

Resuelve *— mejor con —* cerdo

TOOLKIT / 2026

.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 Fotografías

.8 Tipografía

.9 Sellos

.10 Colores

.11 Usos del logo

Área de reserva

Tamaño mínimo

.I / Introducción |

PORKCOLOMBIA – 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:

Apetitosidad, música y humor.

Resuelve — *mejor con* — cerdo

.2 / Concepto
de campaña |

Como resultado del buen desempeño del concepto en 2025 el concepto se mantiene.

Sin embargo, en 2026 vamos a explotar aún más su potencial, dándole mayor profundidad en preparaciones, regiones y en seguir posicionando a la carne de cerdo colombiana por encima de la competencia e incluso frente a “amenazas” extranjeras.

Este año “resolver” no solo es responder a un apuro.

Es cocinar con gusto, con orgullo, con ese toque colombiano que siempre sorprende.

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.

.2 / Concepto
de campaña |

Resuelve
— mejor con —
cerdo

Resuelve
— mejor con —
cerdo

Resuelve
— mejor con —
cerdo

Resuelve
— mejor con —
cerdo

Resuelve
— mejor con —
cerdo

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

3 / Tono de campaña

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.

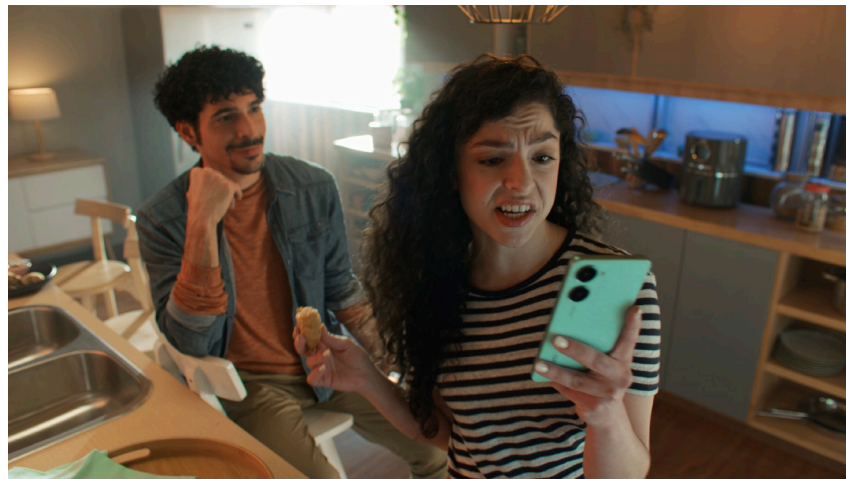
3 / Tono de campaña

Ref: Suegros



3 / Tono de campaña

Ref: Amigos



.4 / Visuales

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.

