

**MANUAL  
DE MARCA**



La que más billete da



La que más billete da

## **MARCA**

HISTORIA • VALORES CORPORATIVOS • DEFINICIÓN DE LA MARCA • PROMESA DE MARCA • ATRIBUTOS DE MARCA • VOZ DE MARCA

## **IDENTIDAD VISUAL**

ISOTIPO • CONSTRUCCIÓN • RESERVA • TAMAÑO MÍNIMO • PALETA DE COLOR • BLANCO Y NEGRO • ESCALA GRISES • VARIABLES • SELLO "YO JUEGO LEGAL" • APLICACIONES Y TEXTURAS • OTRAS APLICACIONES • FONDOS PERMITIDOS • FONDOS PERMITIDOS MERCHANDISING • USOS INDEBIDOS • TIPOGRAFÍA

## **PAPELERÍA**

MEMBRETE • PRESENTACIONES

## **DIGITAL**

PIEZAS IMPRESAS O DIGITALES  
CONCESIONARIO CHANCE

## **BTL**

PUNTOS DE VENTA CONCESIONARIO  
CHANCE • IMPRESOS • PENDONES •  
MARCA COMPARTIDA

# Contenido



# MARCA

HISTORIA • VALORES CORPORATIVOS • DEFINICIÓN DE LA MARCA • PROMESA DE MARCA  
• ATRIBUTOS DE MARCA • VOZ DE MARCA



En ejercicio de las facultades establecidas en la Constitución y en la Ley, el Concejo del Distrito Especial de Bogotá, el 7 de diciembre de 1967, creó mediante el Acuerdo 81, la Lotería del Distrito Especial de Bogotá, en concordancia con las Leyes 64 de 1923 y 133 de 1936 y en el Decreto Ley 1144 de 1956, cuyo producto se destinaría a la asistencia pública en la siguiente forma: 75% para los programas de la Secretaría de Salud Pública y del Departamento de Protección y Asistencia Social, y 25% para el Instituto Distrital para la Protección y la Niñez y de la Juventud.

Posteriormente, el Acuerdo 81 de 1967, por medio del cual se creó la Lotería, fue modificado mediante el Decreto 407 de 1974, organizándose la Lotería de Bogotá como Empresa Industrial y Comercial del Distrito, con Personería Jurídica, Autonomía Administrativa y Patrimonio Propio, conforme a las disposiciones contenidas en las Leyes 64 de 1923, 133 de 1936 y el Decreto-Ley 1144 de 1956.

El 17 de agosto de 1968 nació la LOTERÍA DE BOGOTÁ con el slogan: La Lotería de Bogotá Le Dará Su Capital, y así lo hizo. Con un costo de \$10,00 por fracción, la Lotería de Bogotá ofrecía un premio mayor de un millón de pesos. Además de 6 secos de \$5.000, 12 secos de \$3.000. El primer premio mayor fue el número 4528, vendido en la ciudad de Cali.

**01.**

## Historia

MARCA



### **Valores con enfoque comercial**

- Somos diversión y cumplimos sueños
- Construimos entre todos y para todos

### **Valores con enfoque legal**

- Jugar sí, pero con responsabilidad
- Cuidamos los recursos, y cumplimos objetivos
- Cuidamos nuestro entorno, generando bienestar

### **Valores Institucionales**

- Somos abiertos y honestos
- Creemos en la diversidad como camino a la excelencia
- Promovemos el cambio
- Innovación

**02.**

# **Valores corporativos**

MARCA

### **OBJETIVO DE LA MARCA**

El objetivo en comunicación de la Marca Lotería de Bogotá es dar a conocer los atributos de la misma en conexión, reconocimiento y recordación con nuestro público objetivo en todos los canales de comunicación disponibles de manera asertiva y real.

### **PROPUESTA DE VALOR**

La Lotería de Bogotá es la única que les da más oportunidades de ganar con un plan de premios atractivo a los jugadores que desean cambiar su vida con un golpe de suerte, garantizando un juego transparente y legal con beneficios por su compra.



# 03.

## **Definición de la Marca**

MARCA



Nuestra promesa es desarrollar una estrategia adecuada de comunicación y divulgación permanentes en los activos digitales que se vea directamente relacionada con la recordación y posicionamiento de la marca, así como en el cumplimiento y transparencia de la entrega de los premios.

### **NUESTRA PROMESA SE BASA EN:**

**RELEVANCIA:** La necesidad que más aqueja a la comunidad digital es que los premios si caigan y sobre todo, que se entreguen con total transparencia y que toda la comunicación según el camino estratégico sea aterrizada y al alcance de nuestra comunidad, Ej. Sueños.

