

Revista

**pork**

**colombia**<sup>®</sup>

Ed. 274 Noviembre - Diciembre 2023

ISSN 0122-4220

Los logros han sido muchos,  
pero los retos siempre serán más:

## Planeación Estratégica de Mercadeo

Sorprende mejor con cerdo.

Panel de hogares: carne de cerdo en la  
mesa de los colombianos.

Eventos 2023.

¿Por qué no debemos usar el inóculo del  
virus del PRRS en cerdos en crecimiento?

Para la

Revista

**pork colombia**<sup>®</sup>

lo mejor de este 2023 han sido los retos y avances que hemos tenido como sector

*Feliz Navidad  
y un próspero  
2024*



# PREMIOS PORKS 2023

Brilla la porcicultura



Asociación  
**porkcolombia**  
FONDO NACIONAL DE LA PORCICULTURA

## GANADORES

MODALIDAD	CATEGORÍA	GRANJA - EMPRESA - REGIÓN	GALARDÓN	VALOR
Lechones destetos por cerda de baja	I	La Manguita / Diana María Castrillón / Antioquia	ORO	76,21
		San Judas / Agropecuaria Doble A S.A. / Antioquia	PLATA	76,11
		La Suiza / Porcisuiza S.A.S - Nueva Porcicultura / Antioquia	BRONCE	72,46
	II	Villa Viviana / LF Rivera e Hijos S.A.S / Valle del Cauca	ORO	78,98
		Samaná / Porcícola Samaná / Valle del Cauca	PLATA	75,52
		Palermo / Porcícola Palermo / Valle del Cauca	BRONCE	73,76
	III	La Siria / Promotora Porcina S.A.S / Quindío	ORO	85,29
		Campeón / Mario Ferney Cobaleda Balceros - Cercafe / Quindío	PLATA	78,26
		La Florida / Promotora Porcina S.A.S / Antioquia	BRONCE	77,16

MODALIDAD	CATEGORÍA	GRANJA - EMPRESA - REGIÓN	GALARDÓN	VALOR
Tasa de partos	I	San José / Cersabana / Cundinamarca	ORO	95,10
		La Manguita / Diana María Castrillón / Antioquia	PLATA	91,87
		Sierra Morena / Gustavo Adolfo Marín Marmolejo - Cercafe / Quindío	BRONCE	91,54
	II	Guadalupe / Agropecuaria Zavar Zomac S.A.S - Porcicultores APA / Antioquia	ORO	95,92
		El Caminito / Agropecuaria el Caminito - Porcicultores APA / Antioquia	PLATA	95,84
		Samaná / Porcícola Samaná / Valle del Cauca	BRONCE	95,19
	III	Cerezales / Proccer S.A.S / Antioquia	ORO	95,91
		Agropecuaria El Porfín / Agropecuaria El Porfín - Porcicultores APA / Cundinamarca	PLATA	95,01
		La Floresta / Porcícola la Floresta S.A.S - Nueva Porcicultura / Antioquia	BRONCE	94,81

MODALIDAD	CATEGORÍA	GRANJA - EMPRESA - REGIÓN	GALARDÓN	VALOR
Productividad numérica	I	Lomitas / Jamones del Huila S.A.S / Huila	ORO	35,77
		San José / Cersabana / Cundinamarca	PLATA	33,45
		La Manguita / Diana María Castrillón / Antioquia	BRONCE	32,93
	II	Samaná / Porcícola Samaná / Valle del Cauca	ORO	35,38
		La Capadocia / La Capadocia Ltda. / Caldas	PLATA	34,69
		El Recreo / Corredor López S.A.S / Cundinamarca	BRONCE	34,64
	III	San Fernando / Inversiones SOGA S.A. / Antioquia	ORO	35,39
		Emmanuel / Porcícola Emmanuel S.A.S / Quindío	PLATA	35,08
		Cerezales / Proccer S.A.S / Antioquia	BRONCE	35,05

## PREMIOS ESPECIALES

Producción sostenible	I	Hacienda La Primavera / Carlos Arturo Arias Falla / Meta	Análisis de la información obtenida en las visitas a granjas por parte de los programas liderados por el Área Técnica
	II	Centro de Transferencia Genética - PIC / Grupo BIOS / Tolima	
	III	Pontevedra / Agrocercos S.A. / Risaralda	
Bioseguridad	I	Los Álamos / Nestor Rosero Vélez / Valle del Cauca	
	II	La Virtud / Cercafe / Valle del Cauca	
	III	Los Micos / Solla S.A. / Antioquia	
Bienestar animal	I	Desierta	
	II	Porcícola Líder / Porcícola Líder de Colombia S.A.S / Cundinamarca	
	III	Los Micos / Solla S.A. / Antioquia	