Resuelve — *mejor con* — cerdo

TAN COLOMBIANO COMO
RESOLVER EL ALMUERZO
CON UNA LECHONA

COME MÁS CARNE
DE CERDO
COLOMBIANA
LA DE TODOS LOS DÍAS
comemascarnedecerdo.co

Imagen

Recetas ya preparadas o personajes en situación de consumo

.4 / Visuales

Cierre

Logos que siempre deben estar presentes en los visuales



Copy

Frase según la situación y se complementa con el concepto de campaña

Plato

Nombre del plato para facilidad al buscar la receta

Copy

Frase según la situación
acompañada del concepto
de campaña

.4 / Visuales

Cierre

Logos que siempre debe
acompañar las diferentes
piezas gráficas de la campaña



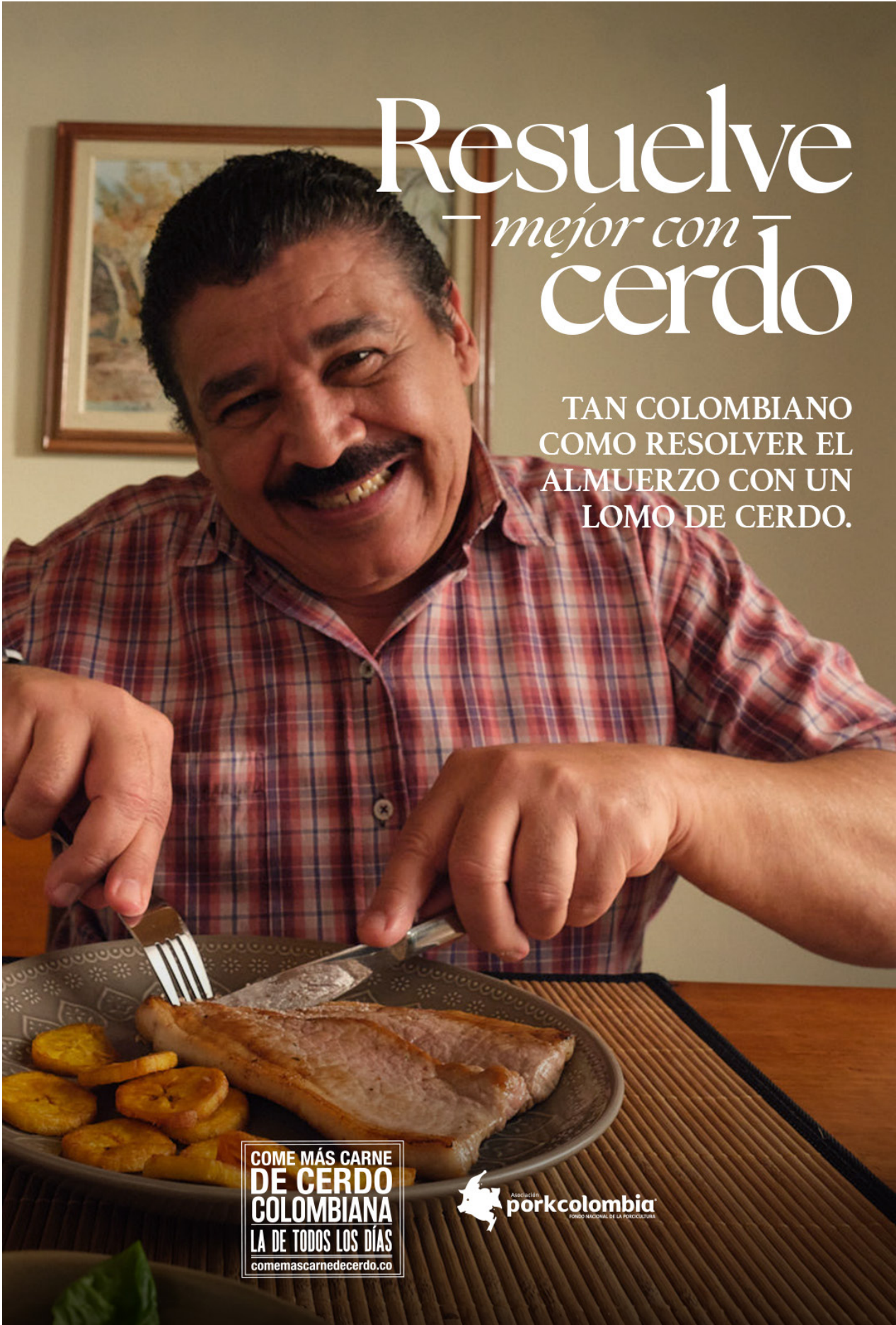
Imagen

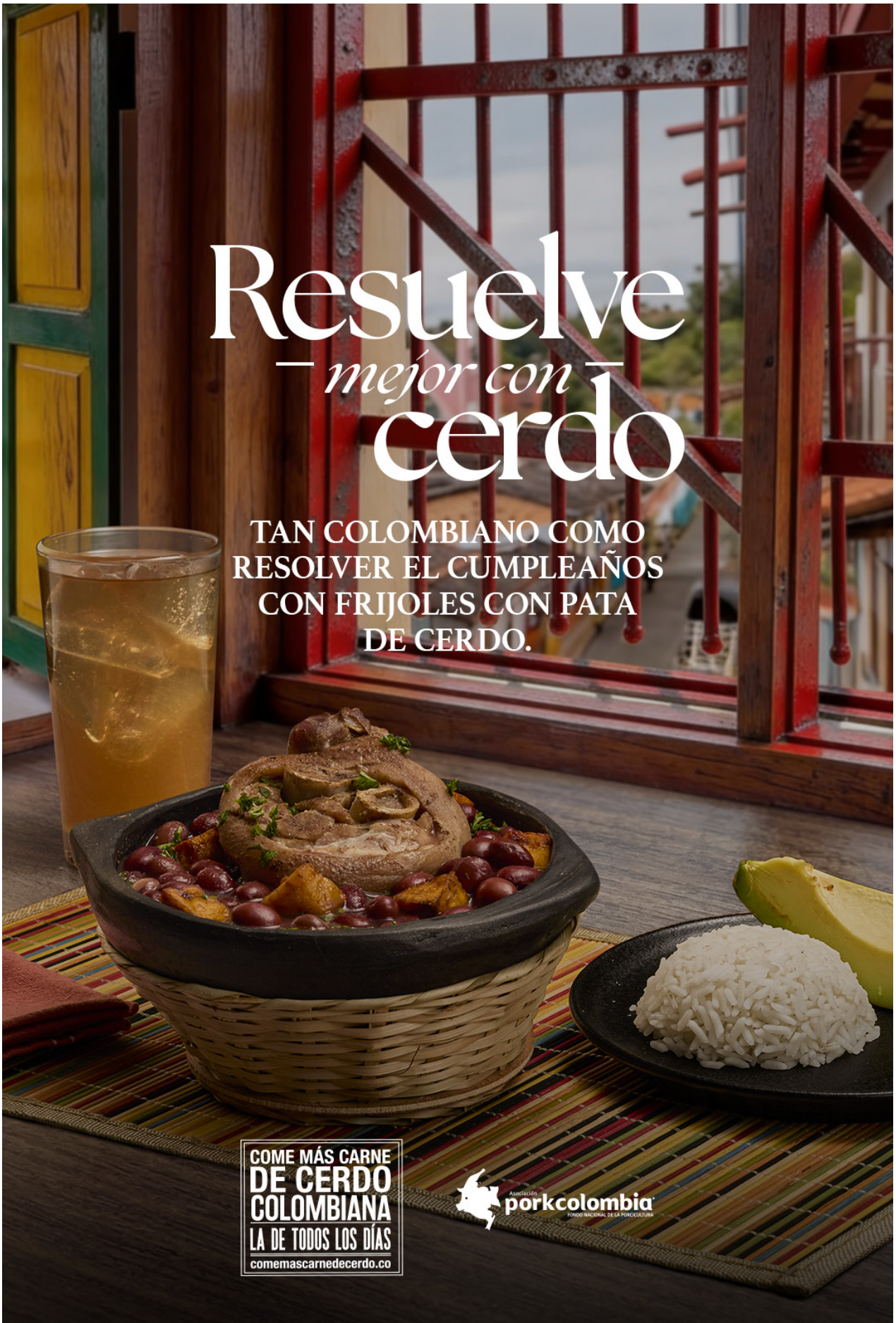
Full foco en la receta donde el cerdo
sea el protagonista y al fondo el
paisaje típico de la zona del plato