**DIFERENCIACIÓN:** En toda la comunicación de los activos digitales está ímplicita la marca y el sello de juego legal lo que da confianza y transparencia dentro de la comunidad y la constante recordación de todo el Plan de Premios bajo la premisa de que sí somos 'la que más billete da'.

**04.**

## **Promesa de Marca**

MARCA

**Nombre:** Lotería de Bogotá.

**Tagline:**“La que más Billete Da”.

**Público:** Personas que quieren cumplir sus sueños o cambiar su vida por un golpe de suerte.

**Solución de problema:** Los compradores buscan jugar una lotería para solucionar problemas económicos o dar un vuelco a su vida.

**Explicación:** La lotería de Bogotá maneja altos estándares de seguridad, los sorteos son supervisados por auditores y veedores, balota por balota es pesada y verificada previamente así como las maquinas son calibradas y probadas.

**Beneficios:** Juego legal y transparente, mayores oportunidades de ganar, mayor cantidad de premios y de mayor cuantía, alianzas con empresas para otorgar descuentos por la compra de cada fracción o billete.

**Prueba:** La seguridad es fácilmente verificable por medio de los videos que se realizan durante todo el protocolo que se lleva a cabo en cada sorteo, la ciudadanía puede participar como veedora, se publican en la página web y en redes sociales después del sorteo los resultados así como los premios que quedaron en poder del público y los beneficios de las alianzas con otras empresas se encuentran impresos en cada fracción.

**Diferenciación Colombia:** Mayores oportunidades de ganar que otras loterías por tener otros premios diferentes al premio mayor, se manejan diferentes premios secos que se comunican junto con el premio mayor como los premios gordos y es la única Lotería del país con venta a través de Tienda Online.

**Requerimientos:** Para comprar se debe ser mayor de 18 años, estar dispuesto a pagar el valor de cada fracción, esta transacción la puede realizar con un lotero de confianza, en los puntos de venta Vía Baloto, Paga Todo, Lotired, Loticolombia o en nuestra tienda online.

**Canales:** Se identifican cuatro canales, los distribuidores físicos, distribuidores virtuales, distribuidor móvil y los e-commerce, en este último uno es propio de la Lotería de Bogotá, cuyo principal objetivo es posicionar la página web como canal número uno de venta.

**Precio:** Se encuentra en la categoría de las loterías con el precio más alto por el valor de su Plan de Premios, en esta categoría se encuentran 3 loterías (Medellín, Boyacá y Bogotá) Fracción y Billete.

# 05.

## Atributos de Marca

MARCA



Nuestro tono y nuestra comunicación deben ser cercanos, asegurándonos que sean sencillos, claros, útiles y de fácil entendimiento procurando siempre una respuesta a la perspectiva de nuestros clientes.

### **La voz de Lotería de Bogotá:**

- Suena como un ser humano detrás de cada respuesta, no robotizado.
- Es amigable, como quien está charlando.
- Es experto, traemos detalles de nuestra destreza a los textos y/o comunicados.
- Demostramos nuestra inteligencia llegando a lo puntual rápidamente.
- Usa el humor como camino para crear compromiso entre la marca y nuestros clientes.
- Creamos una sonrisa de complicidad.
- Es inspiradora, llevando a la gente a reflexionar sobre todo lo que involucra sus realizaciones y sus sueños.



# 06.

## Voz de Marca

MARCA



# IDENTIDAD VISUAL

ISOTIPO • CONSTRUCCIÓN • RESERVA • TAMAÑO MÍNIMO • PALETA DE COLOR • BLANCO Y NEGRO •  
ESCALA GRISES • VARIABLES • SELLO “YO JUEGO LEGAL” • APLICACIONES Y TEXTURAS • OTRAS  
APLICACIONES • FONDOS PERMITIDOS • USOS INDEBIDOS • TIPOGRAFÍA

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

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



02.

Construcción

IDENTIDAD VISUAL

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.



La que más billete da

3 cm ó 85 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

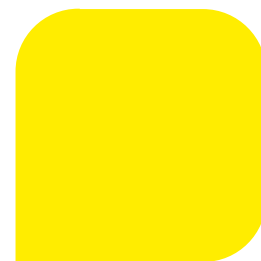
PANTONE: 485C  
HEX: FF0000



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

# 05.

## Paleta de color

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.



La que más billete da

BLANCO Y NEGRO POSITIVO



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.



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

La que más billete da

**07.**

## Escala grises

La marca puede usarse de 2 formas: con su slogan “La que más billete da” o sin él, siempre y cuando el tamaño sea igual o inferior a 1,5cm, además de usarse acompañado del sello “Yo Juego Legal”, conservando el mismo tamaño de importancia.



La que más billete da



08.

