

Res

Cerdo

Pollo

Mar

SERRANOVA

¡EL SABOR DE
LOS GRANDES MOMENTOS!

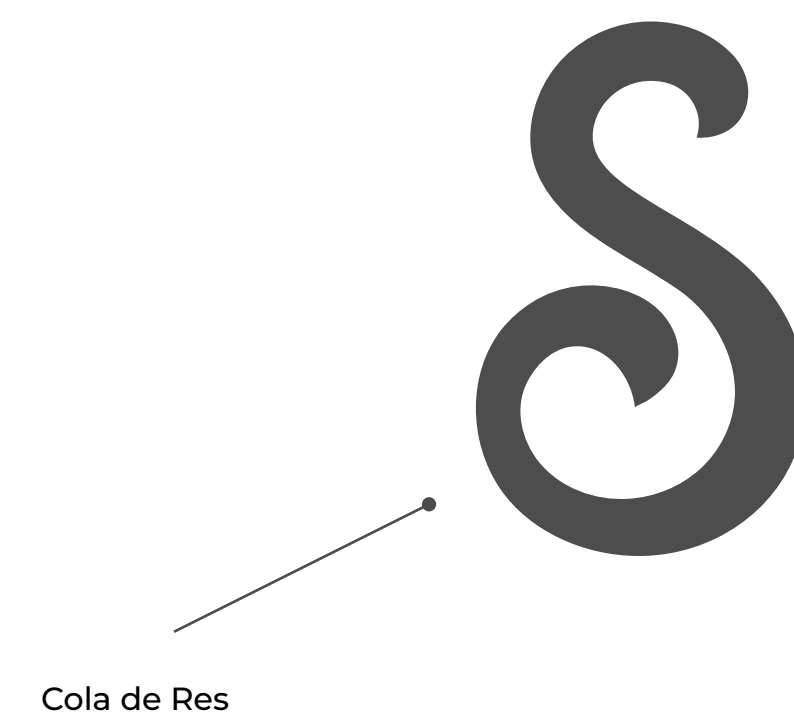


INTRODUCCIÓN

Esto es **Serranova**

Este manual recoge la **esencia estratégica y visual de Serranova**, una marca de carnes que une lo mejor del campo y del mar. Aquí encontrarás los pilares que la definen: desde su concepto y personalidad, hasta su identidad visual, tono de voz y sistema gráfico.

Cada sección ha sido diseñada para revelar el carácter de una marca cercana, experta y práctica, que refreja la calidad en cada corte y en cada mensaje. Al final, tendrás una guía clara y coherente para comunicar **Serranova** en cualquier punto de contacto.



La “S” inicial de la palabra Serranova representa la cola de la res. Su trazo inferior ha sido intervenido para formar una curva amplia y elegante que hace alusión a la cola de un bovino. Esta modificación busca reforzar la conexión directa con la carne de res, uno de los pilares del negocio.



Cola de Cerdo

La última letra de Serranova, la Letra “A” evoca la cola de un cerdo. En este caso, el trazo curvo que se extiende desde la pierna derecha de la letra se transforma en una cola enroscada, una forma característica del cerdo. Esta decisión permite equilibrar gráficamente el logo y al mismo tiempo, representar de forma simbólica el otro gran protagonista del portafolio, la carne de cerdo.

LOGOTIPO MARCA MADRE

ISOTIPO



LOGOTIPO



STORYTELLING

En las altas montañas, donde las vacas se abren paso entre pastos verdes y aires frescos, los cerdos crecen tranquilos en cercos rodeados por la calma serena del campo. Más allá, hacia el horizonte azul, la costa despierta temprano con el sonido de las mareas. Allí los pescadores despliegan sus redes para recoger cosechas del mar, preservando intacta frescura.

Entre montañas y costas se teje un encuentro de sabores selectos, una sinfonía de texturas y aromas que conectan mundos distintos bajo una misma promesa de autenticidad. Eso es **Serranova**, una marca que une **lo mejor del campo y del mar** con un sello propio forjado con constancia, amor y experticia.

Aquí creemos que la comida es más que alimento; es celebración, pausa y conexión. Cada filete, cada porción y cada corte de carne, están pensados para cocinas que inspiran; la del chef que se obsesiona con lograr un plato perfecto, la de la mamá que improvisa magia en veinte minutos, la del parrillero del domingo que reúne a todos con solo encender el carbón.

Somos el sabor que une, que celebra y que se comparte **¡Somos el sabor de los grandes momentos!**

