

.0 / ToolKit Resuelve mejor con cerdo

Toolkit / 2025

Resuelve mejor con cerdo

.1 Introducción

.2 Concepto de campaña

Disposición del concepto

Usos incorrectos

.3 Tono de campaña

.4 Visuales

Anatomía

Estilo fotográfico

.5 Digital

.6 Impresos

.7 Matriz de
comunicación

.8 Fotografías

.9 Tipografía

.10 Sellos

.11 Colores

.12 Usos del logo

Área de reserva

Tamaño mínimo

Índice

PORRCOLOMBIA – FNP busca fomentar el consumo de la carne de cerdo colombiana en todos los hogares del país, manteniendo la esencia que caracteriza nuestra comunicación donde siempre se reflejan 3 puntos claves:

Apetitividad, música y humor.

Introducción

RESUELVE MEJOR CON CERDO

La carne de cerdo sin duda, resuelve. A parte de que es muy deliciosa, nutritiva y versátil, es perfecta para las diferentes situaciones cotidianas en las que un apuro te toma inesperadamente.

Por eso cada uno de estos momentos se resuelven mejor con cerdo.

Concepto de campaña

Las piezas gráficas deben estar acompañadas del concepto que tiene las siguientes maneras de utilizarse en disposición y color según sea necesario en cada formato.

RESUELVE MEJOR CON CERDO

A continuación veremos formas en las que nuestro concepto NO se debe utilizar.

RESUELVE MEJOR CON CERDO

No agregar sombras

RESUELVE MEJOR CON CERDO

Alterar el tracking o kerning

RESUELVE MEJOR CON CERDO

No cambiar fuentes

RESUELVE MEJOR CON CERDO

No deformar la fuente

RESUELVE MEJOR CON CERDO

No mezclar colores

RESUELVE MEJOR CON CERDO

No agregar formas

El tono de la campaña se basa en el humor de las situaciones diarias de los consumidores, de tal manera que se pueda conectar con el concepto y el mensaje quede claro. La comunicación en las piezas no debe ser aburrido ni formal, es más casual con ese toque de humor, mostrando en imagen esas situaciones y la carne de cerdo siempre presente.

Tono de campaña

Ref: Amigas



[Ver nuestro comercial](#)

Ref: Reunión



[Ver nuestro comercial](#)

Las situaciones inesperadas en el día a día van a ser claves en la campaña, para mostrar de una forma protagónica cómo la carne de cerdo resuelve cada uno de esos momentos con una receta perfecta para un almuerzo, una cena, un antojo, etc.

Nuestro producto estrella no se queda atrás y también debe tener su propio estilo, donde mostremos preparaciones cotidianas que cualquier persona en su casa, pueda lograr.

Visuales

¿Con ganas de un desayuno diferente?

RESUELVE MEJOR CON CERDO

**PRUÉBALO
EN TUS RECETAS**

OMELETTE CON BONDIOLA
OMELETTE CON BONDIOLA
OMELETTE CON BONDIOLA



Fundación
Colombiana
del Corazón



Asociación
porkcolombia
FONDO NACIONAL DE LA PRODUCCIÓN

**COME MÁS CARNE
DE CERDO
COLOMBIANA**
LA DE TODOS LOS DÍAS

Copy

Pregunta o frase según la situación y se complementa con el concepto de campaña

CTA

Siempre hacer una invitación a probar las recetas

Aliados

Siempre deben estar presentes en los visuales.

Imagen

Receta ya preparadas o personajes en situación de consumo

Plato

Nombre del plato para facilidad al buscar la receta

Sellos de marca

Este sello siempre debe acompañar las diferentes piezas gráficas de la campaña.



Copy

Pregunta según la situación acompañada del concepto de campaña

CTA

Siempre hacer una invitación a probar las recetas

Aliados

Siempre deben estar presentes en los visuales.



Imagen

Full foco en la receta donde el cerdo sea el protagonista.

Plato

Nombre del plato para facilidad al buscar la receta

Sellos de marca

Este sello siempre debe acompañar las diferentes piezas gráficas de la campaña.

Nuestro concepto es clave en el medio digital para darle mucha fuerza a esas situaciones que vamos a resolver con nuestra carne de cerdo, invitar al consumidor a descubrir nuevas recetas e invitarlo a darle la oportunidad a la carne de cerdo.

