

**MANUAL
DE MARCA**



La que más billete da



IDENTIDAD VISUAL

ISOTIPO • CONSTRUCCIÓN • RESERVA • TAMAÑO MÍNIMO • PALETA DE COLOR • BLANCO Y NEGRO
• ESCALA GRISES • APLICACIONES Y TEXTURAS • FONDOS PERMITIDOS • USOS INDEBIDOS •
TIPOGRAFÍA

Autoriza

La marca Lotería de Bogotá es la unión gráfica y tipográfica de la bandera de la ciudad y el nombre “Lotería de Bogotá”.



La que más billete da

01.

Isotipo

IDENTIDAD VISUAL

Autoriza

El logotipo se construye a partir de las reglas establecidas en esta página, usando la medida (x) definida.



02.

Construcción

IDENTIDAD VISUAL

Autoriza

El uso del logo en cualquier formato debe tener un área de protección o área de reserva mínima (que no es un fondo blanco) como se muestra en la gráfica, para permitir una correcta lecturabilidad del mismo.



03.

Reserva

IDENTIDAD VISUAL

El tamaño mínimo permitido para reproducir el logotipo con lema “La que más billete da”, para asegurar su legibilidad, tanto en impresos como para uso en pantalla, es de 3 cm.

EXCEPCIÓN:

Para impresión de esferos y firma en piezas digitales (RRSS) el tamaño mínimo permitido es de 1,5 cm sin slogan. Entre 0,5cm y 1,0 cm puede usarse solo el símbolo.

Autoriza



La que más billete da

4 cm ó 95 px
Con slogan



1,5 cm
Sin slogan



0,5 cm
Solo símbolo

04.

Tamaño mínimo

IDENTIDAD VISUAL

La paleta de colores corporativos está compuesta por el rojo PANTONE® 485C, el negro PANTONE® Neutral Black C y el amarillo PANTONE® 803C, los cuales son parte primordial del sistema visual.

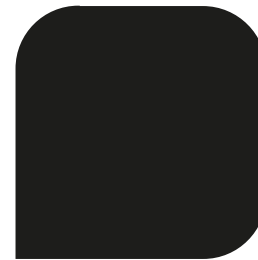
Los colores que aparecen en este manual son solo de referencia, se recomienda el uso de la última guía de color PANTONE® para reproducirlos correctamente.



C: 0
M: 100
Y: 100
K: 0

R: 237
G: 28
B: 36

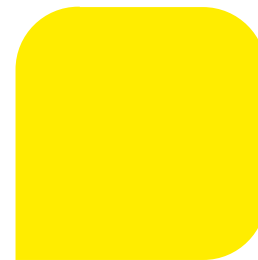
PANTONE: 485C
HEX: FF0000



C: 0
M: 0
Y: 0
K: 100

R: 0
G: 0
B: 0

PANTONE: Neutral Black C
HEX: 000000



C: 0
M: 0
Y: 100
K: 0

R: 255
G: 242
B: 0

PANTONE: 803C
HEX: FFF200

Esta medida debe implementarse en caso de no ser posible la producción en policromía ni en escala de grises. También debe usarse cuando la marca va grabada sobre materiales como vidrio (esmerilado, negro o blanco), superficies texturadas o altos relieves. No debe usarse ninguno de sus elementos en grises u otras tonalidades diferentes a negro.

Autoriza



La que más billete da

BLANCO Y NEGRO POSITIVO

Autoriza



La que más billete da

BLANCO Y NEGRO NEGATIVO

06.

Blanco y negro

IDENTIDAD VISUAL

El uso de la marca en escala de grises, es para situaciones en las que la producción no pueda hacerse en policromía.

Autoriza



- Negro al 90%
- Negro al 70%
- Negro al 30%

La que más billete da

07.