LOGOTIPO

Marca madre



Res



Cerdo



Pollo



Mar



COLORIMETRÍA RES

CMYK 0, 0, 0, 100
RGB 0, 0, 0
#000000

CMYK 27, 100, 82,
RGB 141, 24, 33
#8D1821

CMYK 39, 39, 44, 22
RGB 135, 24, 33
#871821

CMYK 18, 15, 19, 0
RGB 215, 210, 204
#D7D2CC

CMYK 5, 4, 6, 0
RGB 243, 242, 240
#F3F2F0

CMYK 0, 0, 0, 0
RGB 255, 255, 255
#FFFFFF

COLORIMETRÍA CERDO

CMYK 74, 62, 52, 60
RGB 50, 53, 58
#32353A

CMYK 5, 74, 64, 0
RGB 228, 93, 80
#e45d50

CMYK 39, 39, 44, 22
RGB 183, 96, 80
#b76050

CMYK 18, 15, 19, 0
RGB 215, 210, 204
#D7D2CC

CMYK 5, 4, 6, 0
RGB 243, 242, 240
#F3F2F0

CMYK 0, 0, 0, 0
RGB 255, 255, 255
#FFFFFF

COLORIMETRÍA POLLO

CMYK 64, 54, 50, 53
RGB 68, 68, 68
#C8BCAE