**Variables**

IDENTIDAD VISUAL

El sello “Yo Juego Legal” tiene tres aplicaciones dependiendo del mensaje de la pieza. Para las generales, se empleará el sello estándar “Yo Juego Legal”. Si la pieza hace referencia a temas de chance y lotería, se utilizará la versión del sello con el texto “Chance y Lotería”, mientras que para las piezas que se refieran a temas de rifas y promocionales se utilizará el sello con el texto “Rifas y Promocionales”.

El sello se utilizará en color negro para fondos claros y en color blanco para fondos oscuros, para garantizar su legibilidad.



09.

## Sello “Yo Juego Legal”

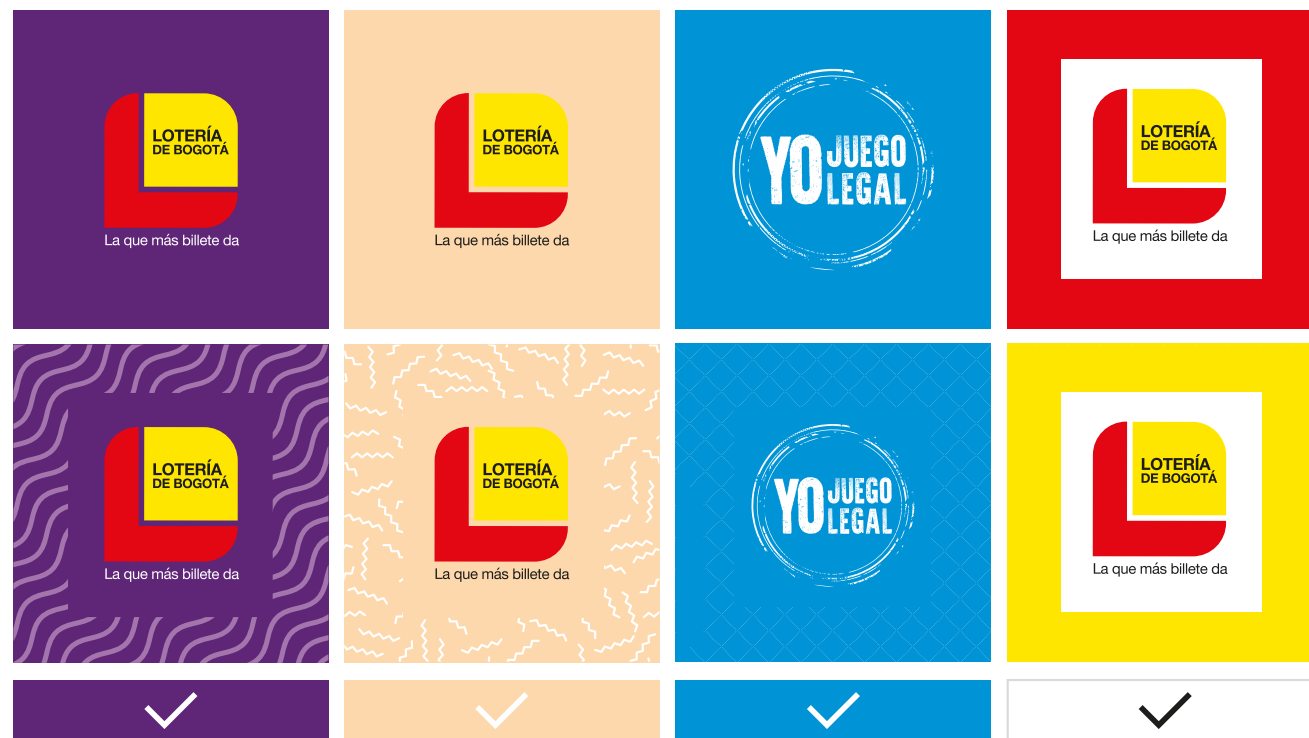
IDENTIDAD VISUAL

(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.



# 10.

## Aplicaciones y texturas

La marca cuenta con la aplicación PRIDE, desarrollada exclusivamente para los productos y campañas de la Lotería de Bogotá.