También aprovecharemos los distintos medios para hablar de forma contextual en páginas, redes donde sabemos que la gente está buscando recetas y hablar de forma orgánica.

Digital

10:28



¿Te quedaste sin ideas de almuerzo para llevar a la oficina?

¡AQUÍ TE DEJAMOS 2 IDEAS!

COME MÁS CARNE DE CERDO COLOMBIANA LA DE TODOS LOS DÍAS

Fundación Colombiana del Corazón porkcolombia

10:28

CALENTADO
CALENTADO
CALENTADO
CALENTADO



CALENTADO DE BONDIOLA

COME MÁS CARNE DE CERDO COLOMBIANA LA DE TODOS LOS DÍAS

Fundación Colombiana del Corazón porkcolombia

10:28

OMELETTE
OMELETTE
OMELETTE
OMELETTE



OMELETTE DE BONDIOLA

COME MÁS CARNE DE CERDO COLOMBIANA LA DE TODOS LOS DÍAS

Fundación Colombiana del Corazón porkcolombia

10:28



¡Nutritivo, versátil y delicioso!

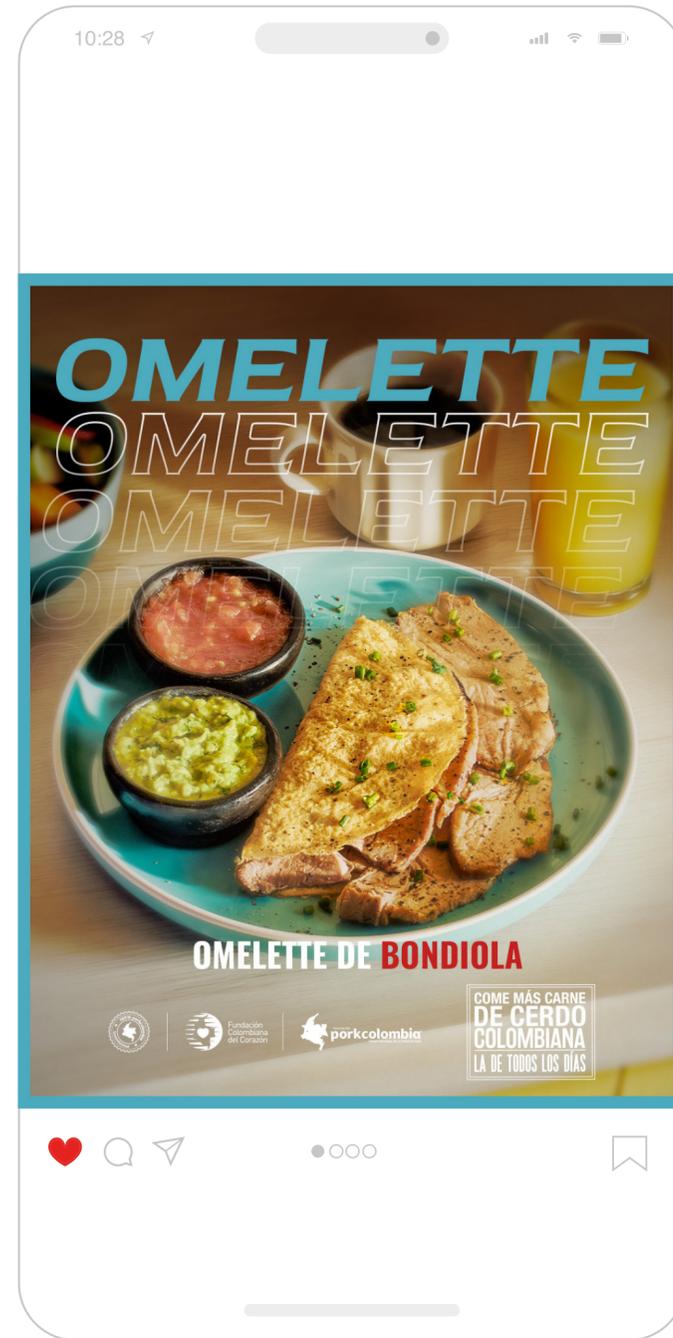
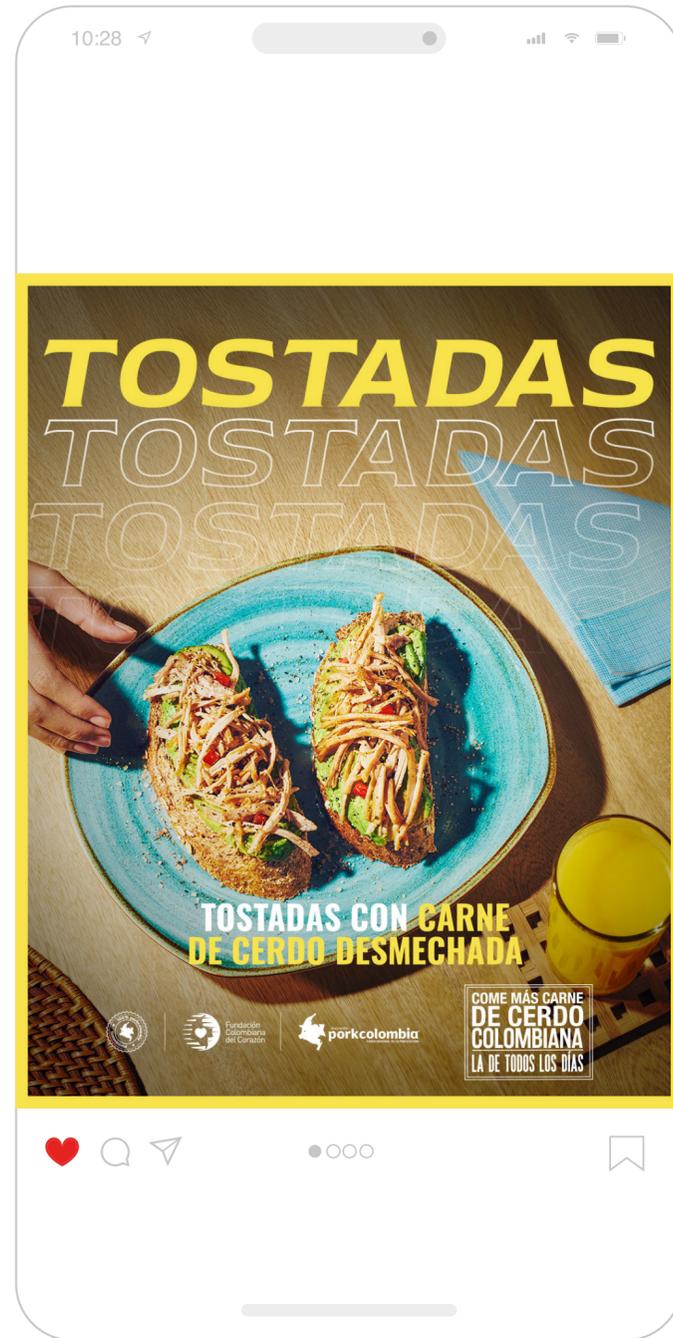
RESUELVE MEJOR CON CERDO