CMYK 77, 48, 65, 55
RGB 250, 181, 5
#fab505

CMYK 39, 39, 44, 22
RGB 192, 147, 74
#c0934a

CMYK 18, 15, 19, 0
RGB 193, 178, 152
#c1b298

CMYK 5, 4, 6, 0
RGB 224, 215, 202
#e0d7ca

CMYK 0, 0, 0, 0
RGB 255, 255, 255
#FFFFFF

COLORIMETRÍA MAR

CMYK 100, 78, 36, 30
RGB 30, 54, 90
#1e365a

CMYK 70, 25, 0, 0
RGB 63, 164, 240
#3fa4f0

CMYK 36, 28, 25, 6
RGB 173, 172, 177
#adacb1

CMYK 32, 30, 44, 12
RGB 174, 162, 138
#aea28a

CMYK 24, 19, 26, 2
RGB 204, 200, 190
#ccc8be

CMYK 11, 8, 8, 0
RGB 223, 224, 222
#dfe0de

CMYK 0, 0, 0, 0
RGB 255, 255, 255
#FFFFFF

Res



Cerdo



Pollo



Mar



ILUSTRACIÓN RES

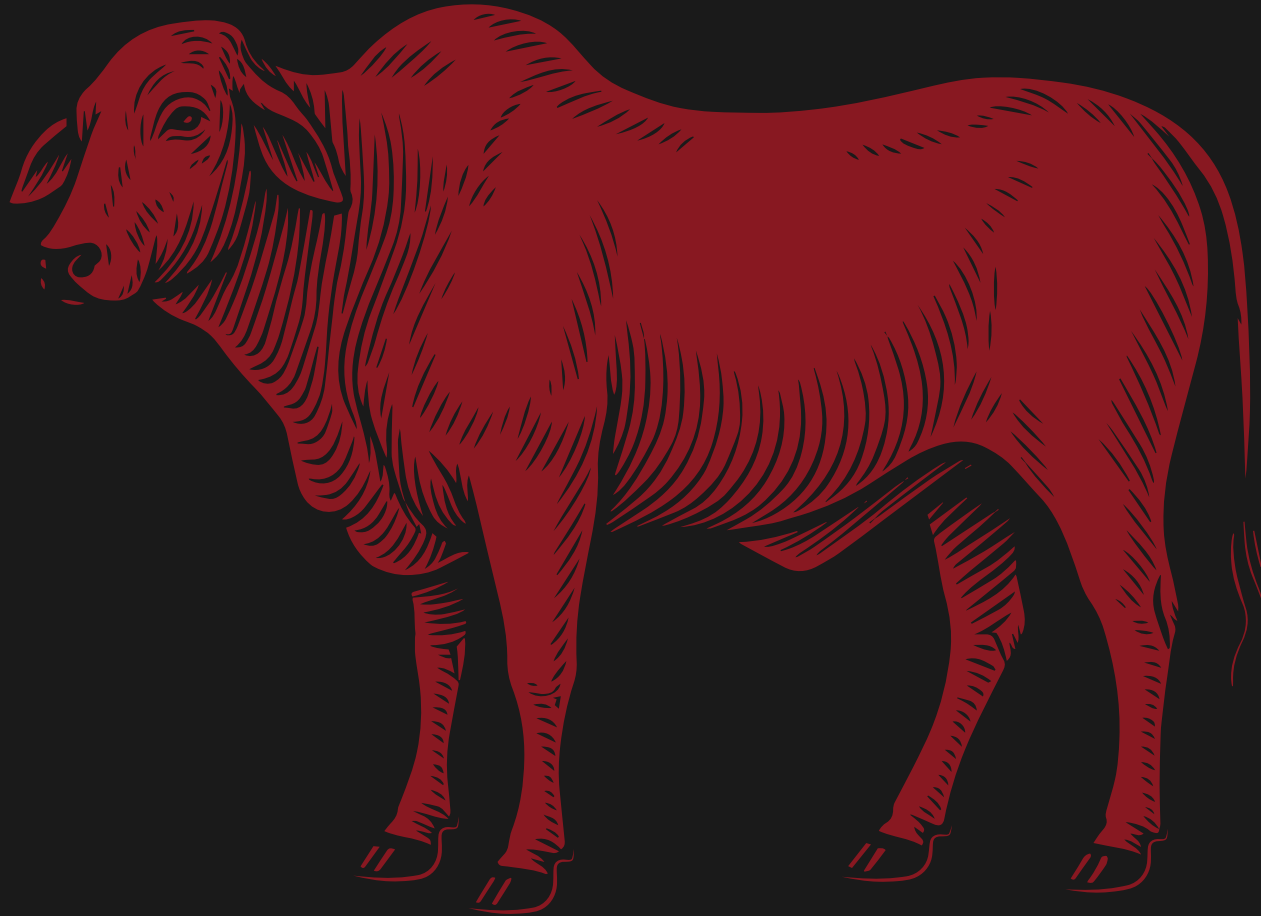
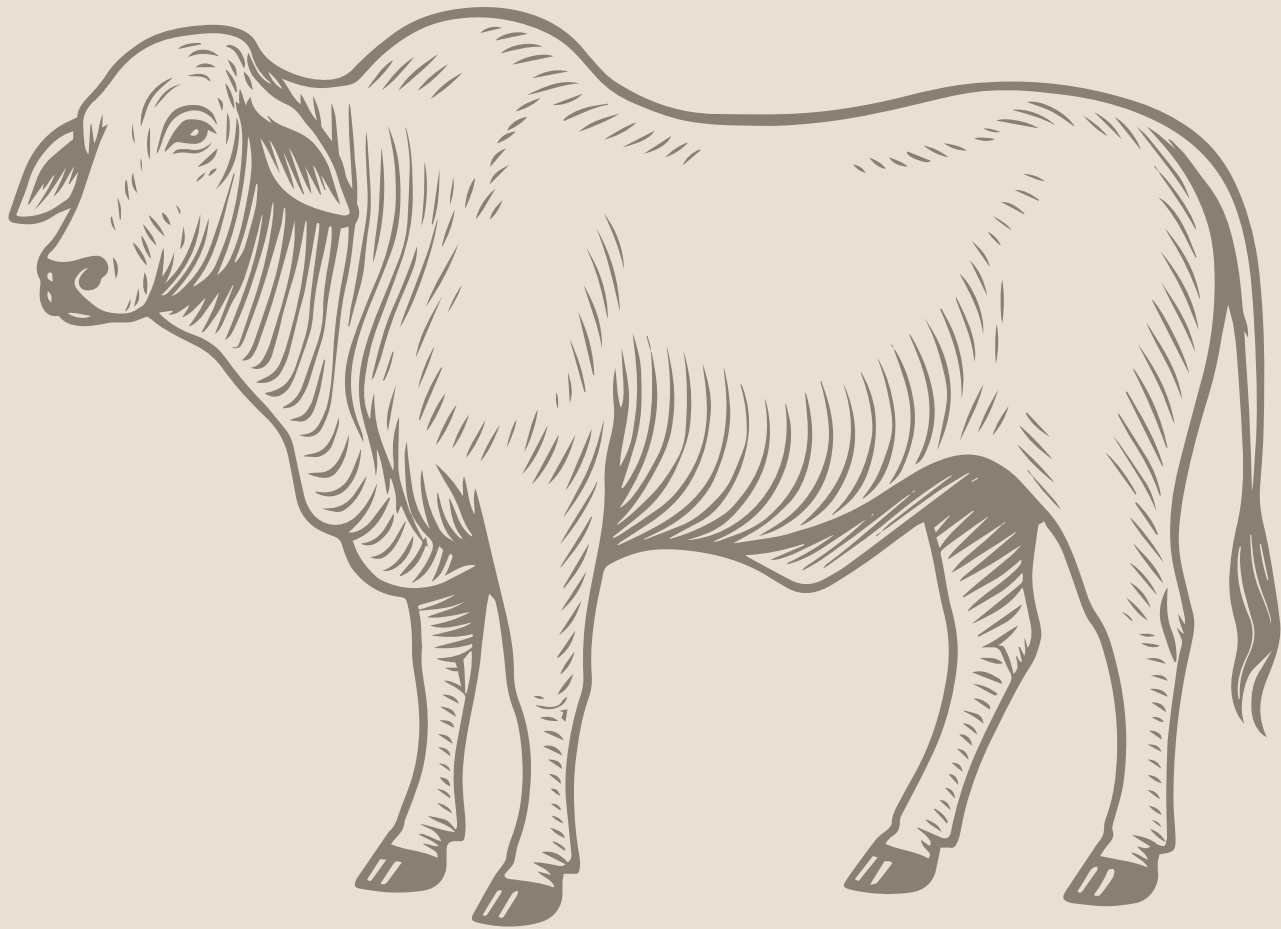