# 11.

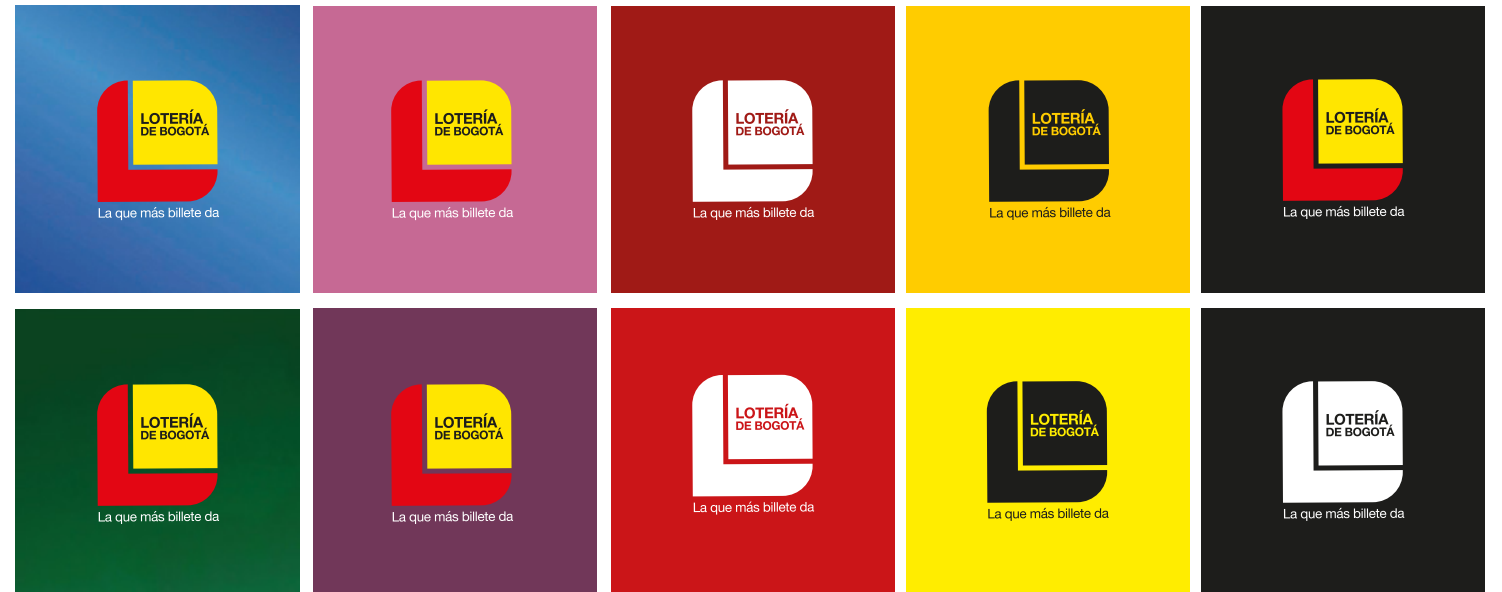
## Otras aplicaciones

(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.



# 12.

## Fondos permitidos

(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).



**13.**

## 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.



# 14.

## 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**

# 15.

## Tipografía

# PAPELERÍA



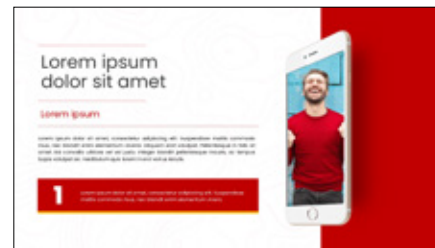
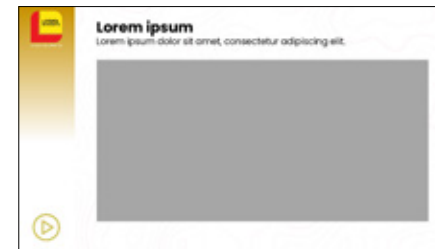
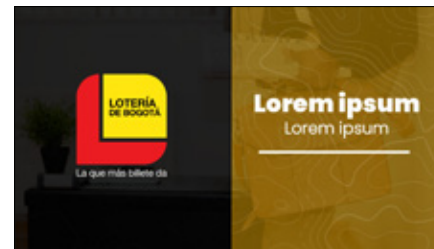
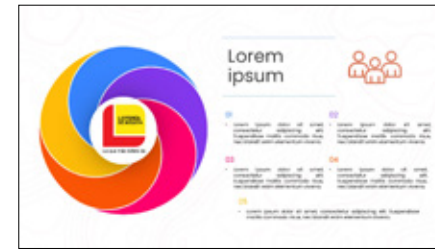
MEMBRETE • PRESENTACIONES



01.

# Membrete

PAPELERÍA



# 02.

# Presentaciones

The image features a bold, modern design. A large red rectangle occupies the upper right portion of the frame. On the left, a white vertical bar is partially visible. A black rounded rectangle with a white grid of dots is positioned in the center-left, overlapping the white bar and the red area. A solid yellow square is located below the black rounded rectangle. The word "DIGITAL" is written in large, white, bold, sans-serif capital letters on the red background.

