Premios Eikon 2026

Presentación de caso

Categoría de inscripción:

Categoría 15: Campaña Digital Móvil

Título del plan:

El sabor de lo único: una estrategia mobile-first para posicionar la carne argentina en Europa

Descripción:

La campaña “El sabor de lo único” desarrolló una estrategia internacional diseñada para el entorno móvil, combinando chefs, restaurantes, inteligencia artificial, tendencias digitales y contenidos adaptados a los hábitos de consumo actuales. A través de formatos verticales, storytelling visual, contenido multilingüe y una estética premium, Argentine Beef logró conectar con audiencias de ocho países europeos y consolidar el posicionamiento de la carne argentina como una experiencia gastronómica única.

Compañía:

IPCVA. Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina

Agencia:

Puken

Persona responsable:

Carlos Gonzalez Prieto

IMPORTANTE

La siguiente presentación no contiene ilustraciones, fotografías, publicaciones ni audiovisuales. Para visualizar todo el contenido desarrollado para este caso ingresar al siguiente link:

https://docs.google.com/presentation/d/1NEnYC5OiqD2TAPpxk_BGO7hb5CnqUucN1L9DhfukvhY/edit?usp=sharing

INTRODUCCIÓN

Argentine Beef es la marca internacional del IPCVA encargada de representar a la carne argentina en los principales mercados del mundo. Bajo el concepto “El sabor de lo único”, la campaña buscó posicionar a la carne argentina como un producto premium asociado a la excelencia gastronómica, el prestigio y la calidad.

PROPUESTA / ESTRATEGIA

Toda la campaña fue concebida bajo una lógica mobile-first. La estrategia combinó contenidos gastronómicos, entrevistas con chefs, recorridos por restaurantes europeos, inteligencia artificial, tendencias digitales y formatos de alto impacto visual.

DESARROLLO

• Contenidos mobile-first para Instagram, Facebook, TikTok, YouTube y LinkedIn.
• Chefs, restaurantes e influencers gastronómicos como protagonistas.
• Uso de inteligencia artificial para storytelling, recursos visuales y locuciones.
• Desarrollo de guiones creativos para cada plataforma.
• Adaptación cultural y lingüística en 9 idiomas.
• Producción de reels, shorts, videos verticales, PDFs e infografías optimizadas para celular.

RESULTADOS

• 207.766.005 impresiones.
• 42.184.917 reproducciones de video.
• 384.186 clics.
• 289.783 visitas al sitio web.

La combinación entre gastronomía, innovación tecnológica y formatos mobile permitió consolidar el posicionamiento de Argentine Beef como una marca premium, moderna y relevante en Europa.