DIAMANTE ROSADO	San Fernando / Inversiones SOGA S.A. / Antioquia	Se evalúa el conjunto de los parámetros reproductivos y la homogeneidad de los datos
-----------------	--	--

Patrocinador Diamante

Patrocinador Plata

Patrocinadores Bronce

Apoya

**zoetis**



## CONTENIDO

- 3 Editorial.
- 4 Los logros han sido muchos, pero los retos siempre serán más: Planeación Estratégica de Mercadeo.
- 12 Eventos 2023.
- 18 Panel de hogares: carne de cerdo en la mesa de los colombianos.
- 20 ¿Por qué no debemos usar el inóculo del virus del Síndrome Reproductivo y Respiratorio del Cerdo (PRRS) en cerdos en crecimiento?.
- 22 Sorprende mejor con cerdo.

### Junta Directiva

#### Presidenta

María del Carmen Otero González  
Granjas Paraíso  
Valle del Cauca

#### Vicepresidente

Alejandro Betancur  
Inversiones Agroindustriales  
de Antioquia

#### Comercial Floresta S.A.S.

Cundinamarca

#### Proccer S.A.S.

Antioquia

#### Porcicultores APA S.A.S

Antioquia

#### Produpork S.A.S.

Atlántico

#### Cooperativa Nueva Porcicultura

Antioquia

#### Augusto Osorno Gil

Antioquia

#### Nextpork S.A.S

Risaralda

#### Egoz Industria Agropecuaria del

Tolima S.A.S

Tolima

#### Miembro Honorario

Jaime Enrique Cuéllar Chacón  
Bogotá

### Consejo Editorial

#### Presidente Ejecutivo

Jeffrey Fajardo López

#### Vicepresidenta Ejecutiva

Diana Corina Zambrano M.

#### Editores

Julián David Calderón.  
Diana C. Hernández P.

#### Asesor Creativo - Diseño

Manolo Perdomo  
director@manoloperdomo.com

#### Fotografías

*Porkcolombia - FNP,*  
archivo general, páginas web,  
Freepik

#### Impresión

Legis

Bogotá • Colombia



## Apreciados porcicultores

En la última edición del año de nuestra *Revista Porkcolombia* plasmamos el ejercicio de Planeación Estratégica, que construimos en este 2023 como profundización de la Planeación Estratégica adelantada en 2019, enfocada específicamente en el área de Mercadeo. En esta edición encontrarán los resultados de este ejercicio en el que se establecen nuevos y ambiciosos objetivos, entre ellos, el apuntarle a llegar a un consumo per cápita de 20 kg para el año 2030.

"Mejor con Cerdo" es la campaña con la que durante todo este año desde *Porkcolombia - FNP* promovimos de manera masiva el consumo de carne de cerdo colombiana en los hogares del país, manteniendo la versatilidad, apetitividad y una mezcla de música y humor que nos ha caracterizado en los últimos años. Para el período 2023-2024 decidimos dar continuidad a esta exitosa campaña, incorporando la carne de cerdo en nuevos momentos del día, a partir de cortes "no tan famosos" con los que se pueden sorprender y demostrar las características diferenciales de esta proteína. Así nace "Sorprende mejor con cerdo".

Finalmente, como parte de nuestro programa de Marketing Relacional, este 2023 *Porkcolombia - FNP* adelantó diferentes estrategias para socializar las bondades gastronómicas de la carne de cerdo colombiana, generando una percepción favorable frente a esta proteína, fomentando su preferencia y aumentando su consumo.

De esta forma cerramos un año de retos y oportunidades deseándoles una feliz navidad y un próspero año 2024.

JEFFREY FAJARDO LÓPEZ  
Presidente Ejecutivo  
Porkcolombia



Foto: Freepik



Los logros han sido muchos, pero los retos siempre serán más:

# Planeación Estratégica de Mercadeo



Entre los meses de junio y julio se llevó a cabo el proceso de planeación estratégica del área de Mercadeo del *Fondo Nacional de la Porcicultura - FNP* en el que participaron nuestra Junta Directiva, Presidencia y Vicepresidencia Ejecutiva, además de un amplio grupo de marcas y poricultores.