# DIGITAL

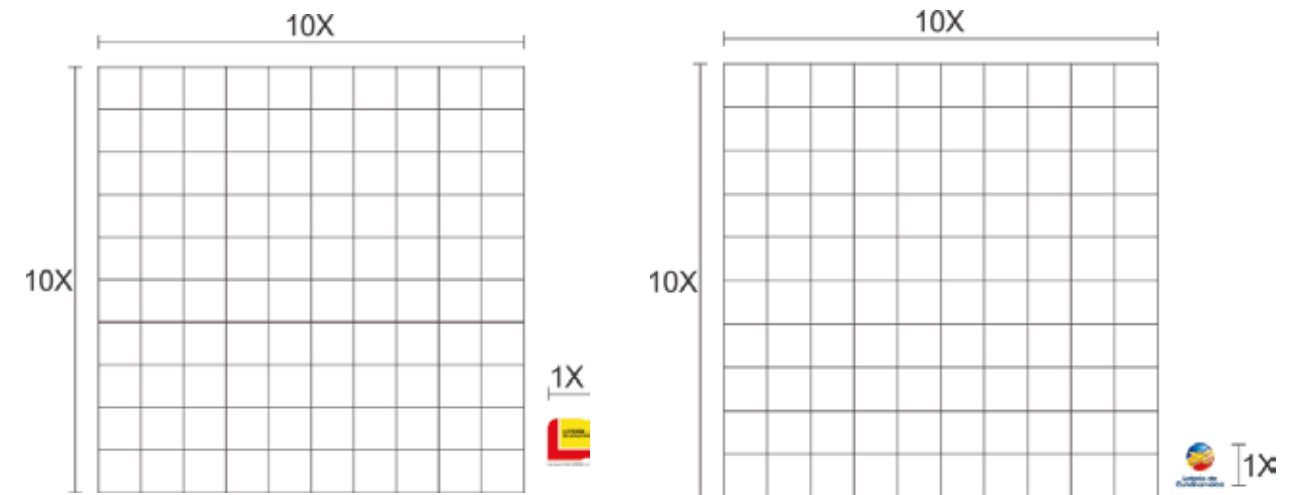
PIEZAS IMPRESAS O DIGITALES CONCESIONARIO CHANCE

A continuación, se encuentra los tamaños mínimos en que se deberá aplicar los logos de la Lotería de Bogotá y de la Lotería de Cundinamarca 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.
- Si dentro de una pieza se encuentran ambos logos, el de la Lotería de Bogotá irá a la derecha y el de Cundinamarca a la izquierda.