ILUSTRACIÓN CERDO

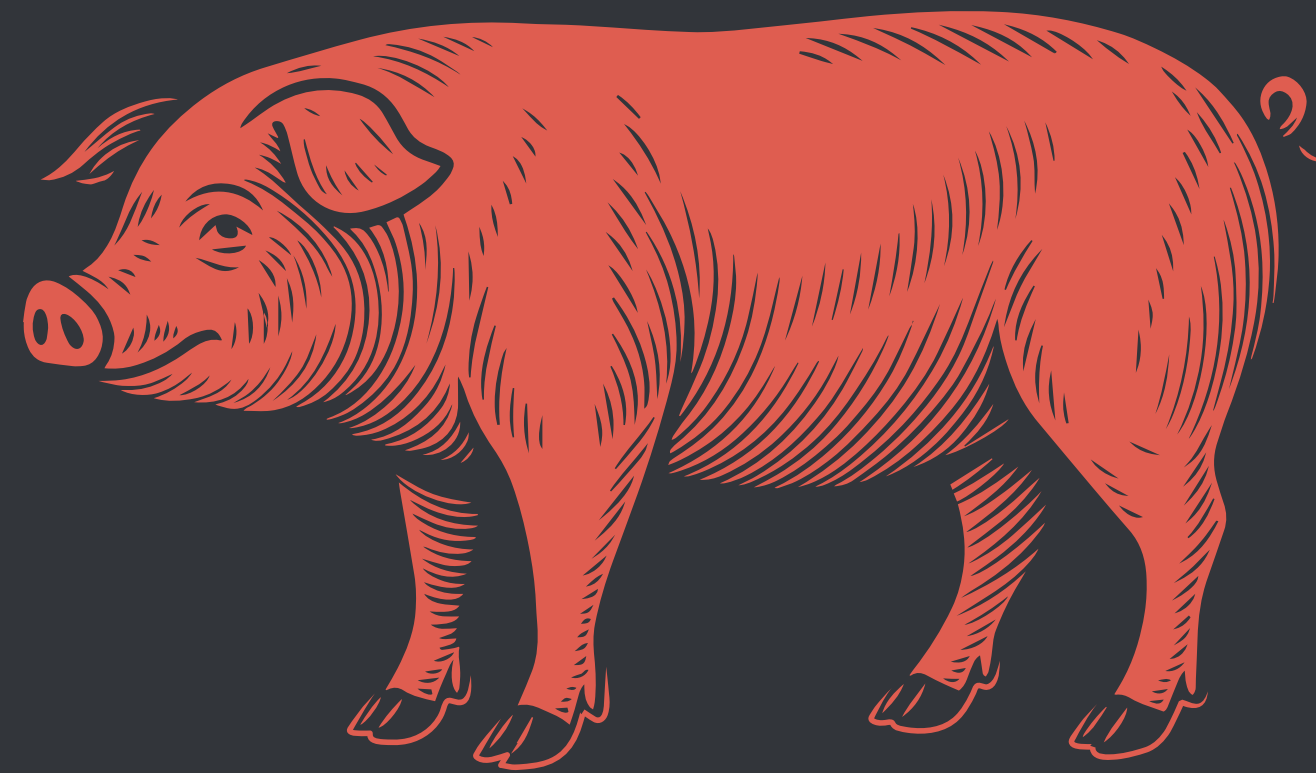
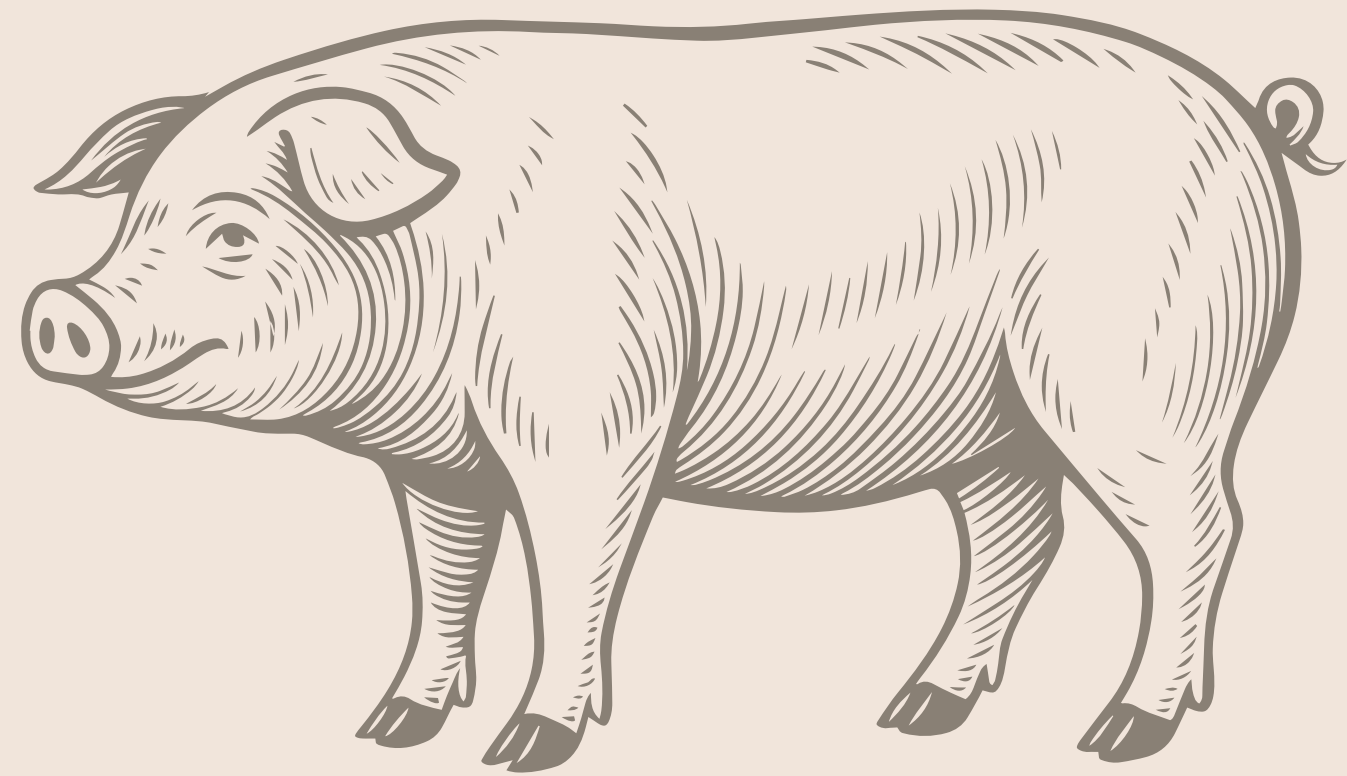


