



# Manual de uso de imágen para agencias

# INDICE

## INTRODUCCIÓN

### 1. IDENTIDAD VISUAL

- 1.1 Identidad Visual
- 1.2 Isologo
- 1.3 Aplicaciones permitidas de logo
- 1.4 Área de Seguridad
- 1.5 Colores Institucionales
- 1.6 Tipografía Principal
- 1.7 Tipografía Secundaria
- 1.8 Aplicación de las tipografías
- 1.9 Usos Correctos de la Marca

### 2. DISEÑO Y AMBIENTACIÓN DE AGENCIAS

- 2.1 Tipologías de Frente
  - Frente Simple
  - Frente Esquina
  - Frente Ochava
- 2.2 Fachada Exterior (con renders)
- 2.3 Fachada Interior (con renders)
- 2.4 Elementos y Distribución Interior
- 2.5 Mostrador

### 3. MARQUESINAS

- 3.1 Tipos de Iluminación
- 3.2 Marquesina Simple
- 3.3 Marquesina con Pastilla
- 3.4 Marquesina Ochava

### 4. PASTILLAS

- 4.1 Introducción
- 4.2 Construcción y Proporciones
- 4.3 Iluminación

### 5. SALIENTES

- 5.1 Introducción
- 5.2 Saliente Circular
- 5.3 Saliente Cuadrado
- 5.4 Saliente con Nombre

### 6. PLOTEOS

- 6.1 Introducción
- 6.2 Ploteo Completo
- 6.3 Ploteo Medio
- 6.4 Ploteo con Logo
- 6.5 Ploteo con Isotipo

### 7. BASTIDORES

### 8. CONVIVENCIA DE RUBROS

### 9. AGENCIAS EN FORMATO ISLA

# INTRODUCCIÓN

A thick yellow diagonal line runs from the bottom left towards the top right, positioned to the left of the text blocks.

Este manual ha sido desarrollado como **herramienta de trabajo para agentes oficiales y proveedores gráficos de Lotería de Córdoba**.

Su finalidad es brindar criterios claros y estandarizados para la correcta aplicación de la marca en todas sus piezas gráficas y materiales de comunicación, tanto en vidrieras, interiores de agencias, cartelera como diversos soportes.

**Respetar estas normas garantiza una identidad visual sólida, uniforme y profesional** en toda la red de puntos de venta.

En este documento encontrarán especificaciones técnicas, medidas recomendadas, tipos de vinilos, proporciones del logotipo y ejemplos visuales para facilitar su implementación.



# IDENTIDAD VISUAL

La identidad visual de **Lotería de Córdoba** busca reflejar una institución confiable, moderna y con fuerte arraigo provincial.

Sus elementos gráficos (logotipo, isotipo, tipografía y colores) fueron diseñados para adaptarse fácilmente a diversos formatos, como vidrieras, cartelería e impresiones promocionales.

Para asegurar una presencia uniforme y profesional en toda la red de agencias, **es fundamental que se respeten las proporciones, colores y combinaciones indicadas en este manual.**



## ● Identidad Visual

El Isologotipo institucional está conformado por un logoLogotipo y un isotipo tal como se muestra en este ejemplo.

De ahora en más a esta unidad la llamaremos “la marca Lotería”.

### Isotipo



Es el símbolo o ícono que representa a la marca, sin texto.

### Logotipo

**lotería**  
de Córdoba

Es el nombre escrito de la marca, escrito con una tipografía institucional. Ejemplo: “**Lotería de Córdoba**”

## ● Isologo

Nombre de la marca y símbolo unidos en un solo bloque visual .



Versión Horizontal



Versión Vertical

## ● Aplicaciones permitidas de Logotipo



## ● Área de seguridad

Para garantizar la correcta visualización y lectura del logotipo institucional de **Lotería de Córdoba**, se ha definido un **área de seguridad que debe respetarse en toda aplicación gráfica**.

Esta área libre debe mantenerse sin ningún elemento externo, como imágenes, textos, íconos u otros gráficos, que puedan interferir con la percepción de la marca.

