

**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

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.

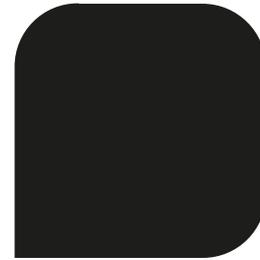
Los colores que aparecen en este manual son solo de referencia, se recomienda el uso de la última guía de color PANTONE para reproducirlos correctamente.



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



BLANCO Y NEGRO NEGATIVO

# 06.

## Blanco y negro

IDENTIDAD VISUAL

# Autoriza

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



- 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.



(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).

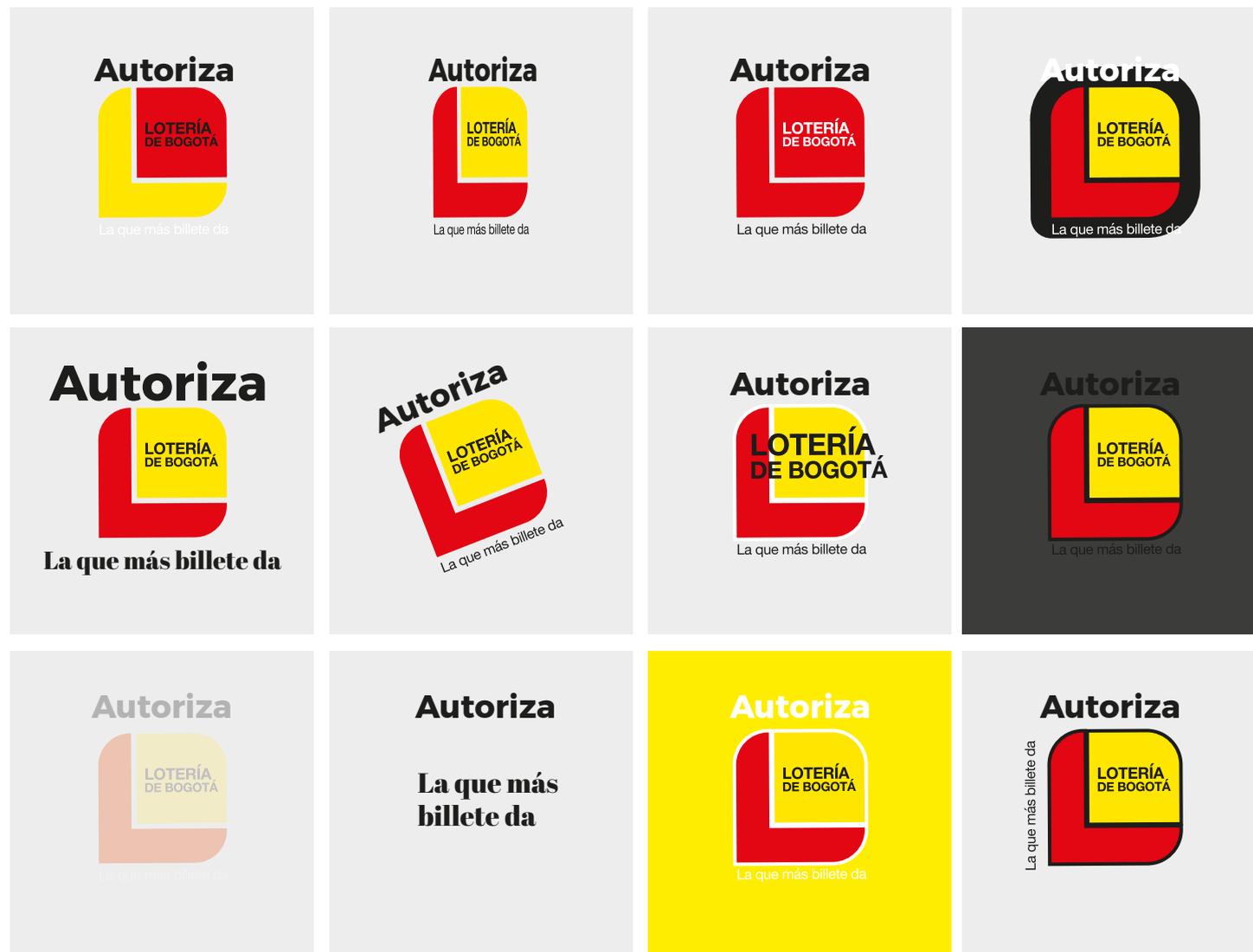


**10.**

## 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



# DIGITAL

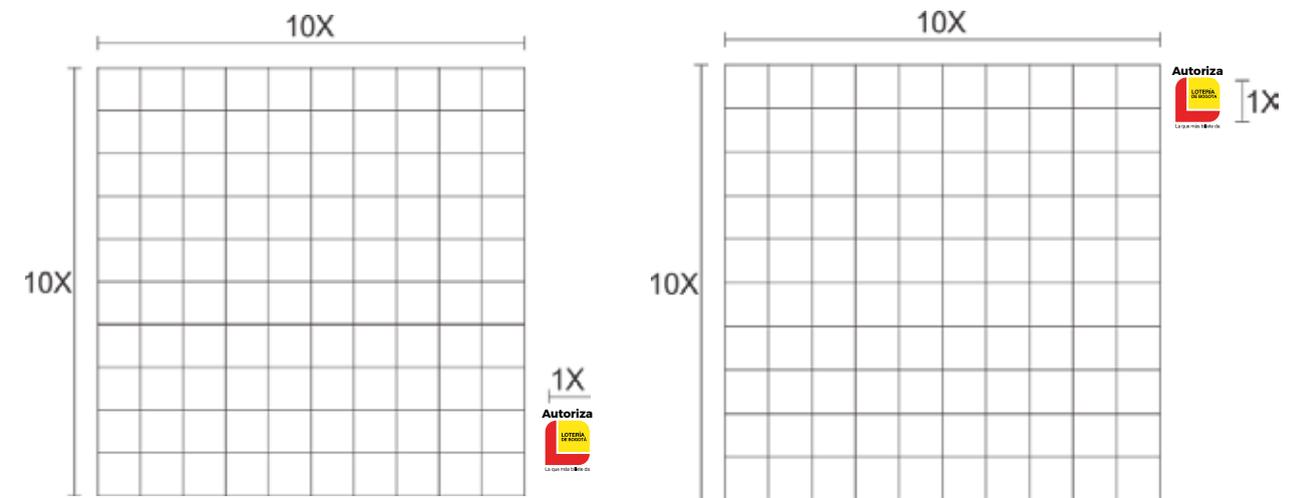
- PIEZAS DIGITALES JUEGOS PROMOCIONALES Y RIFAS

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)

