

2022

---

AVÍCOLA ORMAZA

**MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA**

---

## ÍNDICE

4	Valores de la marca
5	Misión
6	Visión
7	EL IMAGOTIPO
8	Imagotipo
9	Imagotipo - Variante
10	Estructura
11	Cromática
12	Positivo y Negativo
13	Escala de grises
14	Escala de grises - Valores
15	Tipografía
16	Tamaños mínimos
17	Tamaños mínimos - Excepción
18	Contorno libre
19	Contorno libre - Variante
20	Restricciones
21	Uso sobre fondos
22	PAPELERIA CORPORATIVA
23	Hoja membretada
24	Tarjetas

25	Carpeta
26	Sobre Americano
27	Esfero
28	Sello
29	Papelería Corporativa
30	PACKAGING
31	Packaging 1
32	Packaging 2
33	UNIFORMES
34	Delantal 1
35	Delantal 2
36	Mascarilla 1
37	Mascarilla 2
38	Camiseta Hombre 1
39	Camiseta Hombre 2
40	Camiseta Mujer 1
41	Camisera Mujer 2
42	Gorro 1
43	Gorro 2

## 1.0

# VALORES DE LA MARCA

Compromiso: Trabajamos para brindar una carne de pollo de calidad para nuestros clientes.

Respeto: Brindamos un trato amable a todos nuestros clientes.

Responsabilidad: Cumplimos nuestras obligaciones para ser una avícola de calidad.

Honestidad: Somos sinceros y responsables con nuestros clientes y ofrecemos un precio justo.

## 1.1

# MISIÓN

Criar y comercializar pollos vivos y faenados para el consumo de la ciudadanía, nos enfocamos en la crianza, aplicando todos los parámetros para un buen desarrollo y producción, pensando en la alimentación segura y con responsabilidad hacia nuestros clientes, para su satisfacción.

## 1.2

# VISIÓN

Posicionarnos en el mercado local como una avícola diferente y confiable, con productos y procesos de calidad, para poder competir con grandes avícolas y abastecer a toda la ciudad de Cuenca, con un control de producción y sanidad, para poder tener un producto sano, natural y de calidad.

---

EL IMAGOTIPO  
**AVÍCOLA ORMAZA**

---

## 2.1

## IMAGOTIPO

Avícola Ormaza es una empresa nueva, dedicada a la venta de pollo faenado.



Este es nuestro identificador gráfico. Debe usarse siempre que sea posible o su variante y nunca modificarse.



2.2

IMAGOTIPO - VARIANTE



Esta es la Única variante permitida para el identificador gráfico, esta es una variación en forma horizontal.

## 2.3

## ESTRUCTURA

El imagotipo está resuelto sobre una cuadrícula para proporcionar el perfecto equilibrio visual y proporcional al conjunto.



## 2.4

## CROMÁTICA

Para reducir al mínimo los errores de color, se debe usar los valores CMYK, RGB, especificados en este manual.

Colores Pantone

cmyk 2, 36, 85, 0  
rgb 246, 175, 52  
#F6AF34

cmyk 11, 65, 100, 2  
rgb 217, 110, 17  
#D96E11

pantone 143 c

pantone 1595 c

## 2.5

Las versiones en positivo y negativo debe ser utilizada cuando las posibilidades tecnológicas no permitan la reproducción en varias tintas, o cuando sea necesario como un recurso gráfico respetando los colores corporativos.

## POSITIVO Y NEGATIVO



## 2.6

## ESCALA DE GRISES

Esta es una variante cromática del imagotipo en escala de grises.



## 2.7

## ESCALA DE GRISES - VALORES

Estos son los valores CMYK, RGB en escala de grises.

cmyk 0, 0, 0, 40  
rgb 178, 178, 178  
#b2b2b2

cmyk 0, 0, 0, 85  
rgb 74, 74, 73  
#4a4a49

Colores Pantone

pantone cool gray 5c

pantone 7540 c

2.8

TIPOGRAFÍA

COCOGOOSE  
Semibold

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
!"#\$%&/'()\*=??¿^\*Ñ";:~>

Tipografía Corporativa  
POPPINS  
Regular

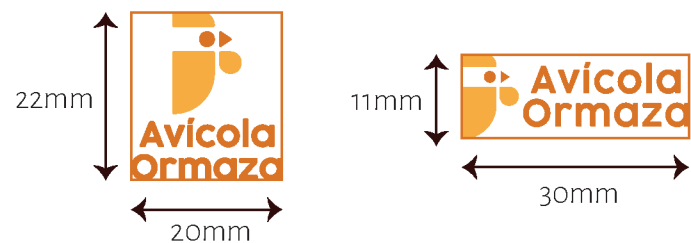
Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
01234567890!"#\$%&/'()\*=??¿^\*Ñ";:~>

## 2.9

# TAMAÑOS MÍNIMOS

Tamaños mínimos impresión



Tamaños mínimos para la web





## 2.10

## TAMAÑOS MÍNIMOS-EXCEPCIÓN

Tamaño mínimo impresión-excepción

Para una impresión de este tamaño mínimo se puede utilizar solo la parte tipográfica del imagotipo.



## 2.11

El imagotipo siempre debe conservar a su alrededor una distancia mínima de seguridad en el que no se puede situar otro elemento que pueda afectar su visibilidad.