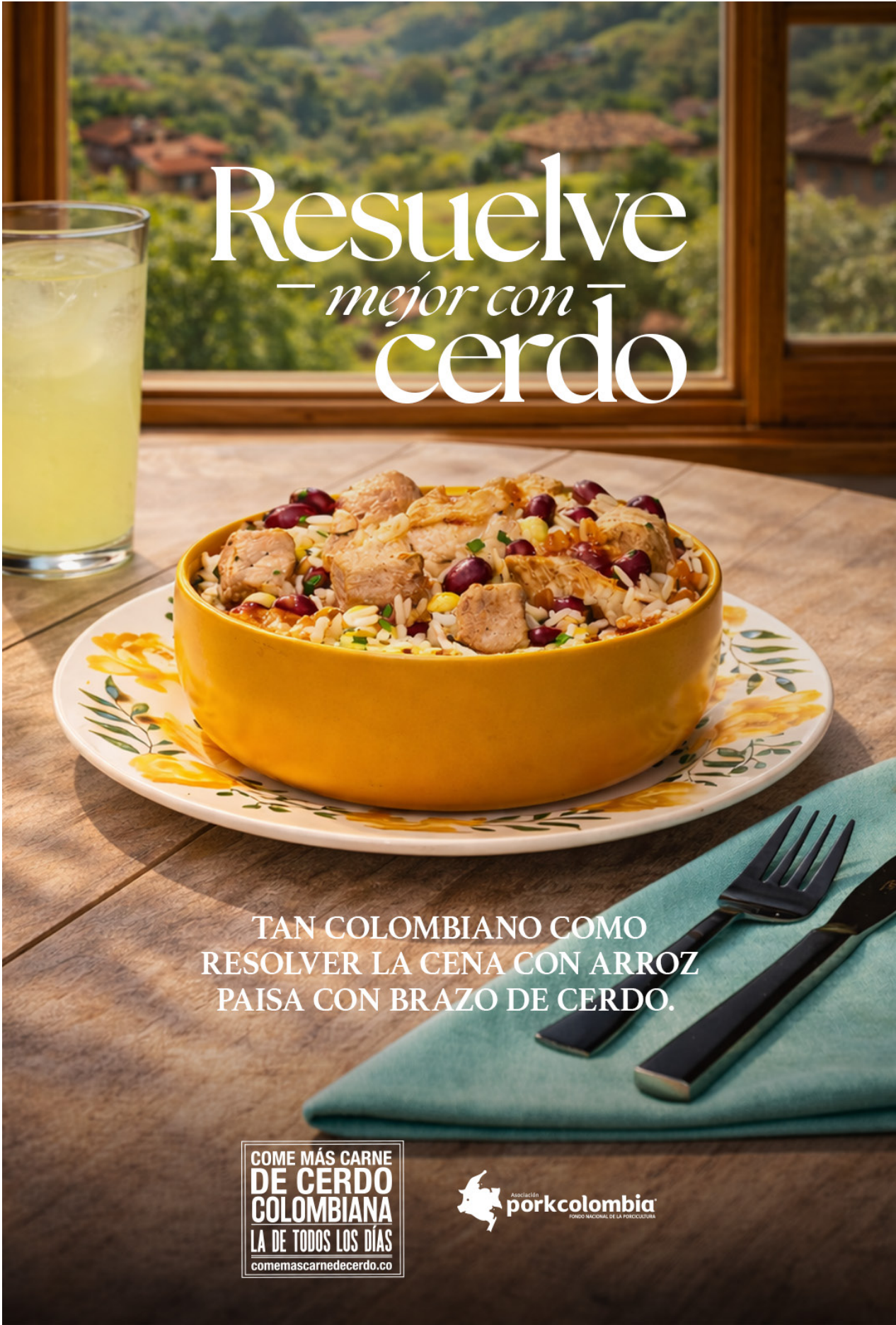
Plato

Nombre del plato para
facilidad al buscar la receta









.5 / Digital

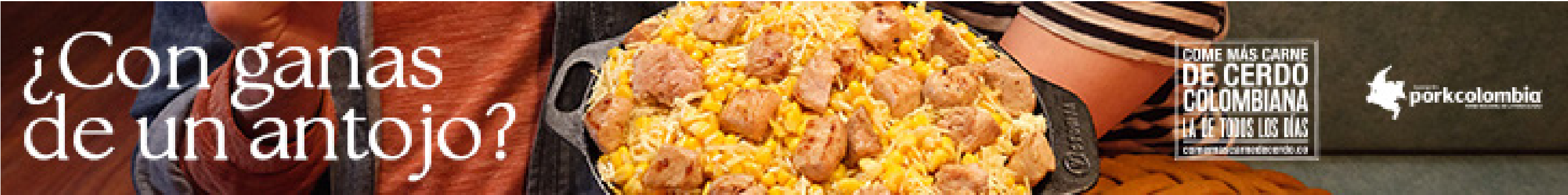
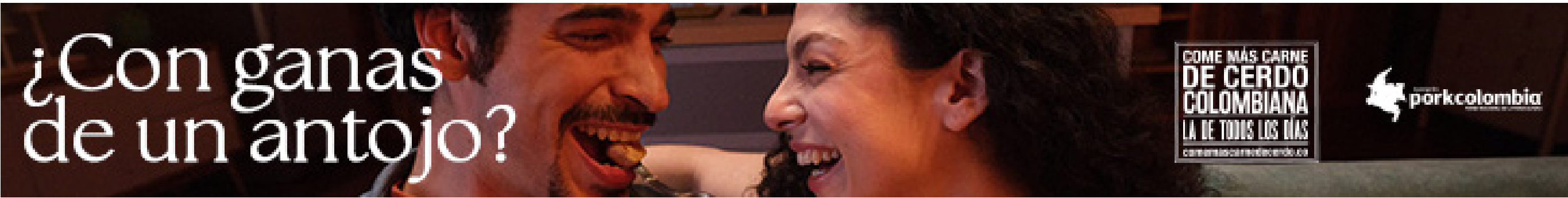
Nuestro concepto es clave en el medio digital para darle mucha fuerza a esas situaciones que vamos a resolver con nuestra carne de cerdo, invitar al consumidor a descubrir nuevas recetas e invitarlo a darle la oportunidad a la carne de cerdo.