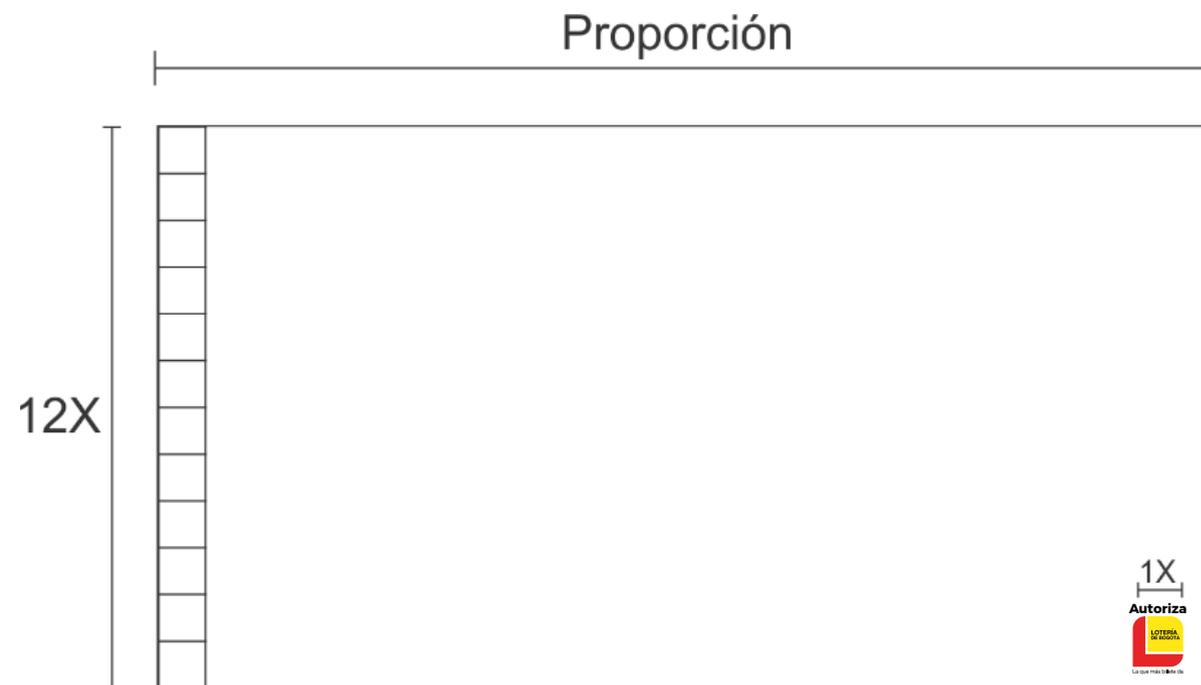


# 04.

## Piezas digitales Juegos promocionales y rifas

DIGITAL

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

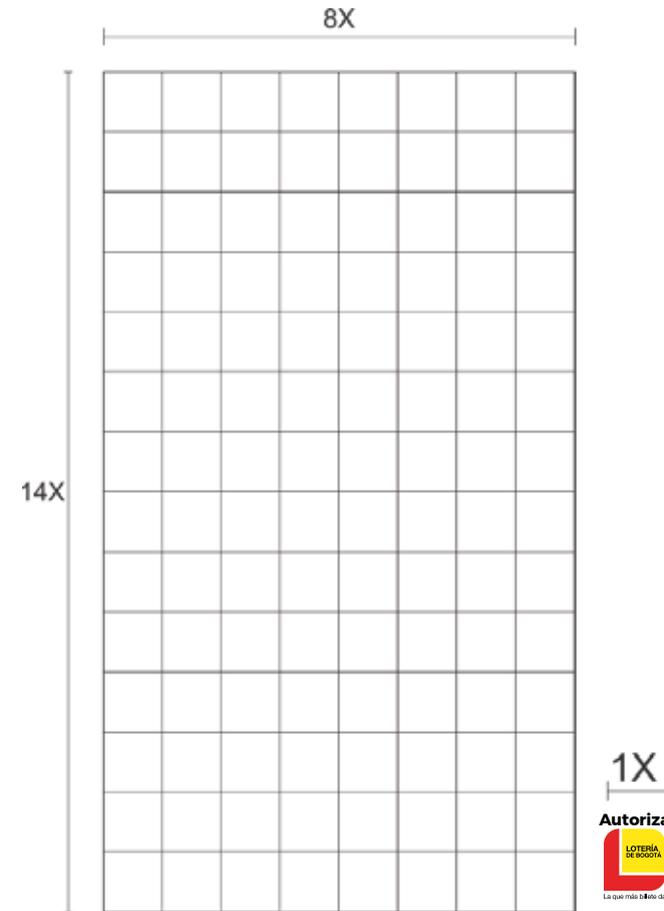


**04.