ILUSTRACIÓN MAR

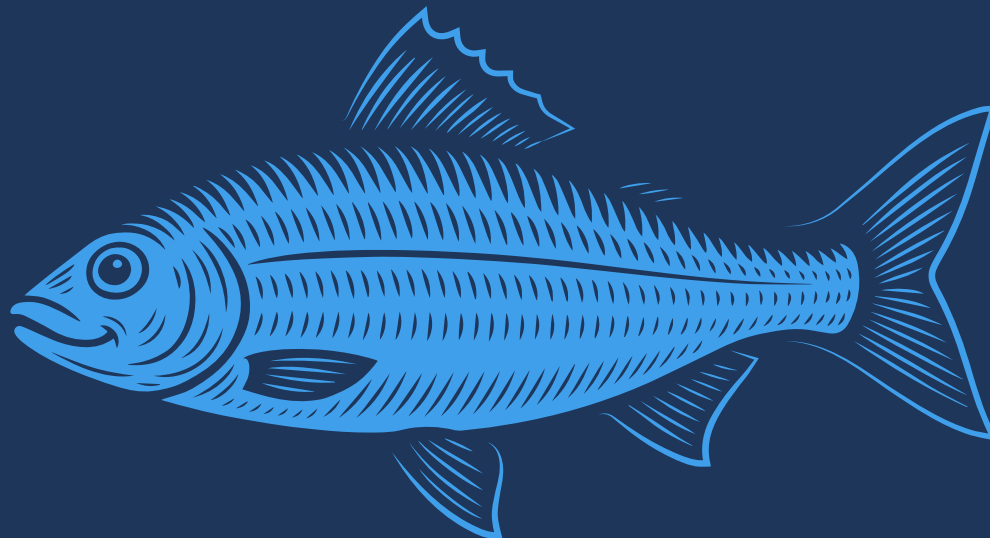
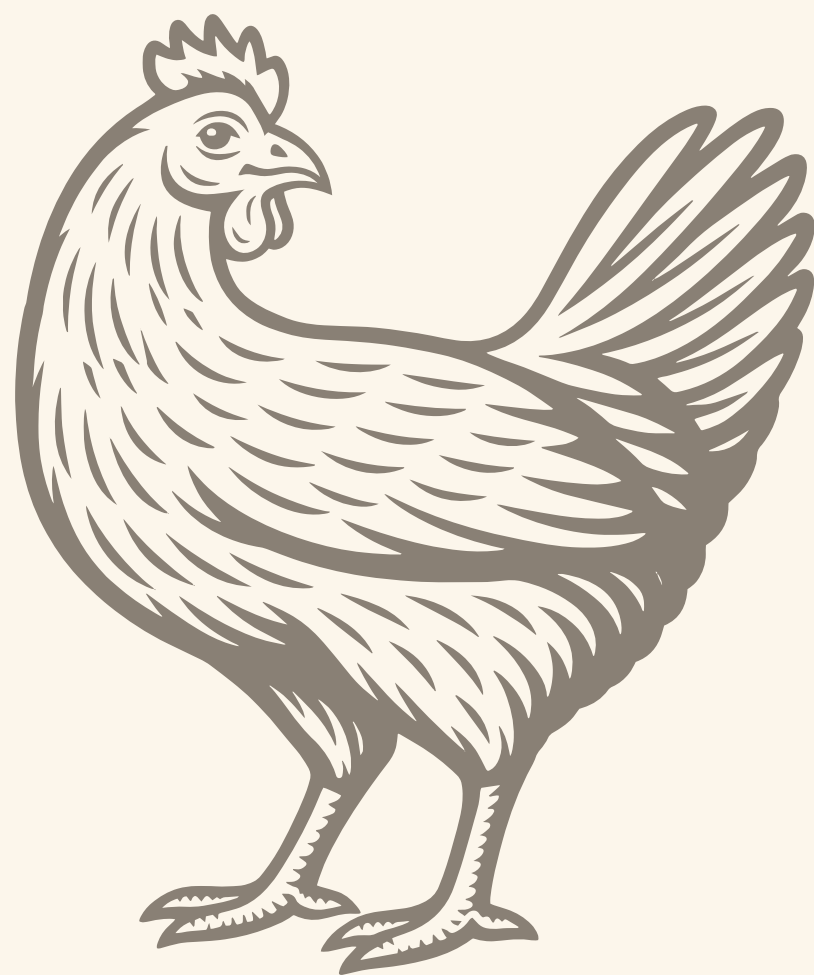


ILUSTRACIÓN POLLO

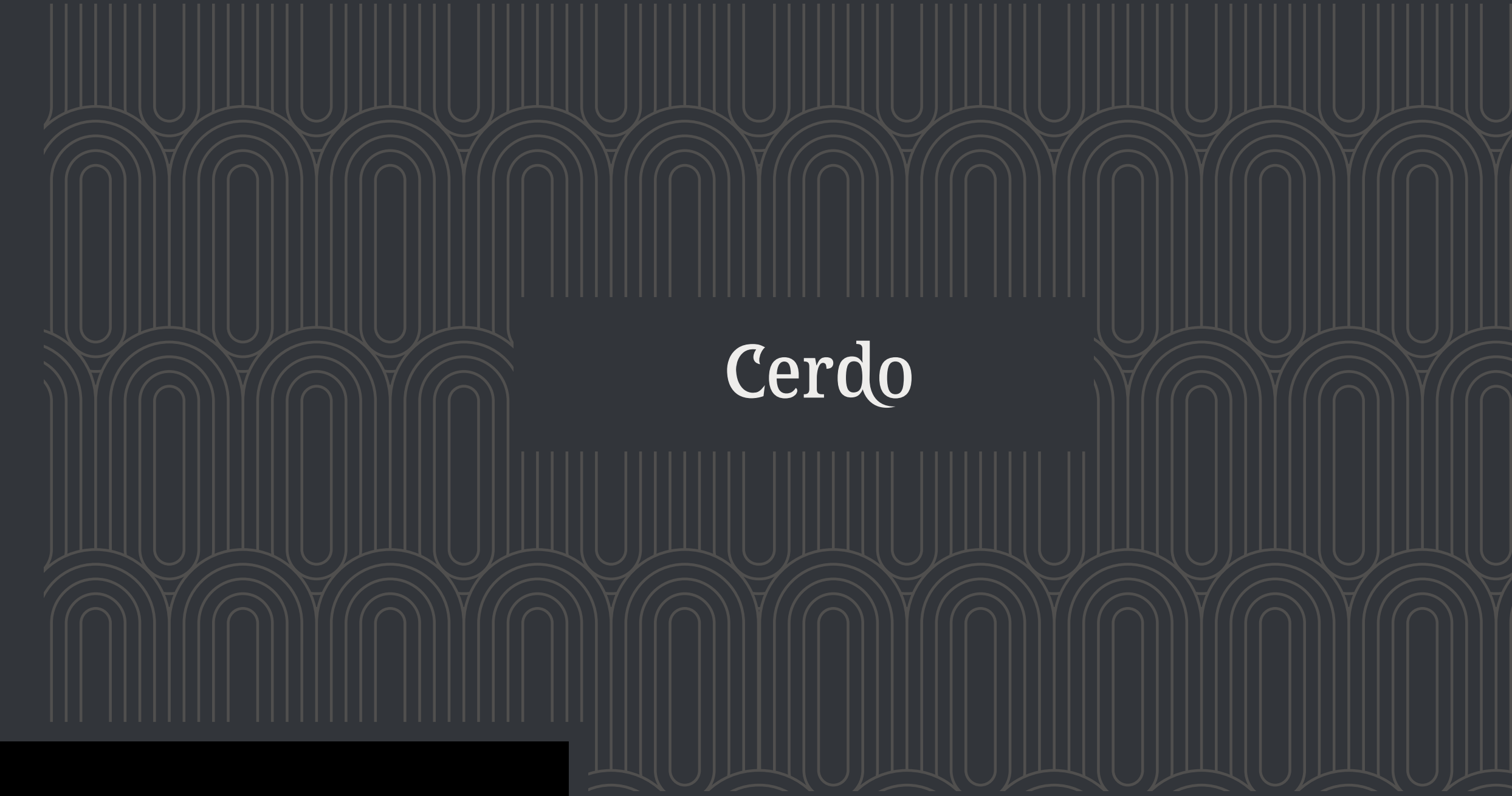


SISTEMA VISUAL SERRANOVA

SERRANOVA

A light beige background with a repeating pattern of concentric, wavy lines forming a grid of diamond shapes.