Durante este proceso se analizaron los cambios más importantes que se observan en la sociedad actual, que marcan tendencias relevantes en nuestra categoría y que fueron considerados dentro de las estrategias a formular. En este orden de ideas, se consideraron las siguientes variables sociales y económicas:





Miembros de la Junta Directiva de *Porkcolombia* - FNP en la jornada de Planeación Estratégica de Mercadeo.

Para el ejercicio, primero se analizaron los resultados alcanzados en la última década, destacándose el incremento en el consumo per cápita que pasó de 6,0 kg en 2012 a 13,2 kg en 2022, la penetración en los hogares que pasó del 49% al 91% y se ha alcanzado un *Top of mind* que pasó del 15% al 35,7%.

Posteriormente, y como resultado de la participación de las marcas, los productores y la Junta Directiva, se formularon cuatro grandes objetivos que a la vez dieron lugar a cuatro líneas estratégicas, desde donde se formulan los programas del área de Mercadeo. Entre las líneas estratégicas están:

- 1

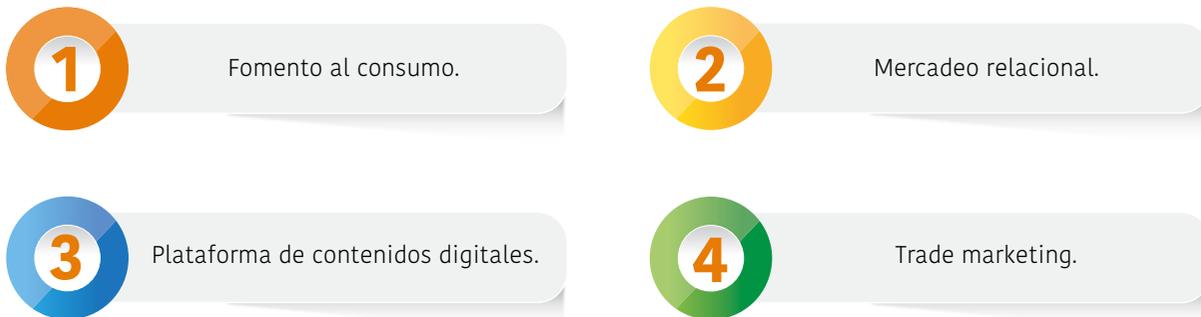
Intensificar la masificación popular del consumo de carne de cerdo colombiana, incrementando la tasa de compra y la frecuencia de compra. ...
- 2

Establecer y fortalecer la relación digital con las audiencias siendo parte muy activa de su vida digital. ...
- 3

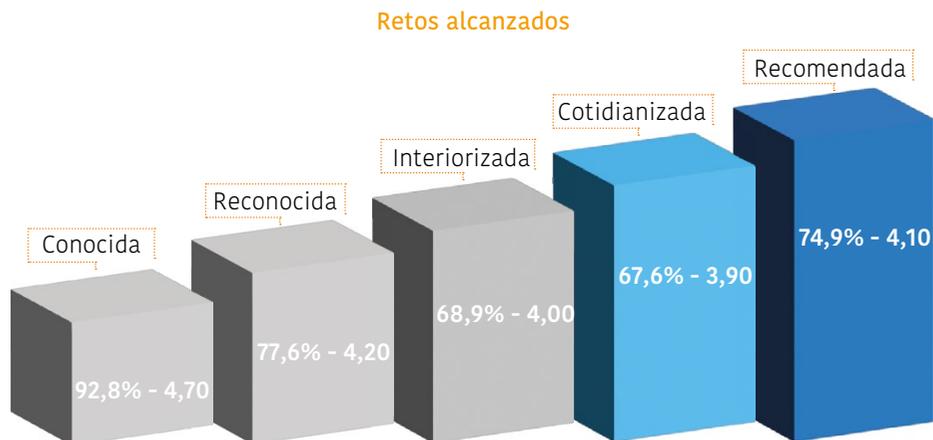
Fortalecer el relacionamiento con grupos de interés (HORECA, fitness, médicos y chefs, entre otros) para derribar barreras de consumo. ...
- 4

Apropiar y excitar el punto de venta como parte clave de la decisión de compra, informando correctamente acerca de la categoría, cortes, recetas y estimulando la compra. ...