Escala grises

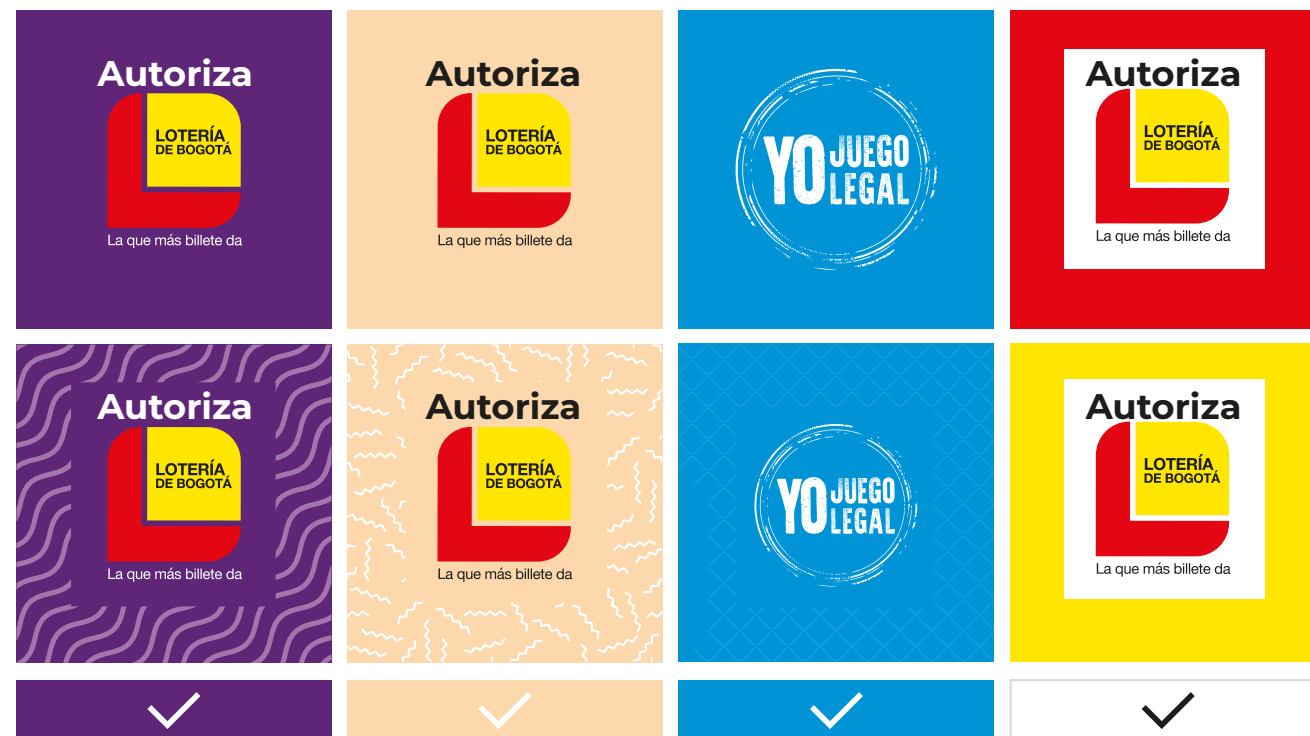
IDENTIDAD VISUAL

(Solo para uso digital y billetería)

La ubicación de la marca sobre fondos texturizados o de los mismos colores del logo, debe hacerse respetando la reserva (5 mm) como se indica en la imagen y garantizando la lectura del slogan.

Sobre fondos claros ya sean texturas o colores, se debe dejar el lema en color negro. El objetivo principal de estas guías, siempre debe ser garantizar la buena lectura de la marca.

Esta aplicación NO es permitida en impresos.



08.

Aplicaciones y texturas

IDENTIDAD VISUAL

(Solo para uso digital y billetería)

El uso de la marca sobre fondos de color, degradados y/o vectores se puede hacer siempre y cuando se busque contrastar para resaltar el lema (La que más billete da).

Excepción:

Esta aplicación NO es permitida en impresos.



09.

Fondos permitidos

IDENTIDAD VISUAL

(Solo para uso de merchandising)

El uso de la marca sobre fondos de color y/o vectores se puede hacer siempre y cuando se busque contrastar para resaltar el lema (La que más billete da).