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.





Banners





.6 / Impresos

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 apetitosidad en situaciones cotidianas de la gente.

Resuelve *— mejor con —* cerdo

TAN COLOMBIANO COMO
RESOLVER EL ALMUERZO
CON UNA LECHONA

COME MÁS CARNE
DE CERDO
COLOMBIANA
LA DE TODOS LOS DIAS
comemascarnedecerdo.co







.7 / Fotografía

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.



Athelas

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!"#\$%&/'()=

The season

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!"#\$%&/'()=

Sellos



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 y su uso es en material impreso.



Toda pieza digital o impresa debe incluir el sello de Porkcolombia como garantía de autenticidad y respaldo de marca.

Aplicaciones

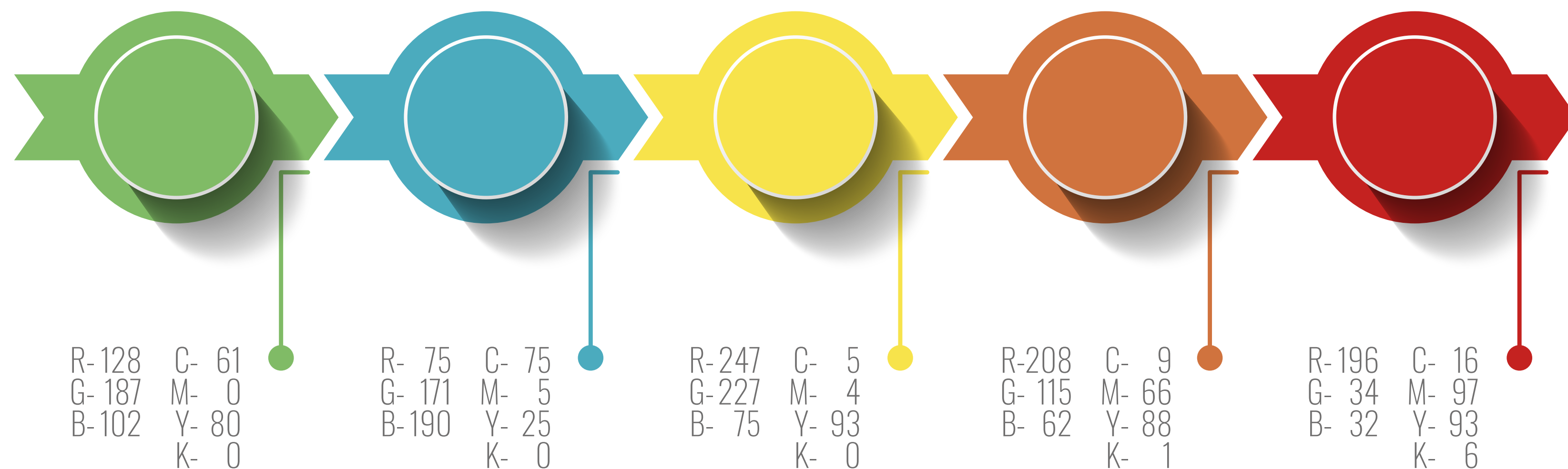


Estos sellos certifican la calidad del cerdo y sus beneficios y deben estar presentes en piezas impresas.



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

.io / Colores



.II / Usos
del logo

Área de protección

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.



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