

Hace tres meses está en Chile y ya es una de las favoritas de las marcas

Florencia Araneda cuenta cómo se abre paso en el mundo influencer

La hija de Marcela Vacarezza y Rafael Araneda se interiorizó en este rubro y ella misma graba y edita sus videos. También elige las campañas de acuerdo a sus intereses.

CAROLINA SAAVEDRA

Hace tres meses que Florencia Araneda dejó la casa familiar en Miami. La hija de Marcela Vacarezza y Rafael Araneda quiso volver a Chile, porque le gusta su país, y se fue a vivir sola. Hoy la joven de 20 años confirma que, en lo laboral, fue la mejor decisión: es rostro de varias campañas de marcas y una infaltable invitada en los eventos.

Entrar al rubro de los influencers podría haber sido más fácil para Florencia, pero ella, que estudió Business con mención en Marketing, tomó el tiempo para clasificar a qué tipo de público y qué tipo de productos quería mencionar. "Generalmente trabajo con marcas con las que me siento identificada, que me gustan y que usaría también aunque no estuviera trabajando con ellas. Lo que promociono es porque en verdad me gusta. También me es importante que sea un equipo o una marca que tenga mis mismos valores e incluso que tengan un buen ambiente de trabajo", comenta Flo.

En su cuenta de Instagram (@floanedra, 195 mil seguidores) se aprecian los intereses que promueve y que ella comparte. Por ejemplo hay una campaña para Lancome, para



CEBIDA

Florencia se maneja porque estudió Business y Marketing.

Marquis, viajes, maquillaje, ropa, joyas y también para Nespresso. "Es que viste, me encanta el café y trabajo con ellos. Mis gustos se vuelcan en lo que muestro".

El ser influencer ya definitivamente es un trabajo.

"Es un trabajo en el sentido que requiere tiempo, preocupación. Pero también es un trabajo que te abre muchas puertas. Es muy entretenido también, entonces no se siente lo que haces".

¿Cómo funciona? ¿Es rostro fijo de una marca?

"Generalmente en el mundo de redes sociales se trabaja por campañas, lanzamientos o colecciones. Entonces va variando cuándo se necesita. Estos meses de colecciones de verano son más movidos. Hay marcas con la que uno puede tener un contrato más extendido y así potenciar algo todos los meses".

¿Con quién trabaja para armar los videos?

"No tengo equipo, los voy grabando yo, los edito y hago el contenido. Me gusta hacerlo yo misma".

Flo, por ejemplo, ¿De cuántos eventos o campañas estamos hablando en un mes?

"Es variable, pueden ser seis campañas al mes, de repente menos. En los Black Friday aumentan. En cuanto a los eventos, en esta época que hay más, puedo ir a tres (a la semana). Me gusta ir porque puedo conocer más de los orígenes de la marca y al equipo".

¿Pensó que iba tener arrastre?

"Fue bien de a poco porque las primeras marcas apostaron por mí y a que nos iba a ir bien sin conocerme mucho. No tenían nada que les asegurara eso y nos ha ido bien".