A partir de lo anterior, surgen cuatro programas que enmarcarán al área de Mercadeo:



Dados los logros alcanzados en cada etapa por la carne de cerdo, se ha diseñado una nueva “Escalera Estratégica Comunicacional”, que consiste en una metodología que ayuda a asegurar un camino real y cierto hacia el posicionamiento de la carne de cerdo colombiana y al desarrollo de las estrategias planteadas, para generar un espacio para esta proteína en la mesa de los colombianos.





Igualmente, el ejercicio permitió formular las metas para el año 2030, enmarcadas de la siguiente manera:

- 1** Lograr un consumo per cápita a 2030: **20 Kg/p.**
- 2** Alcanzar en el digital brand equity el **30%**.
- 3** Lograr una interacción con el ecosistema digital de la carne de cerdo del **30%**.
- 4** Obtener una reducción del **24%** al **12%**, de las personas que no consumen carne de cerdo.
- 5** Desarrollar el programa de marca y el plan de marketing por lo menos para **5** marcas cada año.
- 6** Lograr un *Top of mind* [T.O.M.] no menor a **40%**.
- 7** Lograr un *Top of heart* [T.O.H.] no menor al **75%**.
- 8** Lograr un NPS (*Net Promoter Score*) de mínimo **40%**.

De esta manera, encontramos que los logros han sido muchos, pero los retos siempre serán más, por eso desde *Porkcolombia - FNP* continuamos trabajando para impulsar nuestro deseo de que los colombianos cada día tengan como primera opción a la carne de cerdo colombiana, por su versatilidad y bondades gastronómicas.

¡La sinergia  
necesaria para la  
salud intestinal!

¡La protección  
eficaz contra el  
desafío tóxico!

UNIWALL<sup>®</sup>  
MOS 25

DI HEPTARINE<sup>®</sup>  
S



@VETANCOLOMBIA | VETANCO.COM | BVSCIENCE.COM



Dr. Bata Ltd.  
Biotecnología en Salud

# ¿CAUSA DE CHICHARRÓN?

SORPRENDE MEJOR CON CERDO



Fundación Colombiana del Corazón

# UNA RECETA PARA SORPRENDER

## CAUSA DE CHICHARRÓN

- **Porciones:** 3
- **Tiempo de preparación:** 25 minutos
- **Corte:** tocino de barriga
- **Método de cocción:** fritura

### Ingredientes

- 200 gr de tocino en cubos pequeños.
- 200 gr de aguacate.
- 200 gr de papa criolla pelada.
- 50 gr de crema de leche.
- 50 gr de mantequilla.
- Sal y pimienta.
- 50 gr de cebolla roja cortada en julianas.
- 29 gr de cilantro finamente picado.
- 100 ml de vinagre de manzana.

### Preparación

1

Freímos los cubos de tocino y reservamos, cortamos el aguacate en cubos y reservamos, cocinamos la papa hasta formar un puré luego agregamos la crema y la mantequilla, sal y pimienta al gusto.

2

Cortamos la cebolla en julianas y en un bowl la sumergimos en el vinagre de manzana.

3

Para emplatar servimos un timbal de puré de papa con ayuda de un molde redondo, luego servimos el aguacate y por último el chicharrón, decoramos con la cebolla encurtida y el cilantro finamente picado.



# Eventos 2023

Este 2023 *Porkcolombia* – FNP, como parte de su programa de Marketing Relacional, adelantó diferentes estrategias para socializar las bondades gastronómicas de la carne de cerdo colombiana, sus beneficios nutricionales, la variedad de sus cortes y sus numerosos métodos de preparación, generando una percepción favorable frente a esta proteína, fomentando su preferencia e igualmente aumentando su consumo. Así logramos nuestro objetivo:

## cocina móvil porkcolombia



**22.785 KILÓMETROS**

TOTAL ACTIVACIONES ABRIL  
A SEPTIEMBRE: **84**

- Abril: **6**
- Mayo: **6**
- Junio: **12**
- Julio: **24**
- Agosto: **20**
- Septiembre: **16**

\*En algunos meses hubo Festival de la carne de cerdo.