Y PRUÉBALO EN TUS RECETAS

[ENTRA AQUÍ](#)

COME MÁS CARNE DE CERDO COLOMBIANA LA DE TODOS LOS DÍAS

Fundación Colombiana del Corazón porkcolombia



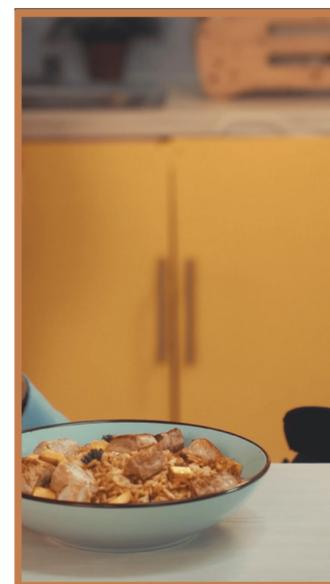
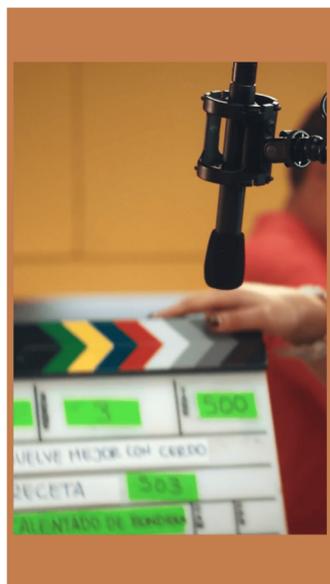
.5 / Digital

Cápsula ref: Jefe



.5 / Digital

Cápsula ref: Celador



La comunicación en estos medios, debe ser más precisa, sin tanto texto y que tenga como protagonista nuestro concepto y la carne de cerdo. Donde podamos resaltar mucha apetitividad en situaciones cotidianas de la gente.

