



DISEÑO DE MARCA LOS POLLOS PRIMOS

Logotipo

El logotipo de Los Pollos Primos está compuesto por una tipografía personalizada, de formas redondeadas y gruesas, que transmite cercanía, simpatía y una identidad propia con carácter. El uso del negro con blanco genera alto contraste y recordación inmediata.

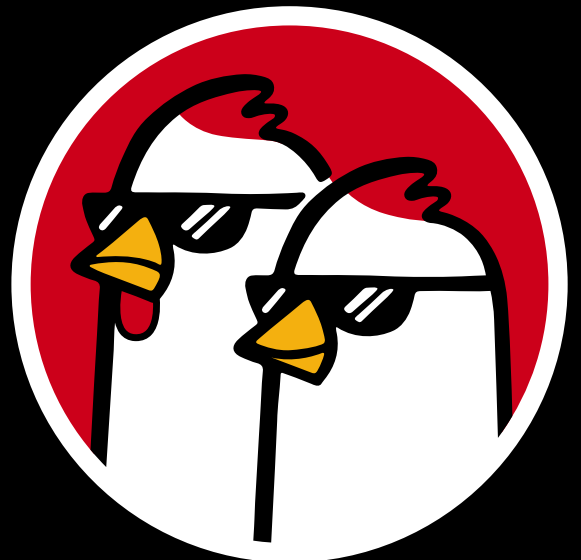
Este logotipo comunica de forma directa y divertida el nombre de la marca, siendo ideal para aplicaciones donde se requiere identificación rápida, como en menús, redes sociales, uniformes y materiales impresos. La disposición orgánica del texto refuerza el espíritu joven y familiar de la marca.



Isotipo (personajes)

El isotipo representa a los dos “pollos primos” de forma minimalista y carismática. Con trazos simples y expresivos, sus gafas oscuras les otorgan una actitud simpática, relajada y con personalidad, diferenciando a la marca en el rubro.

El fondo rojo dentro del círculo potencia la energía visual y el contraste, asegurando su reconocimiento en distintos tamaños. Este elemento puede utilizarse por separado en espacios reducidos, redes sociales, stickers, señalética o aplicaciones promocionales, manteniendo siempre la identidad de la marca sin necesidad de usar el nombre completo.





Slogan

El eslogan “SABOR FAMILIAR”, construido con la tipografía Montserrat Bold, se ubica en la parte inferior del logotipo, alineado con la base del contenedor negro que da forma y contorno al nombre de la marca. Esta posición responde tanto a criterios estéticos como funcionales.

Ubicar el eslogan en esta zona permite reforzar el mensaje central sin competir visualmente con el nombre de la marca, funcionando como un anclaje que amplifica el concepto de cercanía, tradición y cariño familiar asociado a Los Pollos Primos.

Además, su tamaño y estilo contrastan lo justo con la tipografía principal, manteniendo la jerarquía visual clara: primero se lee el nombre de la marca, luego se percibe el mensaje emocional que complementa su identidad.

Esta disposición permite flexibilidad en distintas aplicaciones sin perder legibilidad ni presencia.

PALETA DE COLORES



PANTONE
130 c



PANTONE
3546 c



BLACK
100%



WHITE
100%

Uso de los personajes ilustrados

Los pollos ilustrados de Los Pollos Primos son personajes con identidad, actitud y potencial narrativo. Esta característica los convierte en una herramienta poderosa para construir una marca cercana, memorable y con fuerte personalidad.

Su diseño versátil permite utilizarlos en una amplia variedad de formatos y situaciones: desde viñetas de humor, contenido en redes sociales, mamparas, carteles promocionales, hasta animaciones o piezas audiovisuales

Cada aparición de los pollos aporta consistencia visual, recordación de marca y conexión emocional con el público. Además, son una excelente puerta de entrada para crear campañas con tono propio, merchandising atractivo y, sobre todo, una comunidad en torno a la marca.

Este tipo de elementos “vivos” permiten que Los Pollos Primos deje de ser solo un negocio de comida y se convierta en una marca con voz, carácter y vínculo con sus seguidores.



USOS ALTERNATIVOS



1



2



1. El logotipo puede aplicarse en distintos soportes siempre que se respete la combinación cromática original: tipografía blanca con contorno negro.
2. El isotipo debe usarse con su paleta de colores completa, salvo en situaciones técnicas o de costos donde se requiera una versión monocromática: en ese caso, se utilizará en negro sobre fondos corporativos.
3. Las ilustraciones de los pollos pueden salir del círculo para adquirir mayor expresividad, siempre que el contexto lo justifique.

3





los Pollos
Primos



los Pollos
Primos
SABOR FAMILIAR

Uso del logotipo sin contorno sobre fondo negro

En contextos donde el fondo es completamente negro, se permite utilizar el logotipo (con y sin slogan) sin su contorno tradicional, aplicando la tipografía blanca de forma directa sobre el fondo oscuro. Esta alternativa mantiene el contraste visual adecuado, asegura la legibilidad y conserva la identidad visual de la marca.

Este caso de uso es ideal para aplicaciones donde se busca un enfoque más limpio o contemporáneo, como presentaciones digitales, gráficas nocturnas, packaging elegante o publicaciones especiales en redes sociales.

Es importante destacar que esta versión debe utilizarse exclusivamente sobre fondos negros planos y sólidos. No se recomienda aplicarla sobre fondos oscuros con textura, degradados o fotografías, ya que podría comprometer su visibilidad.

USOS INCORRECTOS



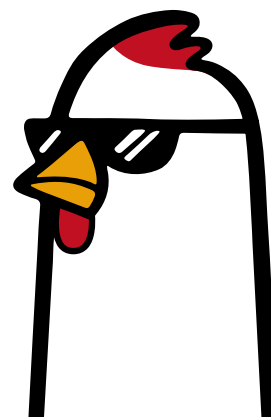
1



2



1. No debe modificarse el color del contorno del logotipo ni eliminarlo bajo ninguna circunstancia.
2. El isotipo no debe aplicarse sin su color original ni ser alterado de forma que comprometa la identidad visual de la marca.
3. Los personajes no deben separarse, salvo en casos narrativos específicos donde su interacción o ausencia esté justificada dentro del relato.



3