# Carpa del sabor



Personas impactadas: **1.338.197**



**agroexpo**  
corferías



¿Sabía que al disminuir el amoníaco, disminuye la mortalidad de su granja?

Disminuya amoníaco con el uso de microorganismos transformadores de materia orgánica y mejore su rentabilidad.

**SOBIOTECH**

(+57) 310 434 4314  
[www.sobiotech.co](http://www.sobiotech.co)  
@sobiotech





# Final Maestros en cortes de carne de cerdo



# Pabellón



agroexpo  
corferias

Visitantes al Pabellón:  
**30.200**

Impactos en digital:  
**1.307.997**

Alcance orgánico en redes sociales:  
Instagram, Facebook y Tik Tok

## Cifras

**Total:**

- Publicación: **188**
- Alcance: **266.570**
- Guardados: **485**
- Comentarios: **176**
- Compartidos: **308**
- Likes: **4.210**

Alcance Influenciadores:  
**Total 1.041.997**





# **porkcalidad** 2023 **SUB EL NIVEL**



**950** asistentes

**30** empresas vinculadas como patrocinadores

**16** conferencistas, de los cuales **5** internacionales





COMPARTIMOS NUESTRA PASIÓN POR LA PORCICULTURA



(+57) 314 615 74 28 - (+57) 604 448 82 72

Vereda Cabildo, 600 metros después de Enka Girardota, Antioquia - Colombia

 PorcicultoresApa

 [www.apa.com.co](http://www.apa.com.co)

 PorcicultoresApa





# Panel de hogares:

carne de cerdo en la mesa de los colombianos

Fuente: Kantar

## Contexto general FMCG

- Búsqueda de rendimiento u otras alternativas más económicas como marcas propias y promociones toman relevancia.
- En búsqueda de conveniencia el shopper visita más canales Fragmentando su compra en carritos más pequeños en donde el canal moderno entra a jugar un rol de proximidad.



## Contexto general Canasta Porkcolombia\*

- En lo corrido del año la categoría se mantiene en terreno negativo, aunque en el último trimestre se logra recuperar por la frecuencia de compra y el aumento de las promociones.
- Carne fresca es la categoría que tiene el mayor impacto en la frecuencia de compra huevos es donde los hogares están ajustando en mayor medida el volumen x acto comprado.
- Cerdo es la única categoría de la canasta que logra crecer en volumen en lo corrido del año pollo y res las más afectadas.

\* Carnes frías, huevos, carne de res, carne de cerdo, pollo y pescado.



Cerdo

Penetración  
S1 - 23 Vs S1 - 22

**92 pp**  
+0,6 PP

Penetración  
Q2 - 23 Vs Q2 - 22

**85 pp**  
+3,0 PP

- Cerdo apalanca su evolución de los NSE 2 y 3.
- Principalmente en el canal moderno (Sin *Discounter*), plazas de mercado y las famas/distribuidoras.
- El cerdo desarrolla su penetración de corto plazo en Bogotá.



Pollo

Penetración  
S1 - 23 Vs S1 - 22

**97 pp**  
-1,5 PP

Penetración  
Q2 - 23 Vs Q2 - 22

**96 pp**  
-1,9 PP

- Se viene desacelerando su compra en los NSE más bajos.
- Principalmente en los canales de bajo desembolso (*Discounter* y tradicionales).
- El pollo está presente en más ocasiones pero en porciones más pequeñas.



Res

Penetración  
S1 - 23 Vs S1 - 22

**96 pp**  
-0,5 PP

Penetración  
Q2 - 23 Vs Q2 - 22

**93 pp**  
0,0 PP

- Res se desacelera en los NSE bajos pero en el corto se recupera en los NSE 3 y 4.
- Se desacelera principalmente en los minimercados. En el corto estabiliza su caída en las famas/distribuidoras
- Se desacelera principalmente en Santander y Antioquia.



Pescado

Penetración  
S1 - 23 Vs S1 - 22

**75 pp**  
-1,0 PP

Penetración  
Q2 - 23 Vs Q2 - 22

**63 pp**  
+0,4 PP

- El pescado se desacelera principalmente en los NSE 1 de Bogotá y Atlántico.
- Bogotá y Antioquia son las regiones más afectadas Atlántico solo se desacelera el NSE 1.
- El pescado viene ganando relevancia de compra los cortes más económicos.