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

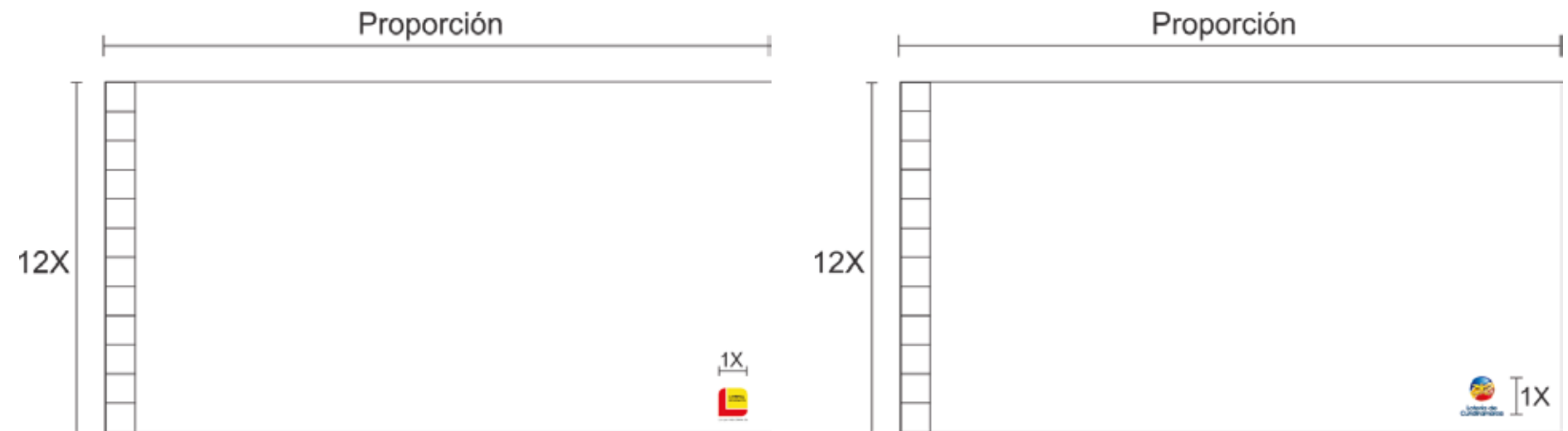


# 01.

## Piezas impresas o digitales concesionario chance

DIGITAL

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

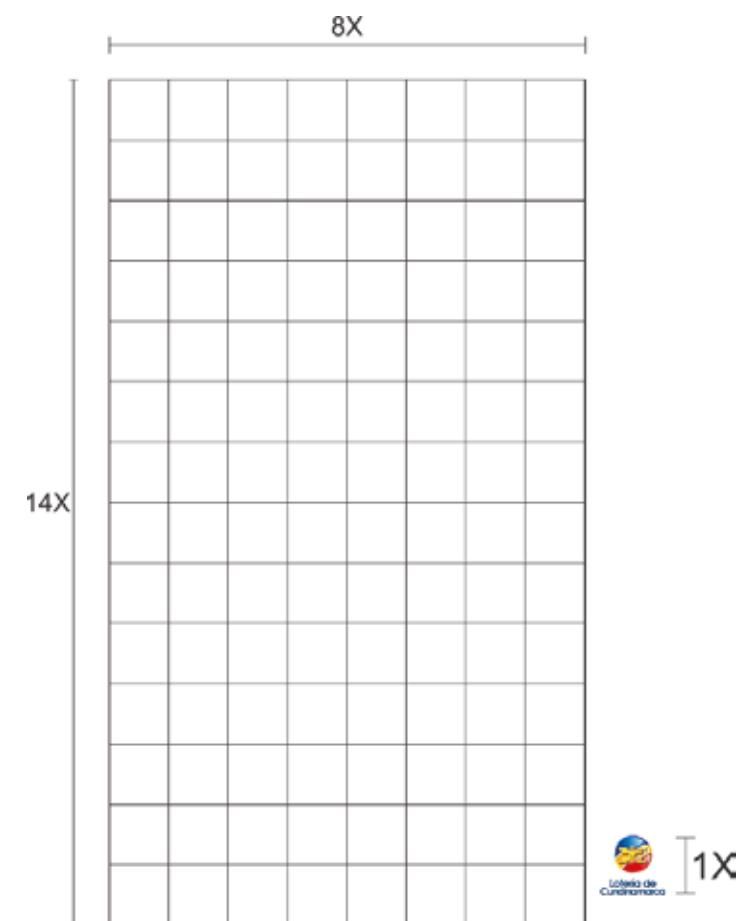
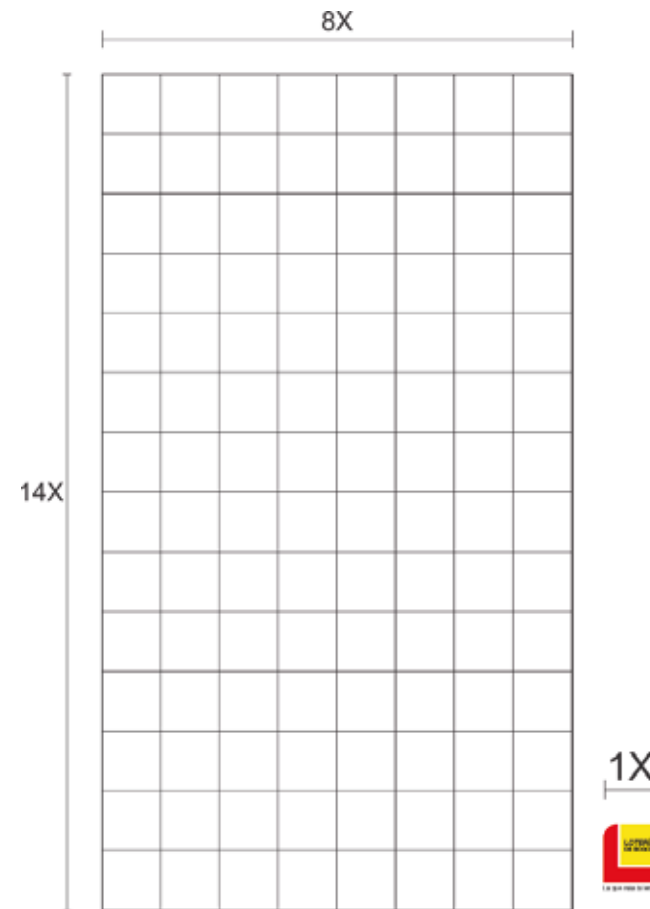