## CONTORNO LIBRE



2.12

CONTORNO LIBRE - VARIANTE



## 2.13

## RESTRICCIONES

01 No distorcionar

02 No suprimir elemntos

03 No cambiar la crómatica

04 No girar

05 No reorganizar los coponentes

06 No alterar el tamaño o proporción

07 No modificar la tipografía

08 No agregar sombras

09 No reflejar ninguna parte



## 2.14

## USO SOBRE FONDOS

Es importante respetar estos lineamientos para la adecuada visualización de la marca.

Imagotipo	Claro	Oscuro	Imagen

---

PAPELERIA CORPORATIVA  
**AVÍCOLA ORMAZA**

---

### 3.1

## HOJA MEMBRETADA

Tamaño: 21cm x 29,7cm (A4)



## 3.2

## TARJETAS

Tamaño: 8,5cm x 5,5cm





### 3.3

## CARPETA

Tamaño: 23cm x 32cm



### 3.4

## SOBRE TIPO AMERICANO

Tamaño: 22cm x 11cm



3.5

ESFÉRO



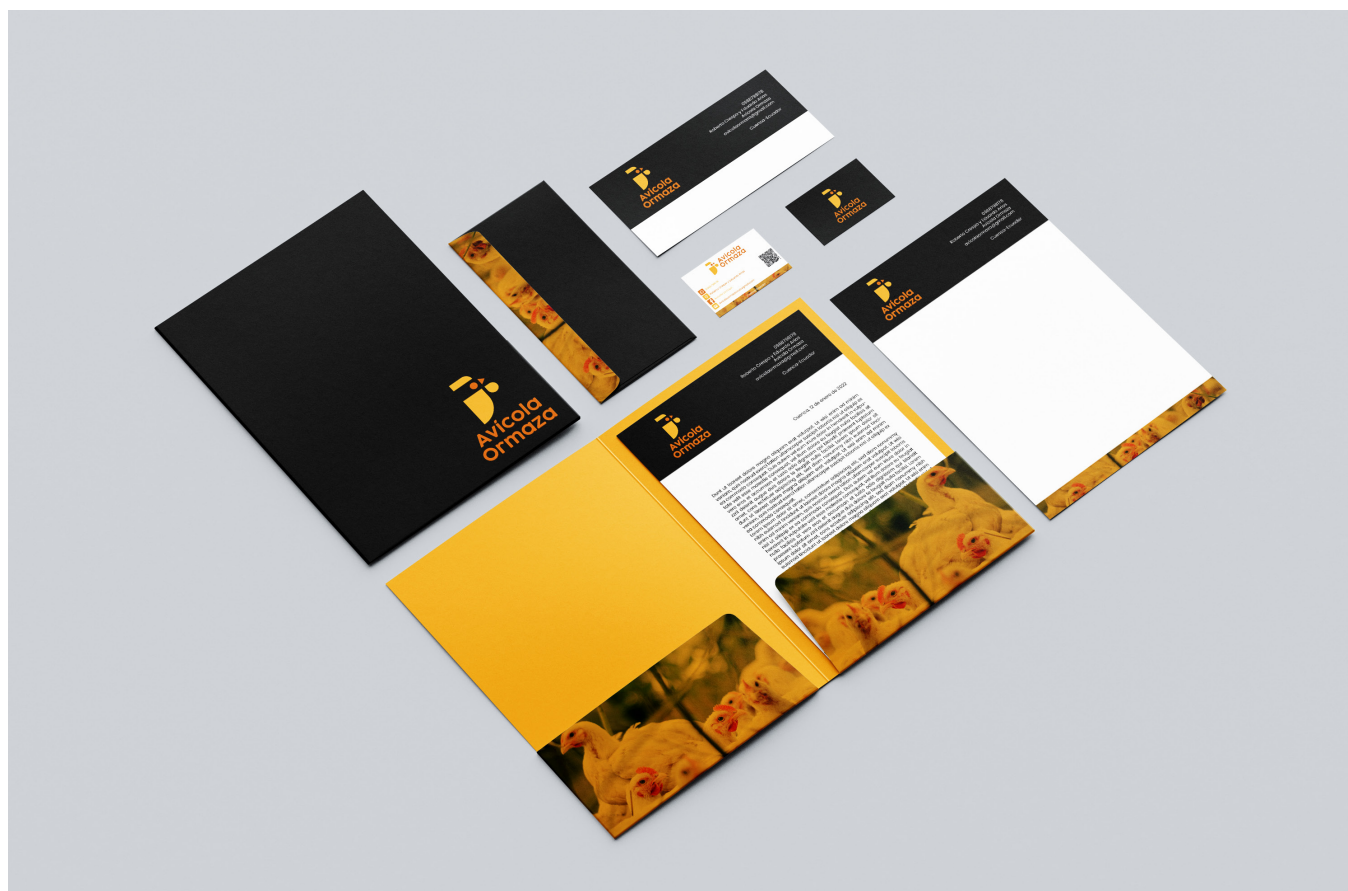
3.6

SELLO



3.7

PAPELERÍA



---

PACKAGING  
**AVÍCOLA ORMAZA**

---

4.1

PACKAGING



4.2

PACKAGING





---

UNIFORMES  
**AVÍCOLA ORMAZA**

---

5.1

DELANTAL NEGRO



5.2

DELANTAL BLANCO



5.3

MASCARILLA NEGRA



5.4

MASCARILLA BLANCA



5.5

CAMISETA HOMBRE 1



5.6

CAMISETA HOMBRE 2



5.7

## CAMISETA MUJER 1





5.8

## CAMISETA MUJER 2



5.9

GORRO 1



5.10

GORRO 2