## Regiones clave de cerdo

### Antioquia

**+11%** Var. Volumen S1 23 Vs S1 22 **+20%** Var. Volumen Q2 23 Vs Q2 22

Buen desempeño, recuperando el hábito de compra de los hogares en un 14% en el corrido del año, al incrementar su volumen por acto y frecuencia de compra. El NSE 3 el de mayor aportación en volumen. Clave el desarrollo de las famas/distribuidoras.

### Bogotá

**+14%** Var. Volumen S1 23 Vs S1 22 **+20%** Var. Volumen Q2 23 Vs Q2 22

Buen desempeño, sumando más de 15 mil nuevos hogares en el corrido del año, siendo las famas/distribuidoras el canal de mayor aportación en volumen. Clave el desarrollo del NSE 2.

### Pacífico

**-11%** Var. Volumen S1 23 Vs S1 22 **-4%** Var. Volumen Q2 23 Vs Q2 22

Las proteínas en la región vienen perdiendo momentos de consumo dentro del hogar, por lo que se viene desacelerando su hábito de compra. Clave recuperar los momentos de consumo de cena, almuerzo y la compra en las famas/distribuidoras.





# ¿Por qué no debemos usar el inóculo del virus del Síndrome Reproductivo y Respiratorio del Cerdo (PRRS) en cerdos en crecimiento?

Laura Batista,

Asesora técnica de *Porkcolombia - FNP*  
Batista & Asociados



En este comunicado se quiere enfatizar en el riesgo que representa la utilización de un inóculo vivo del virus del Síndrome Reproductivo y Respiratorio del Cerdo (PRRS) en las etapas de precebo y ceba, tanto para la propia granja, como para el control del PRRS en la región donde se encuentra ubicado el predio.

## ¿Por qué?

1. Un inóculo es la implantación de un patógeno, en este caso del virus del PRRS en un hospedador. Esto consiste en tomar este virus vivo del suero de varios animales de la granja y hacer un preparado que lleva una manipulación mínima, mediante un protocolo establecido y condiciones óptimas de bioseguridad; sin embargo, no se debe comparar con una vacuna o autovacuna.

2. Cuando se aplica el inóculo se está inoculando el virus vivo del PRRS, por lo que se está replicando la dinámica de infección de este virus, esto implica que:

a. Habrá excreción de este virus infeccioso y virulento.

b. Este virus causa signos clínicos tanto reproductivos y respiratorios similares a los presentes en un brote clínico de la enfermedad; especialmente, si en la granja existen otros patógenos que se compliquen con la infección que estamos causando con la inoculación del virus de PRRS.

c. Por las características de este virus existe la posibilidad de que la inoculación induzca el proceso de mutación del virus y que este se vuelva más virulento.

d. Por esta razón nuestro protocolo indica solo inocular hembras de reemplazo, libres del virus del PRRS, y en un sitio aislado y en ciertas excepciones, o sea en la primera semana de un brote confirmado al hato de cría.

e. Todos estos manejos siempre deben ser coordinados por un médico veterinario.

3. El inóculo no se aplica a los animales en etapas de precebo y ceba por las siguientes razones:

a. Como ya se explicó, se está replicando la infección del PRRS. Este virus produce una viremia (~21-35 días) larga y una persistencia aún más prolongada (~120-180 días), lo que permitirá que se transmita entre los diferentes grupos, edificios o áreas de producción, evitando así el objetivo más importante del control del virus del PRRS, la estabilidad del área de cría, precebo y ceba. Esto permite que el virus persista en la granja y en la región.

b. Si en la granja existen otros patógenos se presentarán infecciones, como el Complejo Respiratorio Porcino (CRP) o problemas digestivos, entre otros. Asimismo, se verán afectados los siguientes parámetros:

I. El porcentaje de mortalidad y animales retrasados aumentarán.

II. La ganancia diaria de peso (GDP) se reducirá.

III. La conversión alimenticia (CA) aumentará.

IV. Como consecuencia de lo anterior el retorno a la inversión (ROI) se verá afectado negativamente.

c. Además, recordemos que el virus de PRRS es inmunosupresor, por lo que la respuesta a los programas de vacunación en el área de precebo y ceba pueden verse afectados.

4. Finalmente, es importante recordar que al usar el inóculo, se está inoculando el virus vivo de PRRS propio de cada granja, por lo tanto, los inóculos no deben compartirse bajo ninguna circunstancia, ya que si lo hacemos, estaremos introduciendo nuevos virus de PRRS a cada granja, con todos los consecuentes peligros ya mencionados.