Impresos

¿Necesitas recargarte de energía?

RESUELVE MEJOR CON CERDO

PRUÉBALO EN TUS RECETAS

COME MÁS CARNE DE CERDO COLOMBIANA LA DE TODOS LOS DÍAS



ALBÓNDIGAS AL CURRY
ALBÓNDIGAS AL CURRY
ALBÓNDIGAS AL CURRY

¿Sin tiempo
pero con ganas
de algo rico?

RESUELVE MEJOR CON CERDO

**PRUÉBALO
EN TUS RECETAS**



TOSTADAS CON CARNE DE CERDO DESMECHADA
TOSTADAS CON CARNE DE CERDO DESMECHADA
TOSTADAS CON CARNE DE CERDO DESMECHADA



**COME MÁS CARNE
DE CERDO
COLOMBIANA
LA DE TODOS LOS DÍAS**



Esta matriz será clave para el desarrollo de la campaña porque facilitará escoger cada uno de los momentos para las piezas de una manera más estratégica.

Matriz de comunicación

.7 / Matriz de comunicación

Buyer Persona

PERSONAS Y/O PAREJAS JÓVENES INICIANDO SU HOGAR	PERSONAS SOLAS	MADRES/PADRES SOLTEROS	GRUPOS DE AMIGOS	AMAS DE CASA	NIDO VACÍO (PAREJAS MADURAS)	MADRES EMBARAZADAS	MADRES DE NIÑOS EN PRIMERA INFANCIA
---	----------------	------------------------	------------------	--------------	------------------------------	--------------------	-------------------------------------

Corte

CHULETA	LOMO	CHICHARRÓN	COSTILLAS	PIERNA	FILETE
---------	------	------------	-----------	--------	--------

Situación

TIEMPO	INDECISIÓN	VISITA INESPERADA	ANTOJO	REUNIÓN GRANDE	FECHA ESPECIAL	COMER SANO
--------	------------	-------------------	--------	----------------	----------------	------------

Medio

TVC	RADIO	OOH	DIGITAL	SPOTIFY	SOCIAL MEDIA	BX&A
-----	-------	-----	---------	---------	--------------	------

Las fotos deben tener como protagonista las preparaciones con cerdo, haciendo que su composición se sienta más viva junto a los personajes en el momento de consumo.

Las diferentes preparaciones del cerdo son las protagonistas de las fotos adicionales, demostrando la versatilidad de la carne de cerdo.

Fotografías



Red Rose

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890!"#\$%&/()=

Oswald

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890!"#\$%&/()=

Tipografía

COME MÁS CARNE
DE CERDO
COLOMBIANA
LA DE TODOS LOS DÍAS

Este sello se aplica en todas las piezas de la campaña y siempre debe estar presente.



Este sello certifica la calidad del cerdo y debe estar presente en las piezas que hablan de cerdo.



Fundación
Colombiana
del Corazón

Estos sellos certifican la calidad del cerdo y sus beneficios y deben estar presentes en piezas impresas y digitales.