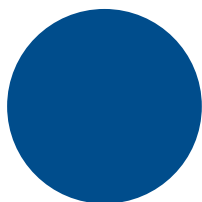
**La medida base para esta zona de protección se determina a partir del diámetro de la bola amarilla que forma parte del isotipo.** Esta medida, denominada “X”, se utiliza como módulo para establecer la distancia mínima alrededor del logotipo en sus cuatro lados.



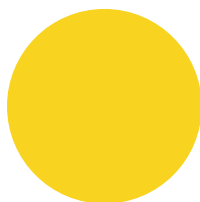
## ● Colores Institucionales

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo.

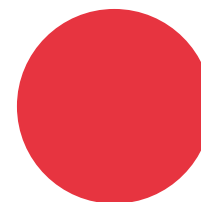
Esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca.



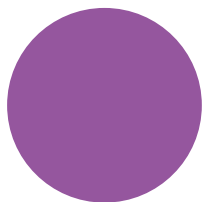
**Pantone 2728 C**  
**CMYK** C:100% M:70% Y:15% K:5%  
**RGB** R:0 G:77 B:140  
**HTML** #004D8C  
**Sherwin Williams:** SW 6811  
**Tersuave:** 2988-A-C



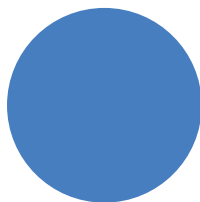
**Pantone 115 C**  
**CMYK** C:5% M:15% Y:90% K:0%  
**RGB** R:247 G:210 B:30  
**HTML** #F7D21E  
**Sherwin Williams:** SW 6903  
**Tersuave:** 2528-A



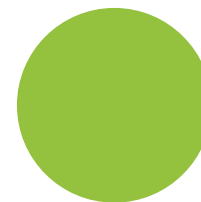
**Pantone 1788 C**  
**CMYK** C:0% M:90% Y:70% K:0%  
**RGB** R:231 G:52 B:63  
**HTML** #E7343F  
**Sherwin Williams:** SW 7588  
**Tersuave:** 2128-A



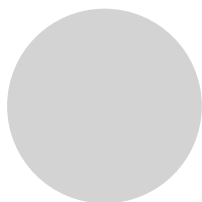
**Pantone 7441 C**  
**CMYK** C:50% M:75% Y:0% K:0%  
**RGB** R:149 G:86 B:158  
**HTML** #95569E  
**Sherwin Williams:** SW 6832  
**Tersuave:** 3107-A



**Pantone 2718 C**  
**CMYK** C:75% M:45% Y:0% K:0%  
**RGB** R:71 G:126 B:192  
**HTML** #477EC0  
**Sherwin Williams:** SW 6796  
**Tersuave:** 2947-A-D



**Pantone 368 C**  
**CMYK** C:50% M:0% Y:90% K:0%  
**RGB** R:149 G:194 B:61  
**HTML** #95C23D  
**Sherwin Williams:** SW 9030  
**Tersuave:** 22627-D



**Pantone Cool Grey 2 XGC**  
**CMYK** C:21% M:15% Y:16% K:0%  
**RGB** R:209 G:208 B:209  
**HTML** #D1D0D1  
**Sherwin Williams:** SW 7661  
**Tersuave:** 3632-P-W

Color de Fachada – **Uso Obligatorio**  
**Sherwin Williams SW 6811 / Tersuave 2988-A-C**

Este color debe aplicarse en muros, marcos y elementos arquitectónicos exteriores visibles desde la vía pública.

# ● Tipografía Principal

## Helvetica Neue

Helvetica Neue Thin  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Helvetica Neue Thin Italic  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Helvetica Neue Light  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Helvetica Neue Light Italic  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Helvetica Neue Regular  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Helvetica Neue Italic  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Helvetica Neue Medium  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Helvetica Neue Medium Italic  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Helvetica Neue Bold  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Helvetica Neue Bold Italic  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

## ● Tipografía Secundaria

### Fira Sans

Fira Sans Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

*Fira Sans Light Italic*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*1234567890*

Fira Sans Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

*Fira Sans Medium Italic*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*1234567890*

Fira Sans SemiBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Fira Sans Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Fira Sans ExtraBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Fira Sans Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

## ● Aplicación de las Tipografías Institucionales

Para garantizar una identidad visual coherente en todos los niveles de comunicación, se definen dos tipografías institucionales con usos diferenciados:

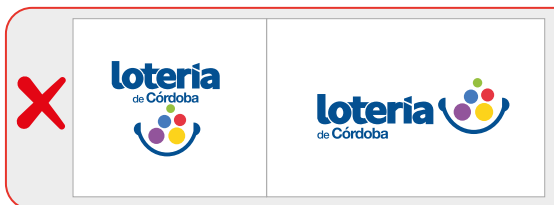
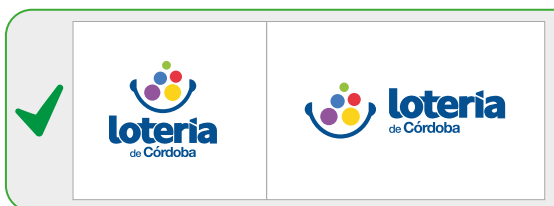
TIPOGRAFÍA PRINCIPAL	TIPOGRAFÍA SECUNDARIA
Helvetica Neue	Fira Sans
<p>Se aplica en:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Papelería institucional (cartas, formularios, notas oficiales)</li><li>● Piezas de comunicación publicitaria institucional</li><li>● Campañas promocionales de juegos de Lotería de Córdoba</li></ul> <p>Esta tipografía refuerza una imagen profesional, limpia y moderna en los soportes gráficos de comunicación masiva y administrativa.</p>	<p>Se aplica en:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Marquesinas</li><li>● Salientes (con o sin nombre)</li><li>● Bastidores y señalética exterior</li><li>● Mostradores y elementos del interior de agencia</li></ul> <p>Su elección responde a criterios de alta legibilidad y adaptabilidad en espacios urbanos, garantizando buena visibilidad desde distintas distancias.</p>



## ● Usos correcto de la Marca

Se deberán tener en cuenta los siguientes ejemplos a fin de realizar un correcto uso y aplicación de marca, sin modificar en ningún caso sus disposiciones, alturas, colores y relaciones entre sus elementos.

### Correcto uso de elementos del Logotipo



Bajo ningún aspecto sus elementos pueden ser modificados de lugar.

### Correcto uso de escalado



Estos ejemplos son incorrectos, poseen mayor o menor distancia que la indicada (X), el logotipo no se encuentra centrado,

### Correcto uso de colores



No podrá aplicarse sobre fondos compuestos ni tampoco imágenes



La identidad visual no deberá ser modificada en ningún caso.

## ● Usos correcto de la Marca



En estos ejemplos se puede observar que la construcción es correcta.  
La escala del logotipo se ajusta a los límites determinados por las "X" ya sea en el ancho, alto u ambos dependiendo el caso.  
El logotipo siempre se encontrará centrado absoluto (horizontal y vertical)



Estos ejemplos son incorrectos, poseen mayor o menor distancia que la indicada (X), el logotipo no se encuentra centrado, el color de la pastilla es incorrecto.



# DISEÑO Y AMBIENTACIÓN DE AGENCIAS

Establecemos los lineamientos visuales y constructivos que deben respetarse en la ambientación de las **agencias oficiales de Lotería de Córdoba**.

A través de croquis, medidas y especificaciones técnicas, se busca **unificar criterios estéticos y funcionales** que garanticen una imagen institucional coherente en todo el territorio provincial.

La correcta aplicación de estos lineamientos permite fortalecer la presencia de marca, mejorar la experiencia del público y mantener una identidad visual homogénea, independientemente de las particularidades arquitectónicas de cada punto de venta.

## ● Frente Simple



La correcta aplicación de estos lineamientos de marca permite **identificar claramente a las agencias oficiales de Lotería de Córdoba** en todo el territorio provincial. Una imagen institucional unificada **refuerza la confianza del público**, garantiza la presencia visual de la institución en cada punto de venta y **contribuye activamente al combate contra el juego ilegal**, diferenciando de forma clara los canales autorizados.



## ● Frente Simple

### Cartel Marquesina sobre fachada

Debe cubrir el ancho total del frente del local y mantener un formato **rectangular horizontal**. Su **altura es de 60 cm**, mientras que el largo se ajustará según el ancho de la fachada. Es obligatorio respetar las proporciones indicadas.

