



LA UNIÓN QUE REDEFINE EL CONTROL

CAMPAÑA

Beev® - La unión que redefine el control

Marca / organización
Eurofarma

Producto
Beev® (Evogliptina 5 mg)

LECTURA ESTRATÉGICA

Contexto / problema

El video parte de escenas de consulta y colaboración médica y desemboca en un evento presencial de presentación. El problema de comunicación específico no se explicita; se infiere la necesidad de introducir y explicar el producto en un contexto profesional de salud.

Objetivo principal (inferencia)

Dar a conocer Beev® (Evogliptina 5 mg) y comunicar sus mensajes de producto mediante un lanzamiento presencial con contenido científico/comercial.

Idea creativa

Dos cuerdas azul y rosa unidas por un nudo materializan visualmente la 'unión' del claim y funcionan como hilo gráfico del escenario y del cierre.

De la promesa visual a la experiencia



ESTRATEGIA CREATIVA

Insight (inferencia)

En un entorno terapéutico, 'control' y 'unión' pueden convertirse en códigos simples para presentar una propuesta médica compleja de manera memorable.

Sistema visual

Paleta azul/rosa, nudo de cuerdas, fondos luminosos y presencia consistente de marca, producto y claim.

MECÁNICA OBSERVADA

1. Apertura audiovisual con situaciones médicas.
2. Recepción/bienvenida en un espacio brandeado.
3. Presentaciones de responsables y especialistas ante la audiencia.
4. Exposición de mensajes clave de Evogliptina en pantalla.
5. Convivencia y registro fotográfico del encuentro.
6. Cierre con key visual, producto y claim.

Puntos de contacto visibles

Evento presencial · pantalla LED · escenario · atril/pantalla vertical · soportes gráficos · video recap

Evidencia disponible para candidatura

MATERIALES IDENTIFIC

- Video promocional/recap del evento.
- Secuencia audiovisual de apertura con situaciones médicas.
- Key visual del nudo azul/rosa.
- Gráfica de marca, producto y claim.
- Presentación digital proyectada en pantalla LED.
- Soportes físicos de ambientación y señalización.
- Atril con pantalla vertical y contenido de ponentes.
- Registro fotográfico del evento integrado en el video.



RESULTADOS

No verificable únicamente a partir del video.

El material demuestra la realización del evento y la presencia de una audiencia, pero no aporta cifras de asistencia, alcance, cobertura, recuerdo, prescripción, ventas ni impacto.

Plataformas / medios

Evento presencial y video promocional/recap. No se verifican redes sociales, pauta digital, web, prensa, televisión, radio ni OOH.

VALOR DIFERENCIAL

La fortaleza visible está en convertir la idea de unión en un recurso visual inequívoco y aplicarlo de forma coherente al espacio, las presentaciones y el cierre. La candidatura ganará solidez si se incorporan datos confirmados sobre objetivo, audiencia, alcance y resultados.