vinetur

Orlando convierte una historia viral en un reencuentro familiar alrededor de una receta de siempre

La marca apela a la memoria doméstica con una comida que recupera una receta ligada a su historia

jueves 1 de octubre de 2026

La familia Fernández ha convertido una historia que había ganado difusión en internet en un reencuentro familiar impulsado por Orlando. La marca colaboró con Amparo para reunir a los suyos alrededor de una mesa y recuperar una receta de siempre, una preparación ligada a la memoria de la familia. La acción se ha identificado con la etiqueta #UnSaborFamiliar.

El eje de la iniciativa pasa por llevar una historia viral al terreno de la vida cotidiana. En este caso, el punto de unión no fue un acto público ni una campaña centrada solo en redes, sino una comida familiar construida en torno a una receta conocida por los Fernández. Orlando presenta esa reunión como el centro de la acción y como la forma de dar valor a un recuerdo compartido.

La participación de Amparo fue la pieza sobre la que giró el reencuentro. Orlando explica que trabajó con ella para hacer posible esa cita familiar y para devolver a la mesa una de esas recetas que, con el paso del tiempo, acaban formando parte de la identidad de una casa. La campaña usa esa idea para relacionar el producto con una experiencia reconocible para muchos hogares: la cocina como espacio de vínculo entre generaciones.

La operación también encaja en una línea frecuente en el marketing de alimentación, donde las marcas buscan asociarse a escenas domésticas y a recuerdos concretos. La diferencia, en este caso, es que la historia de partida ya tenía recorrido en internet y la marca la ha transformado en un encuentro físico, con la comida como elemento central. Ese paso de la pantalla a la mesa es el mensaje que articula #UnSaborFamiliar.

El uso de una receta “de siempre” no es un detalle menor dentro de la acción. En campañas de este tipo, las preparaciones familiares funcionan como una forma de reconocer costumbres, afectos y hábitos compartidos. Orlando sitúa ahí su intervención: no tanto en la novedad del plato como en su valor emocional para quienes lo preparan y lo comen juntos.

La etiqueta #UnSaborFamiliar ordena la iniciativa en el terreno digital y da nombre a una historia concreta, la de los Fernández. Con ella, Orlando vincula su imagen a una idea sencilla: que ciertos sabores remiten a personas, momentos y casas concretas. La campaña gira sobre esa asociación entre alimento, memoria y reunión familiar.

La historia de los Fernández queda así unida a una acción de marca en la que la viralidad sirve como punto de partida, pero no como fin. El centro del relato pasa a ser el reencuentro alrededor de una mesa y la recuperación de una receta que la familia reconoce como parte de su propia historia.