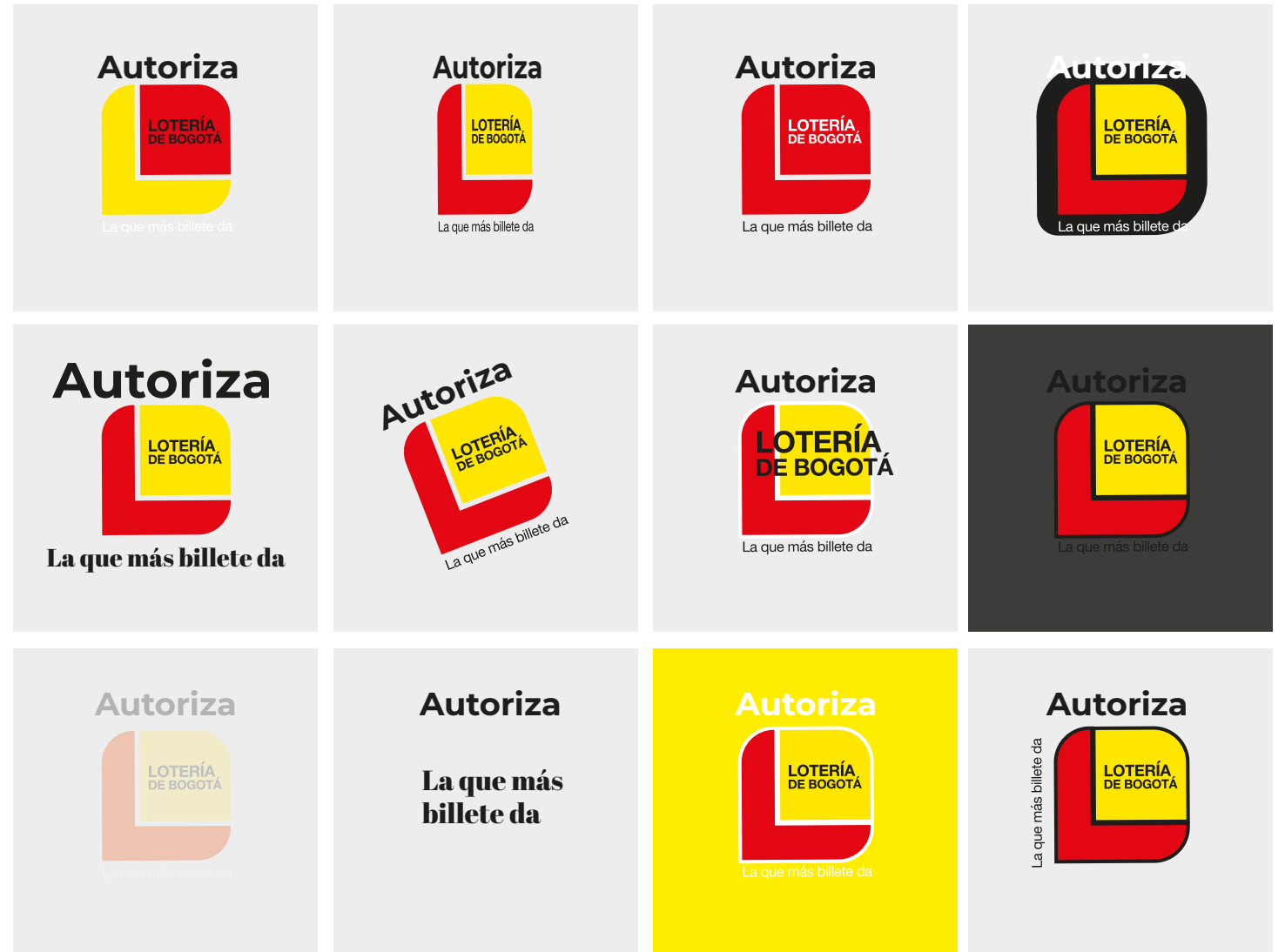


10.

Fondos permitidos merchandising

IDENTIDAD VISUAL

1. No invertir.
2. No desproporcionar el logo.
3. No cambiar la posición del lema.
4. No mover o escalar los elementos independientes.
5. No poner el lema (negro y blanco) en fondos (claros y oscuros).
6. No cambiar proporciones.
7. No invertir paleta de color.
8. No cambiar paleta de color.
9. No usar el lema sin el logo.
10. No inclinar la marca.
11. No cambiar el color del lema.
12. No usar otra paleta de color.
13. No cambiar la fuente tipográfica.
14. No usar el logo como marca de agua.
15. No usar el lema en mayúsculas, ni en otra tipografía.



11.

Usos indebidos

La familia Helvética debe usarse en material impreso como folletos, anuncios, POP, etc.

En casos específicos como internet, intranet, documentos elaborados en procesadores de palabras, presentaciones digitales y otros donde no sea posible usar Helvética, deberá usarse la tipografía Arial.

Helvetica
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

HelveticaNeue
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

HelveticaLTStd
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

12. Tipografía

The image features a bold, modern design. A large red rectangle occupies the upper right portion of the frame. To its left, a black rounded rectangle is filled with a white dot pattern that creates a 3D perspective effect, as if the dots are receding into the distance. A solid yellow square is positioned to the left of the black rounded rectangle. The word "DIGITAL" is written in large, white, sans-serif capital letters across the red background.

DIGITAL

WEB • REDES SOCIALES • MAILING • PIEZAS DIGITALES JUEGOS
PROMOCIONALES Y RIFAS

01.

Web

Banners para slider web:

Deben incluirse el Logo de “Juego Legal” en la esquina superior derecha al mismo tamaño en todos los banners.

Debe existir una línea delgada como marco en su diseño y un botón Call to Action en la esquina inferior derecha que lleve a una acción.

