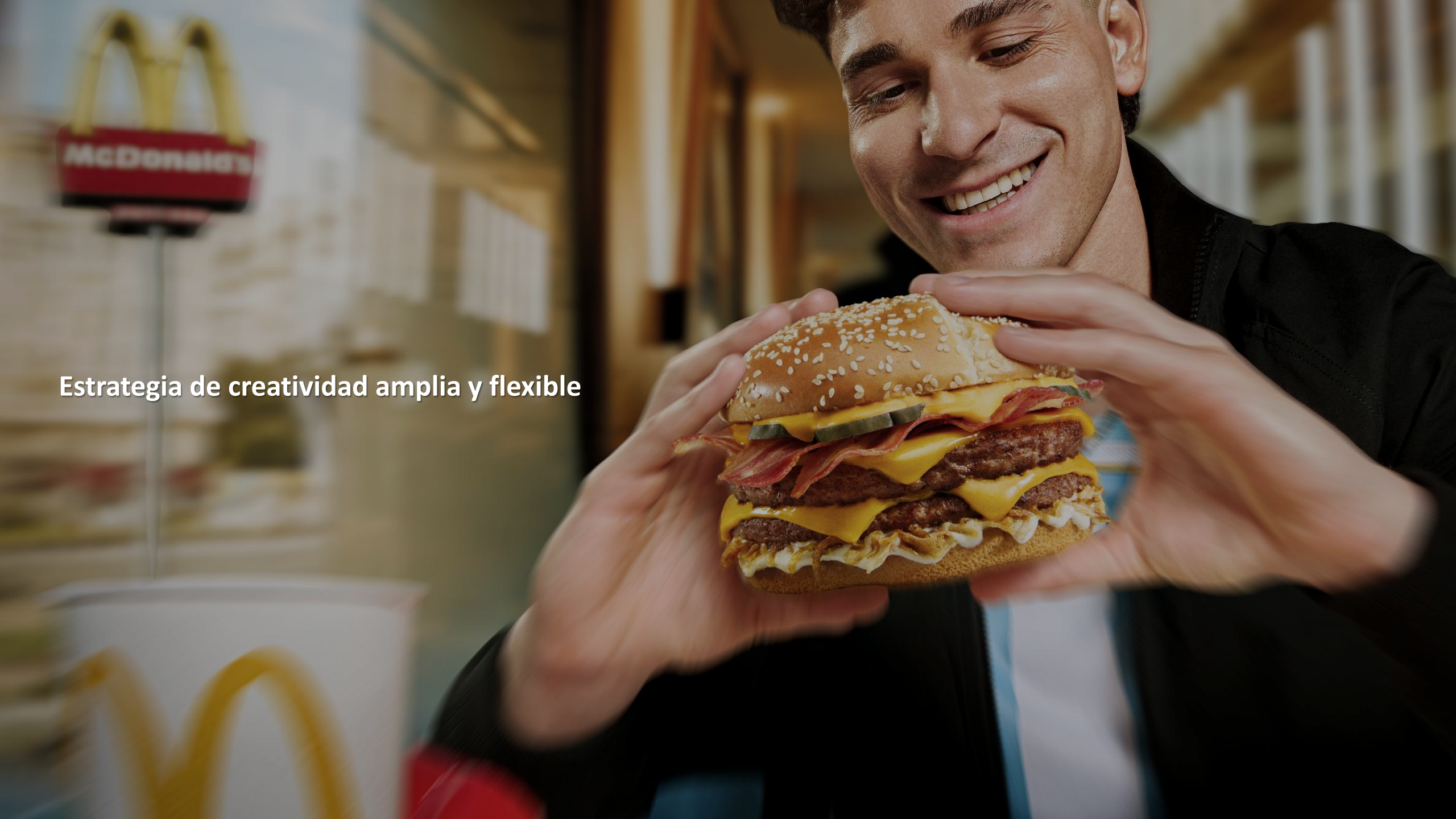
Ecuación de valor

Un producto premium
Pero con valor agregado

Permitiéndonos **rentabilizar**
y al mismo tiempo mantener (o hasta **mejorar**) la **ecuación de valor**

+6,7pp ecuación de valor
+5,5pp precios accesibles





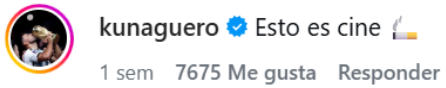
Estrategia de creatividad amplia y flexible

Una estrategia creativa sólida, amplia y flexible, con un líder que se puede reír de sí mismo

Una producción digna de líder

- **Producción de calidad cinematográfica:**
  - **Planos** angulares para destacar el humor
  - Paleta de **colores y ropa aspiracional**
  - Placas **ownables para la marca**
  - **Guiños de humor** para hacer parte a la gente





kunaguero Esto es cine

1 sem 7675 Me gusta Responder

Flexibilidad para RRSS y para evolucionar

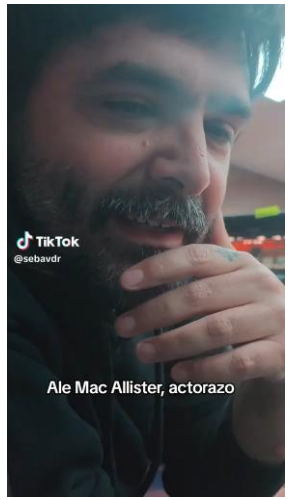
- Sumar **aliados que lo hagan mejor que nosotros** - Simbiosis
- **Permitir filtraciones** cuidadas **y sacar a la marca del centro**
- **Flexibilidad** para aprobar contenidos con códigos de RRSS (+330 contenidos)
- **Una estrategia flexible para cambiar los planes pero sólida para no perderse en el camino**
- E**l real time** como **acompañante y no en el centro**
- *La conversación es el medio y no el fin*

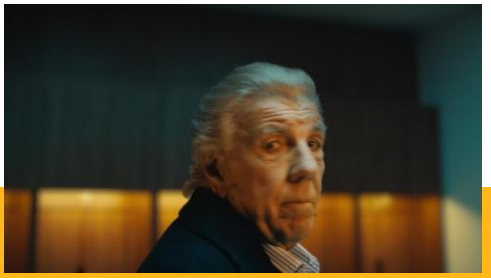




















DIVERSIFICACIÓN MEDIÁTICA



Nos vestimos para cada medio diferenciando lenguaje y objetivo:

- Masividad
- Afinidad
- Multiplataforma
- Real Time
- Lenguajes adhoc

Pero sobre todas las cosas…..



#1: Siempre nos preguntamos “¿esto me interesaría si no trabajase en Mc?”

La gente es el único termómetro real

#2: recordamos todos los días el eje y objetivo de la campaña

No querer forzar lo que no está alineado

#3: nos esforzamos para no engolosinarnos con la viralización

Entender cuándo te construye y cuándo no

Y nunca, pero nunca, aprobamos un material que no nos convencía


Y así nos convertimos en la mejor campaña de Mc para el Mundial DEL MUNDO….
Pero ahora……

BWT ALPINE FORMULA ONE™ TEAM

NUEVO McCOMBO GRAND FRANCO





*ESTE McCOMBO NO INCLUYE A FRANCO COLAPINTO

Escaneá acá y usá el código McUBA

2026



Muchas Gracias!!!!