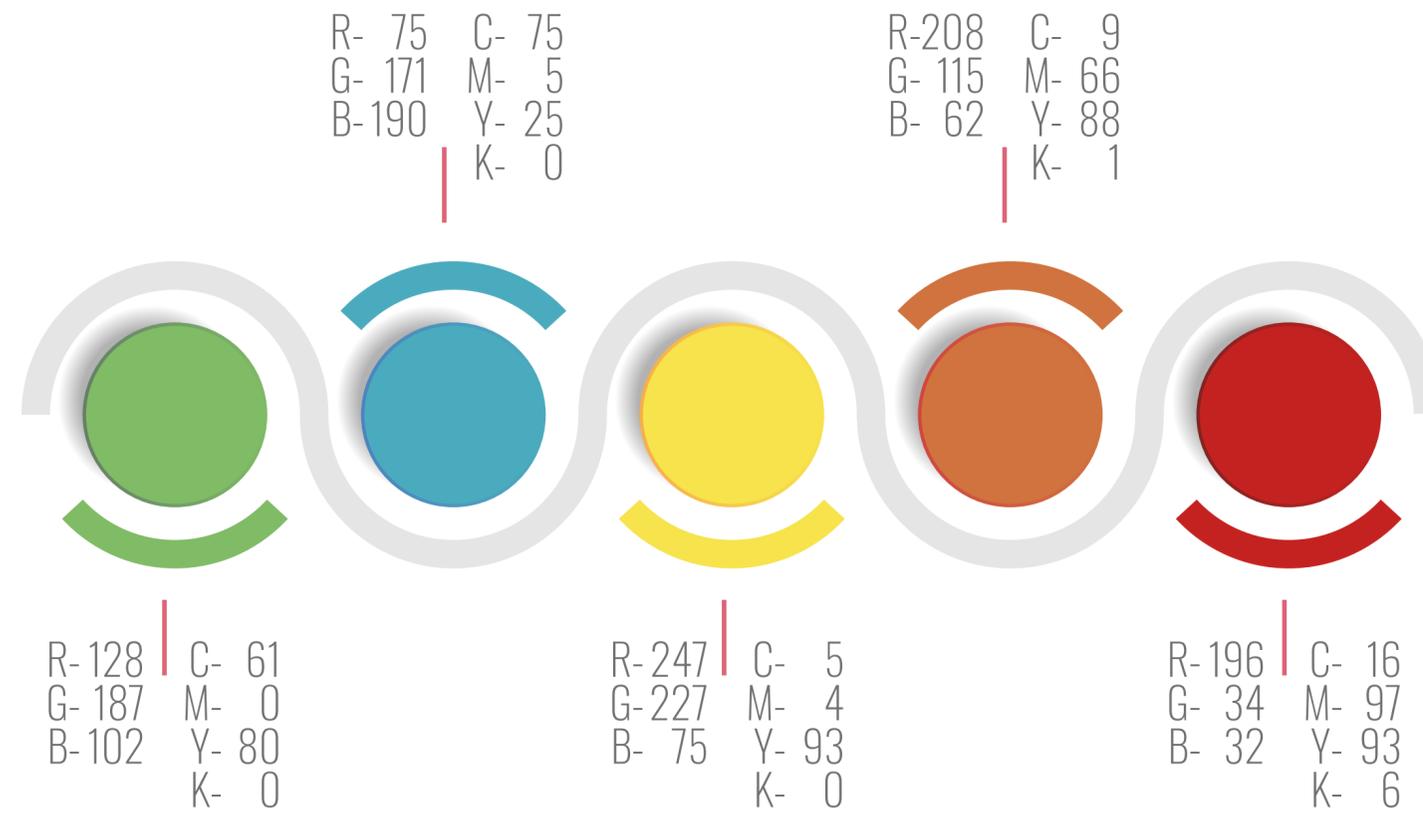
Asociación
porkcolombia
FONDO NACIONAL DE LA PORCICULTURA



Fundación
Colombiana
del Corazón

El sello de la Fundación Colombiana del Corazón solo debe acompañar las siguientes preparaciones: pizza de cerdo, ensalada con cerdo, bowl con cerdo, wrap de cerdo.

Sellos



Colores

Para garantizar la claridad y legibilidad de la marca, el logotipo debe estar rodeado por un espacio vacío, denominado área de protección, que ningún elemento gráfico, fotográfico, tipográfico o de textura debe invadir.

USOS del logo



El logo debe distinguirse de la forma más clara posible para garantizar una comunicación efectiva. Por ello, para facilitar la legibilidad de sus componentes, se tiene que restringir el tamaño mínimo de aplicación del logo.

IMPRESOS:

La medida en centímetros corresponde al tamaño mínimo que se ha establecido para la aplicación del logotipo en productos impresos.

PANTALLA:

La medida en pixeles corresponde al tamaño mínimo que se ha establecido para la aplicación del logotipo en productos de interfaz digital.



Gracias