**02.**

**Piezas impresas o digitales  
concesionario chance**

DIGITAL

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



**03.**

**Piezas impresas o digitales  
concesionario chance**

DIGITAL



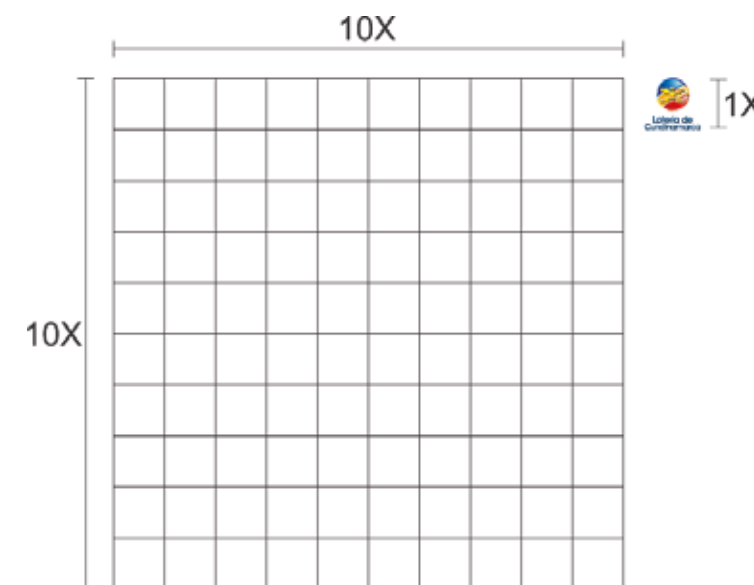
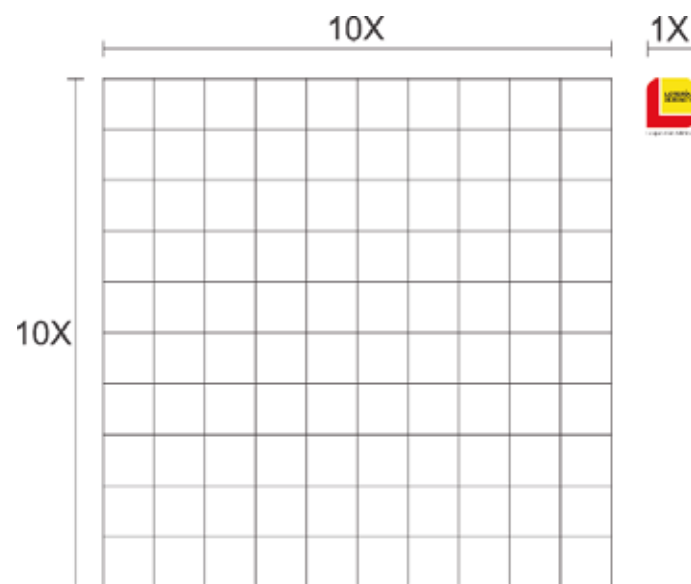


# BTL

PUNTOS DE VENTA CONCESIONARIO CHANCE •  
IMPRESOS • PENDONES • MARCA COMPARTIDA

## IMPRESOS

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

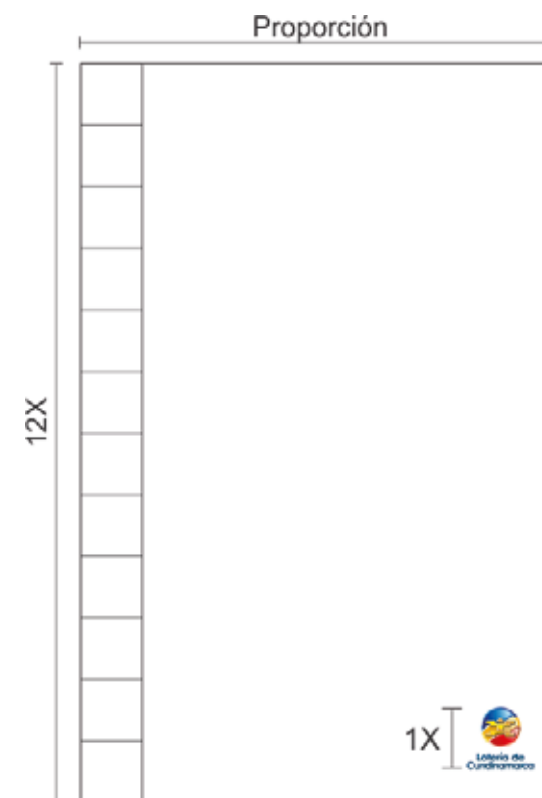
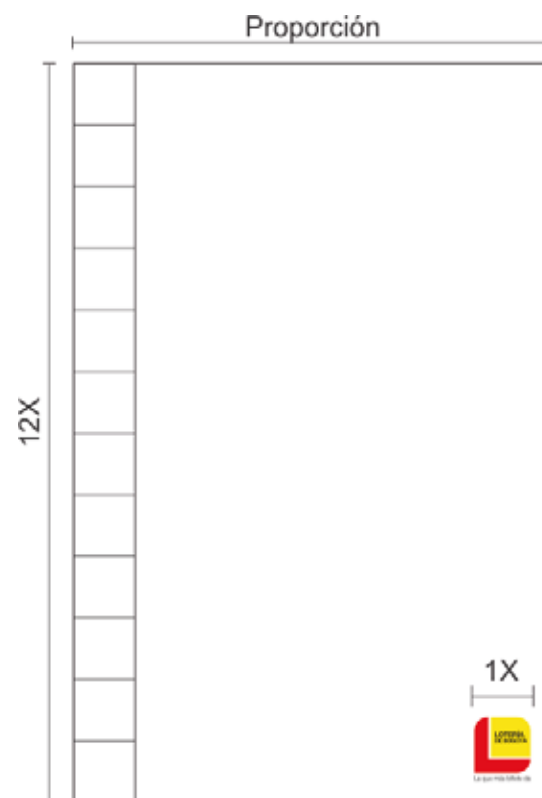