**

# 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

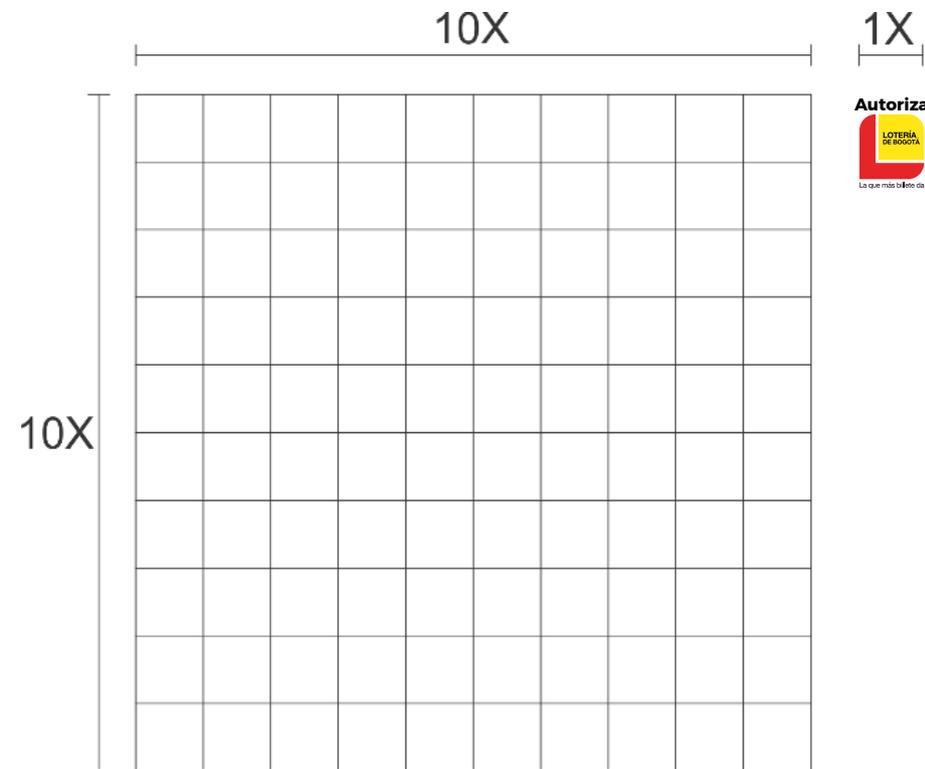


# BTL

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

## IMPRESOS

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



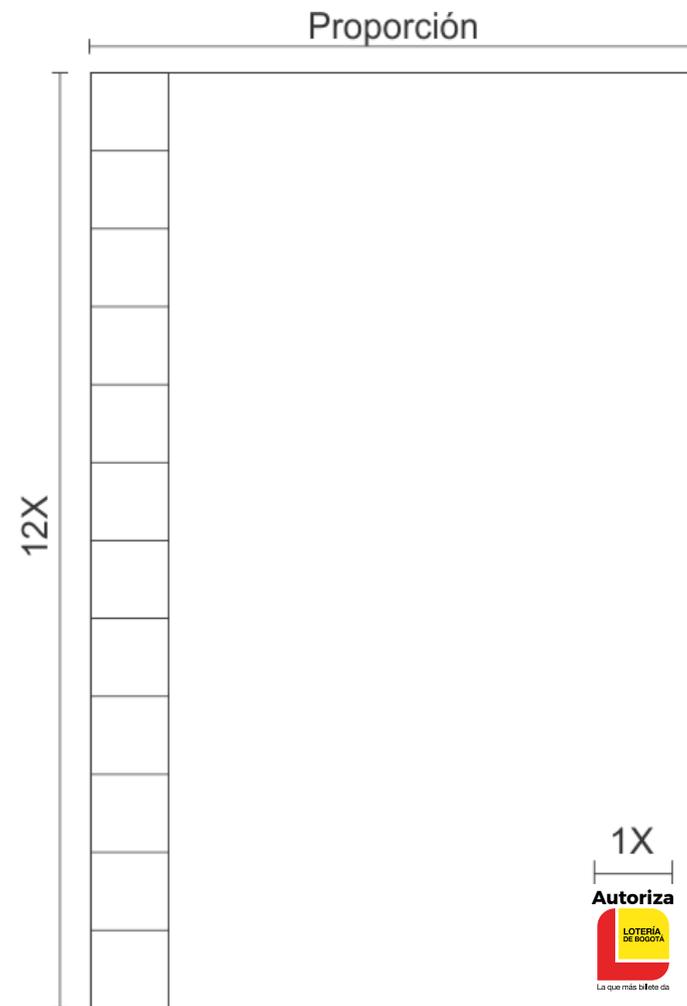
01.

