

Campaña y concepto



IDENTIFICACIÓN

Benel-G — “Una combinación única”

Nombre de campaña: inferido por el claim y el cierre visual.

Marca: Benel-G

Organización observada en toolkit/pack: Chinoin

Producto: suplemento alimenticio, en cápsula vegetal y suspensión.

PROBLEMA / OBJETIVO

Crear un territorio pediátrico propio y reconocible sin caer en un tono documental, caricaturesco o excesivamente infantil.

INFERENCIA ESTRATÉGICA

El personaje busca hacer memorable a Benel-G y conectar la singularidad del ornitorrinco con la promesa “Una combinación única”.

IDEA CREATIVA

Un ornitorrinco con un equilibrio de tono muy preciso

- “Creíble, pero no documental.”
- “Tierno, pero no caricatura.”
- “Pediátrico, pero no infantil.”

El video muestra la transición desde referencias de un ornitorrinco real hasta un personaje 3D/CGI estilizado y, finalmente, su integración con el sistema gráfico, el producto y el claim de campaña.

Estrategia y ejecución

EL BRIEF CREATIVO

Credible, pero no documental.
Tierno, pero no caricatura.
Pediátrico, pero no infantil



SECUENCIA DE EJECUCIÓN

1. Referencia natural

El relato abre con el ornitorrinco real: forma, movimiento, textura y comportamiento como punto de partida visual.

2. Brief creativo

Se fijan tres límites de tono: credibilidad sin documental, ternura sin caricatura y pediatría sin infantilización.

3. Desarrollo del personaje

La referencia se estiliza hasta una mascota con rasgos propios; aparecen versiones naturales, antropomorfizadas y con vestuario.

4. Integración de marca

El personaje se combina con el logotipo, el universo gráfico azul/morado, el claim y los packshots de producto.

5. Sistema / toolkit

El video muestra un “Benel-G Toolkit — Chinoin”, evidencia de una intención de estandarizar la aplicación del nuevo lenguaje visual.

CANALES Y CONTACTO CON AUDIENCIA

Se observan adaptaciones gráficas horizontales y piezas de campaña. El canal exacto de publicación no es verificable únicamente a partir del video. No se muestran activaciones presenciales, usuarios reales ni interacción directa con la audiencia.

Materiales, resultados y síntesis



MATERIALES IDENTIFICADOS

- Video principal / case study.
- Mascota/personaje 3D inspirado en un ornitorrinco.
- Key visual “Benel-G — Una combinación única”.
- Sistema gráfico azul/morado y fondos orgánicos.
- Packshots de Benel-G “Cápsula vegetal” y “Suspensión”.
- Adaptaciones gráficas horizontales con marca, personaje y producto.
- “Benel-G Toolkit — Chinoín”.

RESULTADOS / IMPACTO

No aparecen métricas verificables de alcance, engagement, ventas, notoriedad, cobertura o resultados de negocio. El video tampoco documenta una implementación real en medios o una reacción de audiencia.

VALOR DIFERENCIAL

La campaña convierte una característica intrínseca del ornitorrinco —su condición visualmente singular— en una plataforma de marca coherente con “Una combinación única”. El valor está en el equilibrio: un personaje suficientemente cercano para el contexto pediátrico, pero contenido para no parecer infantil o caricaturesco.

A CONFIRMAR ANTES DE INSCRIBIR

Nombre oficial de campaña; canales finales; alcance del toolkit; técnica exacta de producción del personaje (IA/CGI/3D u otra); y cualquier resultado cuantitativo que se quiera declarar.