Pollo

A dark grey background with a repeating pattern of vertical, wavy lines forming a grid of rounded rectangular shapes.

Cerdo

A solid black horizontal bar.

SISTEMA VISUAL PROTEINAS

A dark grey background with a repeating pattern of concentric, wavy lines forming a grid of rounded rectangular shapes.

Res

A dark blue background with a repeating pattern of concentric, wavy lines forming a grid of rounded rectangular shapes.

Mar







SERRANOVA

CERDO

FILETE LOMO

ASAR | FREIR | PARRILLA

MANTENER
REFRIGERADO
DE 0°C A 4°C

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate .

Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.







SISTEMA VISUAL BOLSAS SOMBRILLA







SERRANOVA
DEL CAMPO

ALITAS DE POLLO

Adobadas sabor picantes

FUENTE NATURAL
DE PROTEÍNA

MANTÉNGASE
CONGELADO
A -18° C.

Peso Neto
900g







SERRANOVA

¡EL SABOR DE LOS GRANDES MOMENTOS!

Res
Cerdo
Pollo
Mar









GERENCIA@SERRANOVA.COM
325 5260 / 320 688 9955
SAN PATRICIO · MANIZALES · CALDAS
WWW.SERRANOVADELCAMPO.COM



FABRICIO ANDRÉS
PORTOBELLO
GERENTE

GERENCIA@SERRANOVA.COM
325 5260 / 320 688 9955
SAN PATRICIO · MANIZALES · CALDAS



WWW.SERRANOVADELCAMPO.COM



Res
Cerdo
Pollo
Mar

SERRANOVA

S

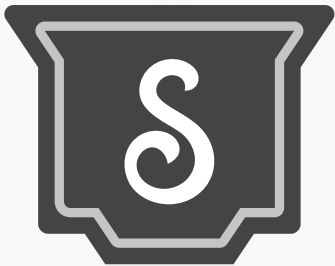
¡EL SABOR DE LOS GRANDES MOMENTOS!

MARCA FONDOS CLAROS

Estas son las versiones oficiales de Isotipo y el Logotipo de SERRANOVA y han sido desarrolladas para garantizar una aplicación versátil, coherente y reconocible en cualquier formato o soporte gráfico.

Cada versión está diseñada para adaptarse a diferentes contextos de uso, ya sea en medios digitales, impresos, promocionales o corporativos.

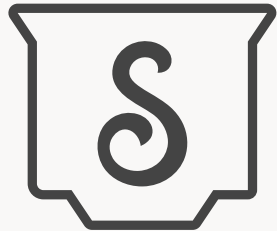
ISOTIPO
CON CONTENEDOR



LOGOTIPO
CON CONTENEDOR



ISOTIPO
SIN CONTENEDOR



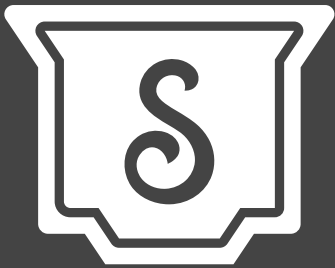
LOGOTIPO
SIN CONTENEDOR



MARCA FONDOS OSCUROS

Estas son las versiones oficiales de la marca sobre Fondos Oscuros.

ISOTIPO
CON CONTENEDOR



LOGOTIPO
CON CONTENEDOR



ISOTIPO
SIN CONTENEDOR



LOGOTIPO
SIN CONTENEDOR



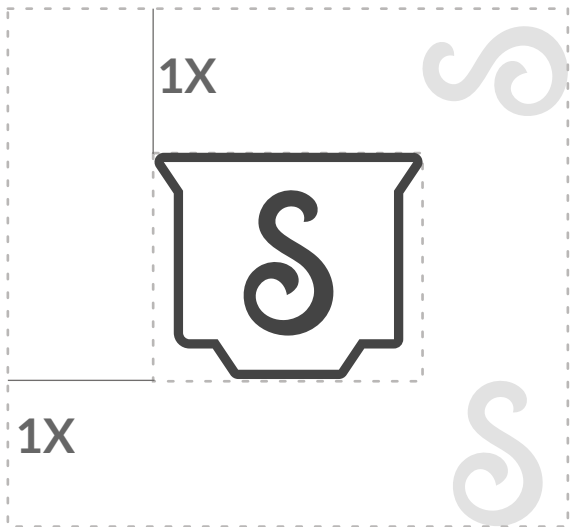
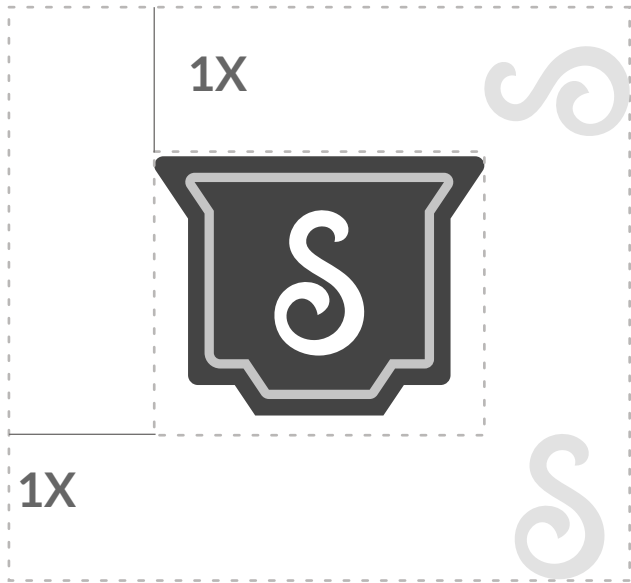
ÁREA DE SEGURIDAD

Se ha establecido un Área de Seguridad en torno a la marca. Esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su legibilidad.