# Impresos juegos promocionales y rifas

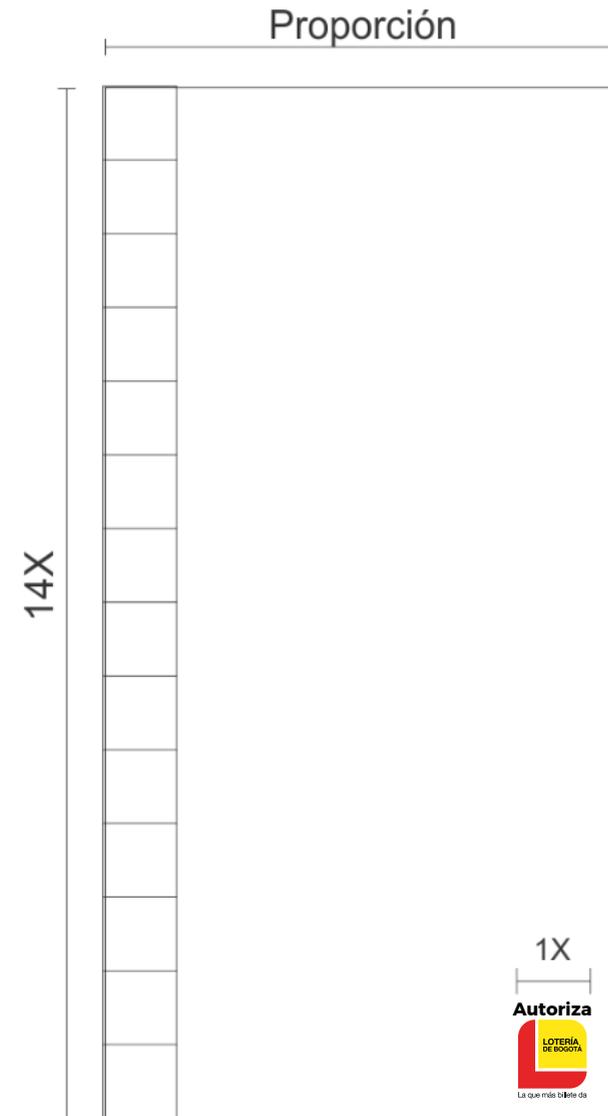
01.

# Impresos juegos promocionales y rifas

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



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

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



**01.**

# Impresos juegos promocionales y rifas

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.



02.

## Impresos

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

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

Valido 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 XXI ni 4DX. Promoción válida de Noviembre de 2012 Octubre de 2013.

**Autoriza**  
LOTERÍA DE BOGOTÁ  
La que más billete da

MI 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 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](http://www.loteriadebogota.com)

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

04.

**Marca compartida**

BTL

An aerial, grayscale photograph of Bogotá, Colombia, showing a dense urban landscape with numerous high-rise buildings and skyscrapers. Overlaid on the center of the image is the logo for Lotería de Bogotá. The logo consists of a large, stylized letter 'L' shape. The left vertical bar of the 'L' is red, and the top horizontal bar is yellow. Inside the yellow bar, the text 'LOTERÍA DE BOGOTÁ' is written in bold, black, uppercase letters.

**LOTERÍA  
DE BOGOTÁ**

La que más billete da