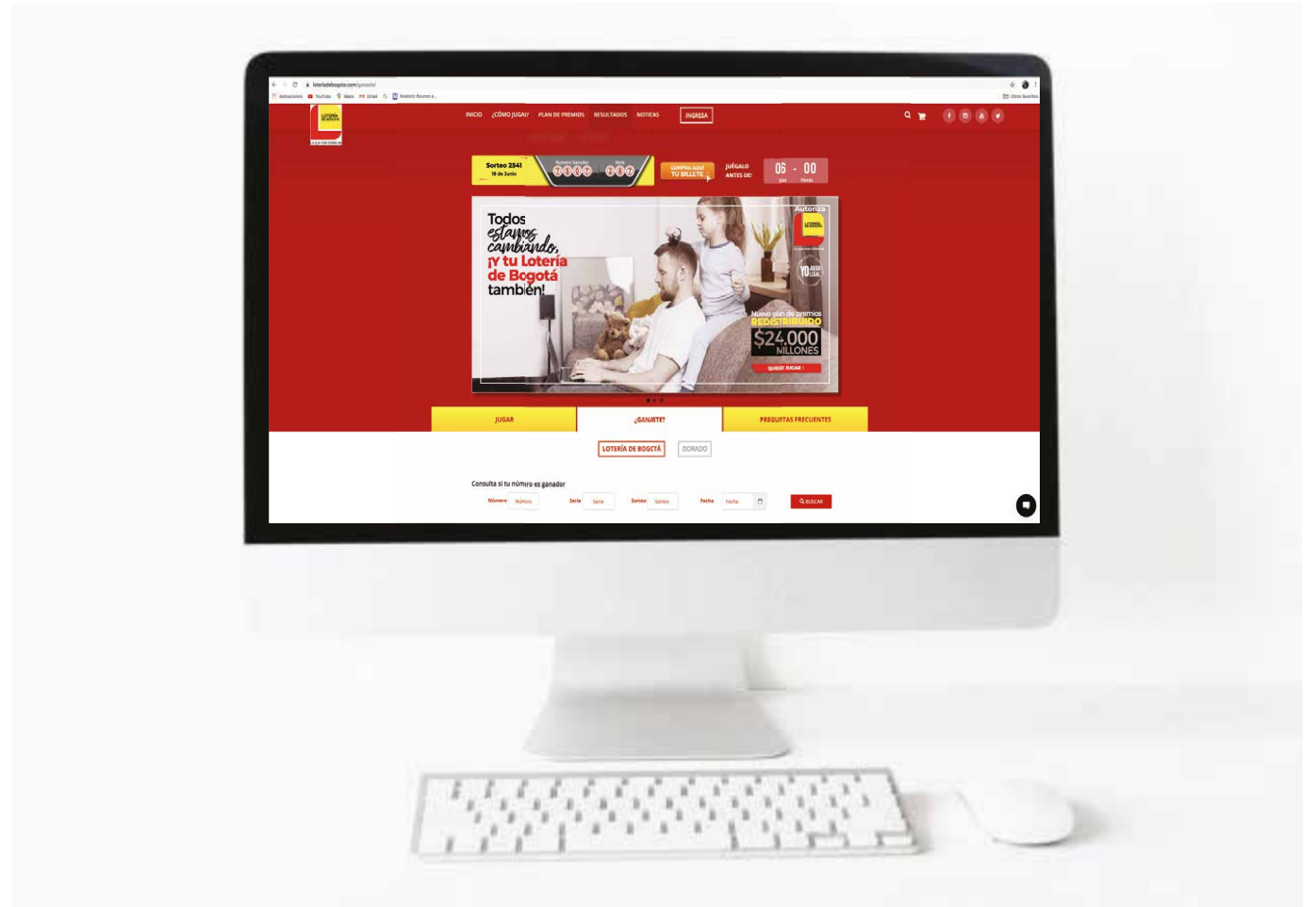
Deben mezclarse dos tipografías (Cursiva e Itálica) para el nuevo diseño web.

Páginas internas de la web:

Deben incluir un cabezote de presentación, donde el título sea consecuente con la URL.

Los diseños pueden mezclar colores atractivos y que no distraigan la lectura del contenido.

Deben mezclarse dos tipografías (Cursiva e Itálica) para el nuevo diseño web.



Facebook: 

Deben usarse formatos según objetivos de pauta, creatividad, etc.

Deben mezclarse dos tipografías (Cursiva e Itálica) para el nuevo diseño web.

Deben usarse fotografías aspiracionales con personas reales, disfrutando lujos, soñando con grandes propiedades, etc.

Debe incluirse el Logo de Juego Legal en la esquina superior derecha siempre, conservando siempre el mismo tamaño.



02.

Redes sociales

DIGITAL

02.

Redes sociales

Twitter: 

Deben usarse formatos según objetivos de pauta, creatividad, etc.

Deben mezclarse dos tipografías (Cursiva e Itálica) para el nuevo diseño web.

Deben usarse fotografías aspiracionales con personas reales, disfrutando lujos, soñando con grandes propiedades, etc.

Debe incluirse el Logo de Juego Legal en la esquina superior derecha siempre, conservando siempre el mismo tamaño.



Instagram:

Deben usarse formatos según objetivos de pauta, creatividad, etc.

Deben mezclarse dos tipografías (Cursiva e Itálica) para el nuevo diseño web.

Deben usarse fotografías aspiracionales con personas reales, disfrutando lujos, soñando con grandes propiedades, etc.

Debe incluirse el Logo de Juego Legal en la esquina superior derecha siempre, conservando siempre el mismo tamaño.

Estas publicaciones e imágenes deben ser diferentes a las de Facebook y Twitter, así hablen de la misma campaña/tema.



1,5 cm

02. Redes sociales

DIGITAL

Historias de Instagram:

Deben mezclarse dos tipografías (Cursiva e Itálica) para el nuevo diseño web.