El Área de Protección está basado en una medida en X, equivalente a la altura de la letra “S” de Serranova, la cual ha sido extraída del Isotipo tal como lo muestra la “Imagen 3”. El Área de Seguridad definida es de 1X por cada lado.

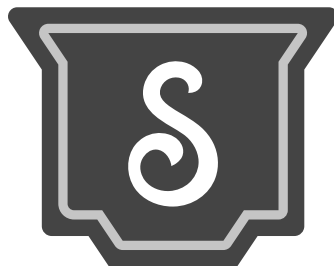
Imagen 3

Medida en X



TAMAÑO MÍNIMO

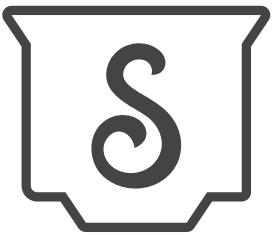
El Tamaño Mínimo en el que el Isotipo puede reproducido para impresos es de 1 cm de ancho. Para el logotipo es de 2,5 cm.



1 cm



2,5 cm



1 cm



2,5 cm

Noto Rashi Hebrew

La tipografía elegida refleja la tradición del campo y la frescura del mar, proyectando confianza y un estilo sofisticado.

Su diseño transmite la esencia cercana y elegante de Serranova, una marca que une lo natural con la innovación.

Bold

Aa Bb vCc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Semibold

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

Regular

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

Barlow

Barlow se selecciona como fuente secundaria por su alta legibilidad en tamaños pequeños y su estilo limpio y versátil.

Su diseño contemporáneo complementa la elegancia del logotipo, aportando claridad y equilibrio en textos de bloque, descripciones y piezas informativas.

Bold

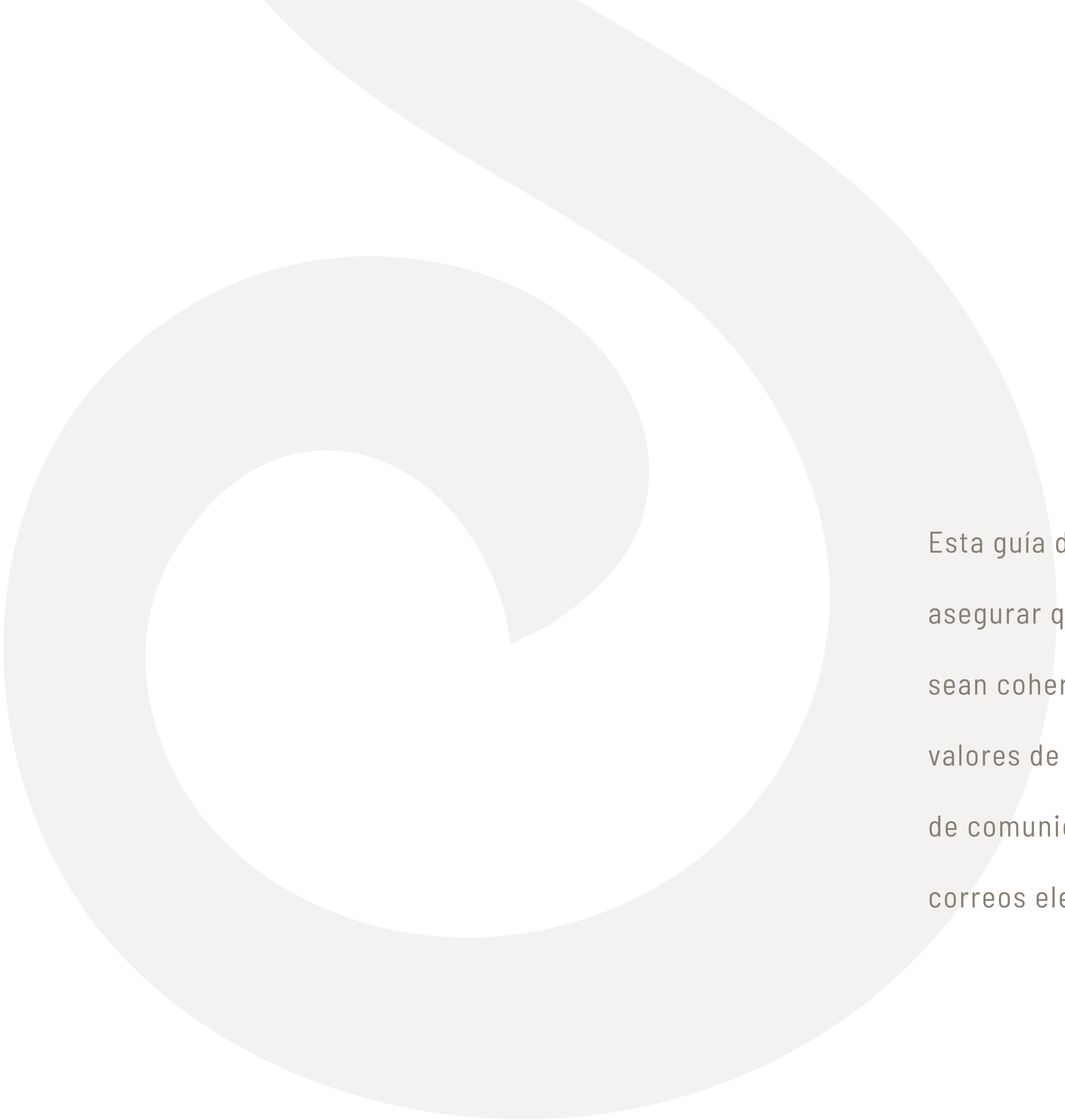
Aa Bb vCc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Semibold

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

Regular

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



Esta guía de voz de marca tiene como propósito asegurar que todas las comunicaciones de Serranova sean coherentes, efectivas, y reflejen la personalidad y valores de marca. La guía se aplica a todos los canales de comunicación, incluyendo redes sociales, sitio web, correos electrónicos, publicidad y materiales impresos.