COME MÁS CARNE  
DE CERDO  
COLOMBIANA  
LA DE TODOS LOS DÍAS

# ¿ENSALADA CON CERDO?

SORPRENDE MEJOR CON CERDO



Fundación  
Colombiana  
del Corazón



Asociación  
**porkcolombia**  
FONDO NACIONAL DE LA PORCULCULTURA



# SORPRENDE MEJOR CON CERDO.

La campaña que convirtió al cerdo en el protagonista de la mesa colombiana.

**D**esde sus inicios, *Porkcolombia - FNP* ha promovido el consumo de carne de cerdo colombiana en los hogares del país, manteniendo sus pilares de comunicación que tanto lo caracterizan: versatilidad, apetitosidad y una mezcla de música y humor.

En 2022, en colaboración con la agencia creativa Sancho BBDO, *Porkcolombia - FNP* dio un giro a su estrategia de marketing centrada en los platos cotidianos que consumen en los hogares colombianos, sustituyéndolos con carne de cerdo gracias a los múltiples beneficios de esta proteína. Así nació la campaña:

## "Mejor con Cerdo"

una invitación para que las personas sigan preparando sus platos favoritos, pero ahora con cerdo, ya que se trata de una proteína deliciosa, jugosa, económica, nutritiva y extremadamente versátil.

Para el período 2023-2024, *Porkcolombia - FNP* continúa su colaboración con Sancho BBDO, con el objetivo de dar continuidad a la exitosa campaña del año anterior.





Por eso, bajo el objetivo de incorporar la carne de cerdo en nuevos momentos del día, se apalancó la campaña en el lado desconocido de esta proteína, demostrándoles a las personas que hay cortes "no tan famosos" del cerdo con los que pueden sorprender a sus comensales, incluso si no se es un experto en la cocina, porque con un poco de sal y pimienta se pueden hacer recetas increíbles, o también con un poco más de tiempo se pueden elaborar platos para los paladares más exigentes.

Además, el rendimiento de esta carne permite que un solo corte alcance para una o varias personas. Con todos los ingredientes sobre la mesa, están listos para posicionar al cerdo como el protagonista en todas las mesas colombianas en cualquier momento del día, gracias a su versatilidad, calidad y precio.

## Así es como nace "Sorprende mejor con cerdo", una campaña que consta de dos comerciales de televisión que narran las historias de diferentes personajes que se enfrentan a situaciones de consumo.

En estas situaciones, deben sorprender a sus invitados con diversos cortes y platos innovadores a base de cerdo, todo ello acompañado de una improvisación de ritmos que fusionan reguetón y rap.

Además de los comerciales, se lanzarán diversas piezas gráficas y contenido digital. En estos medios se destacarán, no solo las preparaciones con cerdo, sino también la versatilidad dentro de los medios, demostrando así que con cerdo siempre se puede sorprender y ser versátil.

Con esta estrategia y su nuevo enfoque *Porkcolombia - FNP* junto a Sancho BBDO tienen como objetivo, no solo aumentar el consumo de carne de cerdo colombiana en todo el país, sino también recordarles a todos que siempre se pueden sorprender "Mejor con cerdo".



# LAS AMENAZAS SE ADAPTAN...



zoetis®



**1<sup>a</sup>**  
**VACUNA**  
DE CIRCOVIRUS  
CON 2 GENOTIPOS  
DE PCV2

 **Fostera<sup>®</sup>Gold**  
PCV

 **Fostera<sup>®</sup>Gold**  
PCV MH

# LA ACTUALIDAD

del gremio porcultor, en artículos con alta profundidad y análisis en la revista especializada del sector.



Información editorial y comercial

Diana Carolina Hernández P.  
Asesora de Comunicación Sectorial  
Tel.: (601) 248 6777 Ext.: 201 - Cel.: 300 8838601  
dchernandez@porkcolombia.co



# ¿PIZZA DE CERDO?



COME MÁS CARNE  
DE CERDO  
COLOMBIANA  
LA DE TODOS LOS DÍAS  
[comemascarnedecerdo.co](http://comemascarnedecerdo.co)

SORPRENDE MEJOR CON CERDO



Fundación  
Colombiana  
del Corazón