Deben usarse fotografías aspiracionales con personas reales, disfrutando lujos, soñando con grandes propiedades, etc.

Debe incluirse el Logo de Juego Legal en la esquina superior derecha siempre, conservando siempre el mismo tamaño y con el cuidado de no cortarla al subirla a la plataforma, evitando su ubicación muy a la esquina superior del diseño.

Debe incluirse un botón (Call To Action) que invite a deslizar para conocer más sobre el tema presentado en la publicación.

Pueden usarse imágenes estáticas, animaciones y/o video.



03.

Mailing

Mailing:

Debe incluir el logo de la Lotería de Bogotá en la parte superior derecha, siempre conservando la debida proporción y línea gráfica de la marca.

Debe incluir siempre el logo de Juego Legal en la parte inferior del logo de la Lotería de Bogotá.

Deben usarse fotografías aspiracionales con personas reales, disfrutando lujos, soñando con grandes propiedades, etc, en banners o mosaicos de varias imágenes. También puede ser un GIF animado.

Debe incluirse un botón (Call To Action) que invite a finalizar la historia o a ampliar el contenido del tema que se esté hablando. La ubicación debe ser centrada y de fácil lectura.

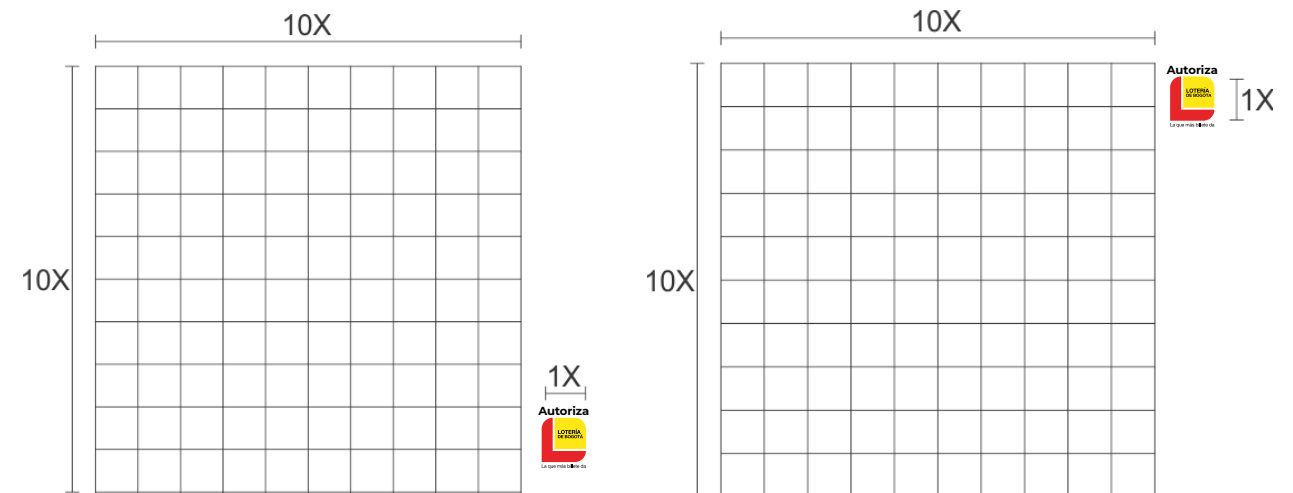


A continuación, se encuentra los tamaños mínimos en que se deberá aplicar los logos de la Lotería de Bogotá en piezas gráficas digitales e impresas:

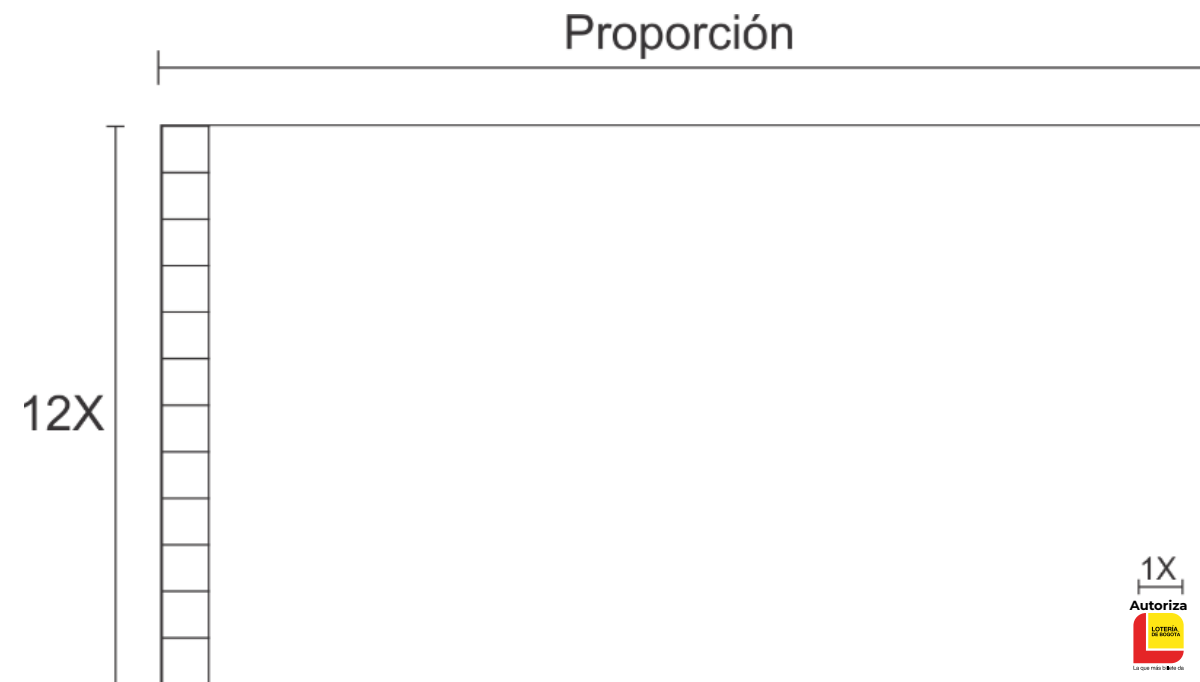
1. DIGITAL:

- El logo de la Lotería de Bogotá deberá estar ubicado en la parte inferior, alineado a la derecha.
- El logo de la Lotería de Bogotá también podrá estar ubicado en la parte superior, alineado a la derecha.

1.1. Proporción de logos en piezas cuadradas para redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter)



1.2. Proporción de logos en piezas horizontales para redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter)

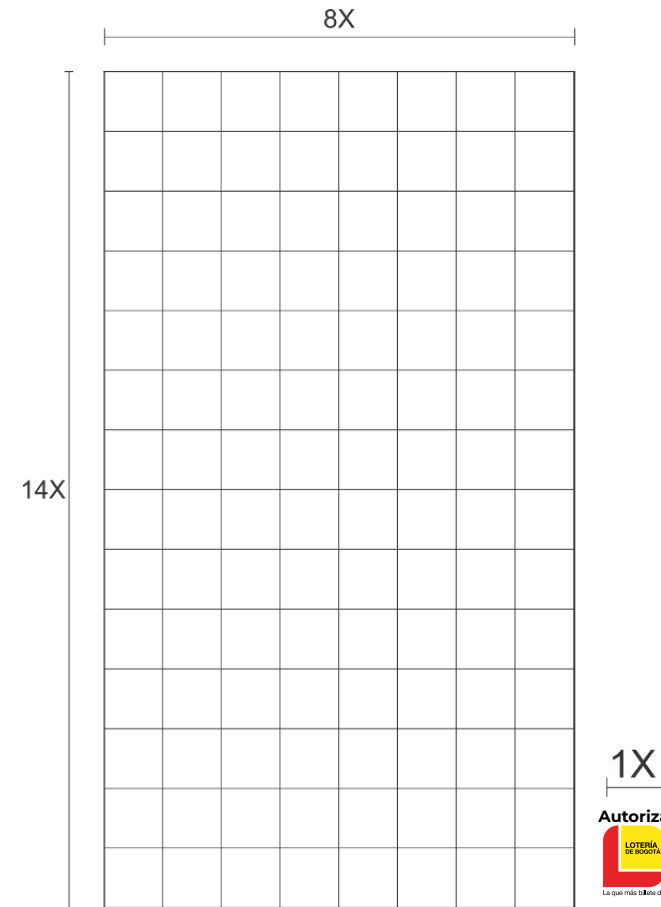


04.

**Piezas digitales
Juegos promocionales y rifas**

DIGITAL

1.3. Proporción de logos en historias para redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter)



04.