# 01.

## Puntos de venta concesionario chance

BTL

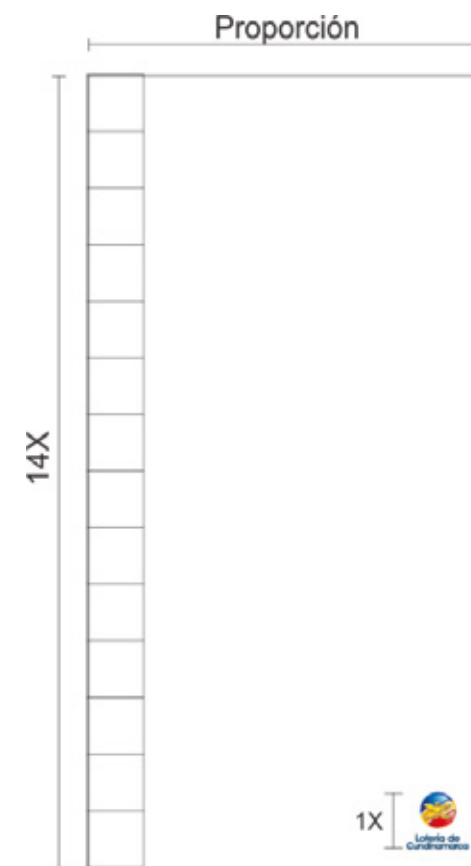
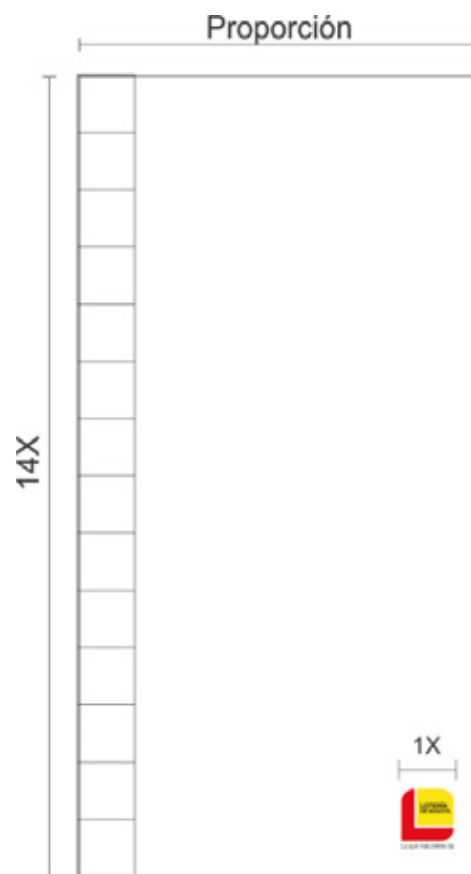
2. Proporción de logos en impresión de afiches tamaño tabloide, pliego, y de pliego se debe mantener la proporción teniendo en cuenta la medida vertical del formato:



01.

## Puntos de venta concesionario chance

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.

## Puntos de venta concesionario chance

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.

## Puntos de venta concesionario chance

01.

## Puntos de venta concesionario chance

5. La proporción de los logos en los letreros interiores de Concede y Autoriza, donde el logo de la Lotería de Bogotá siempre debe ir a la derecha.

El acrílico debe estar presente en todos los puntos de comercialización.

- Tablero acrílico con medidas 30cm x 60cm Cundinamarca y compartido



- Tablero acrílico con medidas 30cm x 30cm Lotería de Bogotá



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

BTL

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.

**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.

**MI CASA**

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

(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 black, uppercase letters.

**LOTERÍA  
DE BOGOTÁ**

La que más billete da