QUÉ ES LA VOZ DE MARCA?

Es la forma como una marca se comunica con el mundo, tanto en imágenes como en palabras.
En resumen, es lo que hace que una marca sea diferente y ayuda a atraer a los clientes ideales.

PARA QUÉ SIRVE?



CREA UNA CONEXIÓN
EMOCIONAL CON TU
PÚBLICO



AUMENTA EL
RECONOCIMIENTO
DE MARCA



FOMENTA
LA LEALTAD
A LA MARCA



MEJORA LA
EFICACIA DEL
MARKETING



CUÁLES SON SUS COMPONENTES?



Nota: La diferencia entre voz y tono de marca es clave. La voz de marca es la personalidad constante de tu marca. No cambia, representa lo que es, lo que cree y cómo se expresa. El tono de marca, en cambio, es cómo se adapta esa voz a diferentes situaciones, públicos o canales (más serio, emocional, alegre, técnico, etc.).

PERSONALIDAD DE LA MARCA SERRANOVA

CERCANA

Entiende al cliente del día a día, al chef exigente y al foodie curioso. Conecta sin complicar, como quien sabe compartir.

APASIONADA

Se obsesiona con el detalle, cuida cada uno de sus procesos, demostrando ser rigurosa con la calidad.

EXPERTA

Conoce el producto a fondo. Habla con propiedad, con fundamentos, y educa sin imponer.

PRÁCTICA

Resuelve con inteligencia, sin complicaciones, muestra facilidad en sus preparaciones, pero sin perder el estándar de calidad de la marca.

ELEGANTE

Su presentación habla con la misma fineza que sus cortes, se muestra como una marca aspiracional.

VALORES DE MARCA

Cada corte lleva nuestro sello; sabor, frescura y técnicas y procesos aplicados para tener un producto con los mejores estándares.

Entregamos a tiempo porque tu cocina no espera. Nuestra palabra se respalda con logística precisa y responsabilidad real.

CALIDAD

VERSATILIDAD

COMPROMISO

CONFIABILIDAD

Entendemos que nuestro producto vive en muchas cocinas: la casera, la del negocio, la gourmet, la de barrio. Por eso tiene la capacidad de verse como una marca flexible.

Somos un proveedor que ofrece transparencia en el peso, el corte, la calidad y el trato ofrecido.

PROPÓSITO DE LA MARCA

¡Somos el sabor de los grandes momentos! Porque del mar y del campo traemos carnes selectas que invitan a celebrar y a convertir cada comida en algo memorable.

AUDIENCIAS

A

Hogares y foodies

Familias, parejas jóvenes y aficionados a la cocina. valoran los productos empacados al vacío y de fácil preparación, les gusta recibir inspiración para recetas

B

HORECA

Chefs, cocineros, restaurantes especializados, hoteles medianos y grandes. Valoran los cortes premium, buscan consistencia en sabor y gramaje con un abastecimiento confiable y una asesoría técnica.

C

Distribuidores y comercializadores

Distribuidores cárnicos mayoristas y tiendas de barrio con refrigeración. Valoran el volumen y precio competitivo con una entrega eficiente y buen soporte logístico.

TONO

Tono Informativo

En comunicaciones oficiales y documentos empresariales cómo Emails o redes cómo LinkedIn. Aquí usamos palabras más formales y más técnicas.

Tono Casual

En redes sociales y comunicaciones informales, aquí se usa un tono más relajado, sin perder sofisticación, pero sí implementando palabras de uso cotidiano y cercanas a gente.

Tono entusiasta

Cuando se quieran dar mensajes más evocadores o emotivos. Un buen canal serían los productos audiovisuales.

Para la construcción de cualquier mensaje y dependiendo la audiencia y el canal se deben de tener en cuenta los siguientes aspectos



Se debe hablar tuteando para generar cercanía con la audiencia.
El tono debe ser cálido,



Uso puntual de palabras que conecten con el mundo del campo, el mar y la cocina.
Ejemplo: Curado, ahumado, crianza, fresco, selección, tierra, costa, fuego, tradición.



Lenguaje claro y sin tecnicismos innecesarios. Los mensajes deben ser provocadores, apetitosos e invitar a disfrutar.



Integración sutil de palabras que evoquen experticia. Ejemplo: Maestría, arte, excelencia.

COPYS BASE PARA LA COMUNICACIÓN

¡EL SABOR
DE LOS GRANDES
MOMENTOS!

LOS GRANDES
MOMENTOS
SABEN A CAMPO

LOS GRANDES
MOMENTOS
SABEN A MAR

SERRANOVA...
DEL CAMPO Y
DEL MAR

SOMOS EL SABOR
QUE SE COMPARTE

BANNER WEB



REDES SOCIALES



ÍCONOS HISTORIAS



Domicilios



Res



Cerdo



Mar



Recetas



Granja



Experiencias

 PUBLICACIONES

 REELS

 ETIQUETAS

Res

Cerdo

Pollo

Mar



¡EL SABOR DE
LOS GRANDES MOMENTOS!