Piezas digitales
Juegos promocionales y rifas

DIGITAL



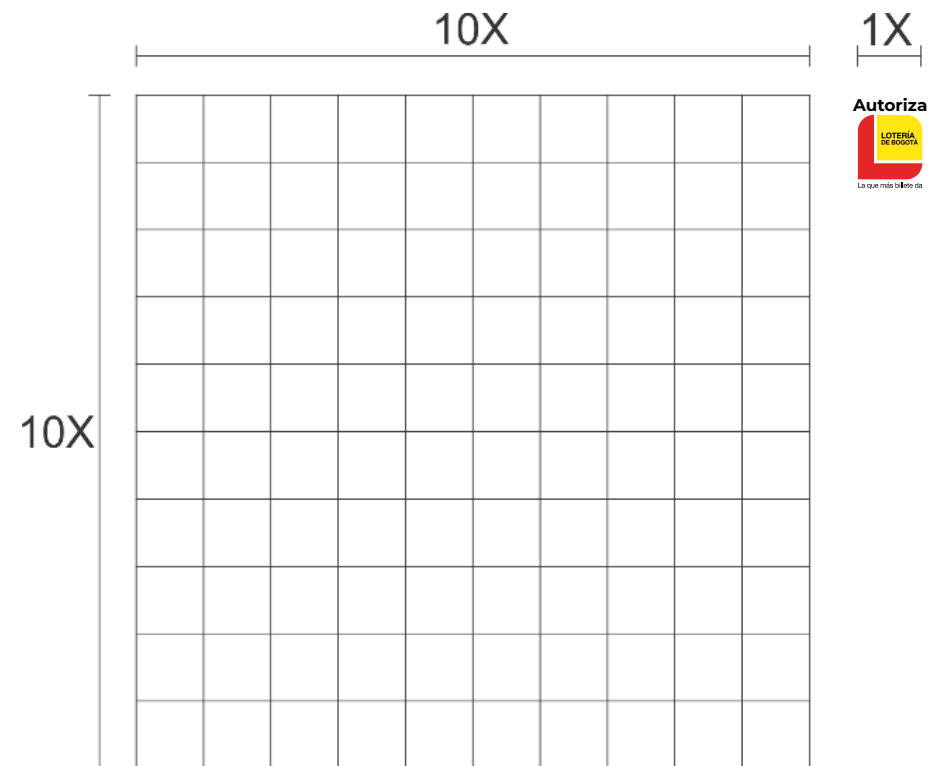
BTL

IMPRESOS JUEGOS PROMOCIONALES Y RIFAS
• IMPRESOS • PENDONES • MARCA COMPARTIDA

01.

IMPRESOS

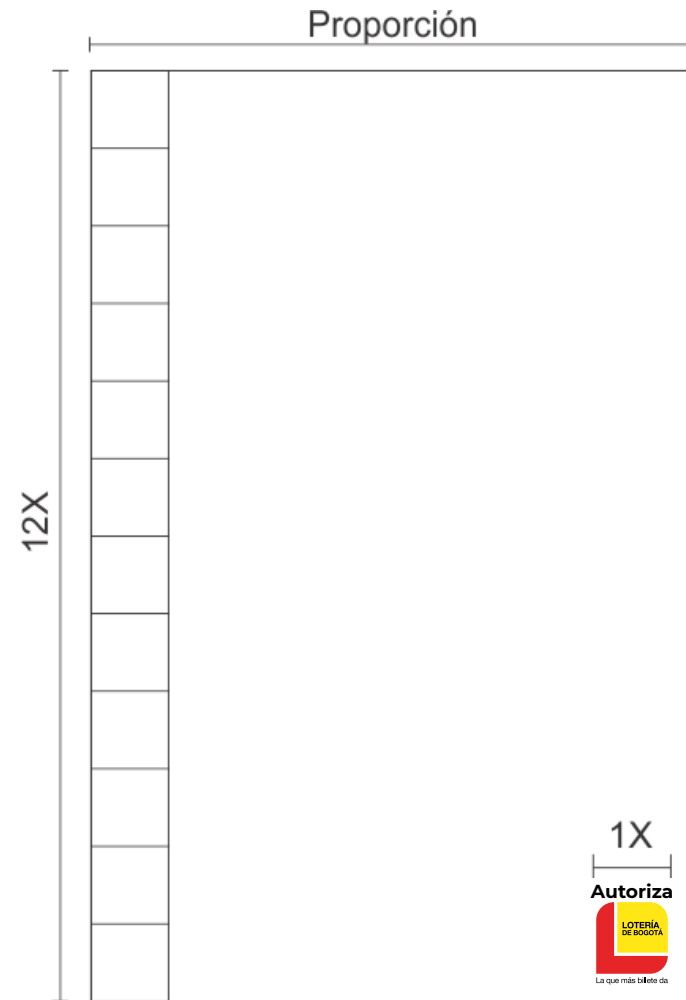
1. La proporción de logos en impresiones cuadradas es la siguiente:



Impresos juegos promocionales y rifas

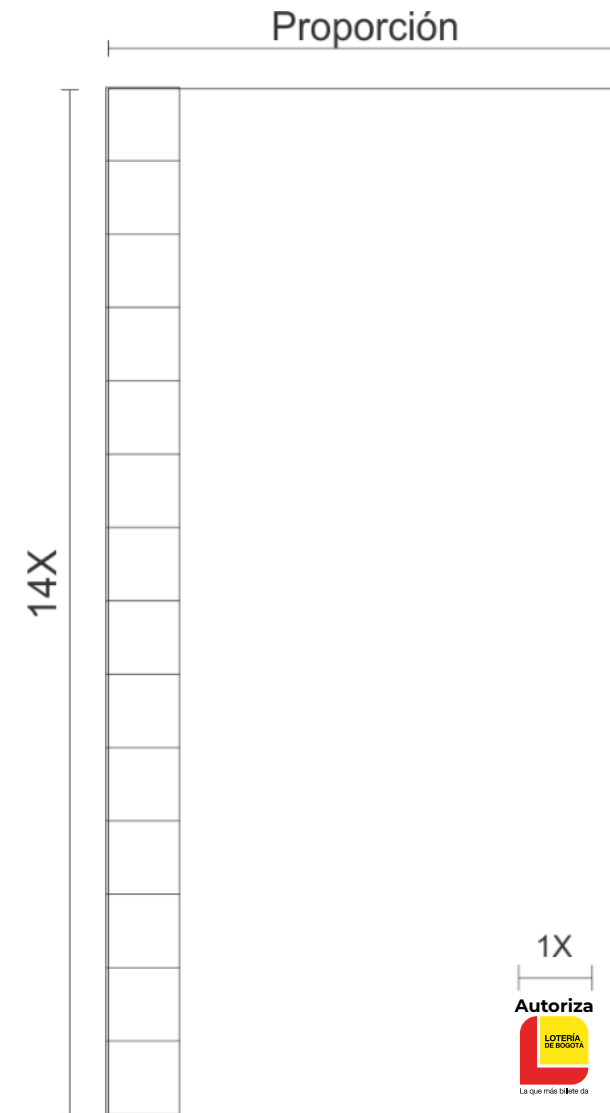
01.

2. Proporción de logos en impresión de afiches tamaño tabloide, ½ pliego, y ¼ de pliego se debe mantener la proporción teniendo en cuenta la medida vertical del formato:



Impresos juegos promocionales y rifas

3. Proporción de logos en impresión de pendones de 1m x 2m, se debe mantener la proporción teniendo en cuenta la medida vertical del formato:



01.

Impresos juegos promocionales y rifas

01.

Impresos juegos promocionales y rifas

4. La proporción de los logos en avisos exteriores debe ser de al menos el 3%, teniendo en cuenta la dimensión total de aviso:



02.

Impresos

Para impresos donde la Lotería de Bogotá es el único anunciante, la marca debe ir en la parte superior izquierda abriendo la pieza o también en la parte inferior derecha cerrando la comunicación.



Debe garantizarse la visibilidad del logo (incluyendo el slogan) de acuerdo a los usos permitidos, respetando proporción de tamaños y la línea gráfica de la campaña que se esté implementando en el momento. La inclusión de redes sociales y datos de contacto en la parte inferior, es opcional.



03.

Pendones

04.

Marca compartida

La proporción mínima establecida para el uso del logo de la Lotería de Bogotá en piezas gráficas de terceros debe ser del 30% de la pieza visible (no incluye márgenes) y debe estar ubicado en la parte superior derecha de la pieza.

En impresos que se comparten con otras marcas, con las cuales se tienen convenios, la Lotería de Bogotá es la marca principal y debe firmar en la parte superior derecha de la pieza conservando un 15% con relación al arte.

Autoriza
LOTERÍA DE BOGOTÁ
La que más billete da

A PARTIR DEL 19
DE SEPTIEMBRE
LAS FRACCIONES
DE LA LOTERÍA DE BOGOTÁ
LE PUEDEN REGALAR UN
CARRO

obtén
2x1  **Cinépolis**
100% DIGITAL
en las taquillas de Cinépolis®
con tu billete o fracción que juega o jugó en la semana vigente

Válido para formato 35mm/2D, ubicación general de Lunes a Viernes.
Aplica sobre precio regular. No acumulable con otras promociones vigentes.
No válido para salas Macro XE ni 4DX.
Promoción válida de Noviembre de 2012 Octubre de 2013.

Autoriza
LOTERÍA DE BOGOTÁ
La que más billete da

Me Casa

(6) fracciones del mismo o varios
complete la frase MI CASA frotando
moneda o metal, el área indicada
fracción de Lotería de Bogotá.
válida del 1 al 28 de noviembre de 2013.

SEÑOR LOTERO:
Gane bonos de \$4.000, \$12.000 y \$48.000
por la venta de fracciones con las dos últimas cifras,
cifras y cuatro cifras del mayor en otras series.
Aplica para los sorteos del 1 al 28 de noviembre de 2013.
www.loteriadebogota.com

19

Y ADEMÁS PRESENTANDO SU FRACCIÓN DE LA LOTERÍA DE BOGOTÁ
RECIBA DOS BOLETAS POR EL PRECIO DE UNA PARA EL
CAMPEONATO NACIONAL DE SONIDO SOBRE RUEDAS
CIUDAD: Armenia LUGAR: CENEXPO
FECHA: noviembre 30 al 1 diciembre 2013

The background of the image is a high-angle, grayscale aerial photograph of Bogotá, Colombia. The city is densely packed with buildings of various heights and architectural styles, creating a complex urban texture. In the center of the image, there is a large, stylized logo for the Lotería de Bogotá. The logo consists of a red shape on the left and a yellow shape on the right, which together form a large, rounded letter 'L'. The text 'LOTERÍA DE BOGOTÁ' is written in black, uppercase letters on the yellow part of the logo.

**LOTERÍA
DE BOGOTÁ**

La que más billete da