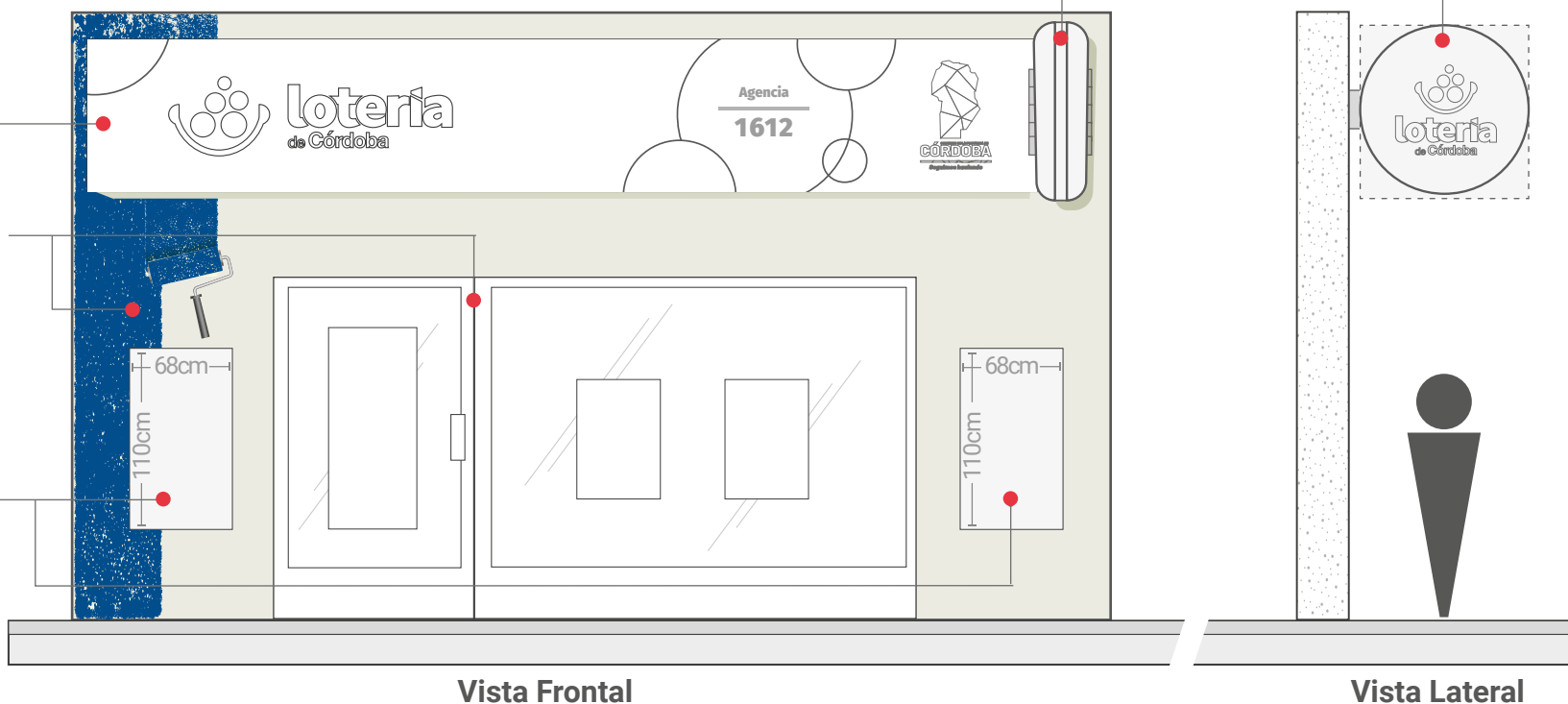
**Saliente:** Se permiten en dos formatos  
**Cuadrado:** 60x60 cm  
**Redonda:** diámetro 60 cm

### Muros y marcos color:

-  Sherwin Williams: SW 6811
-  Tersuave: 2988-A-C

### Bastidores

Versión Quiniela  
Versión Juegos



- Es obligatorio que la marquesina cubra todo el ancho de la fachada.
- No combinar elementos gráficos ni crear piezas ajenas a las establecidas en este manual.

## ● Frente Esquina



La correcta aplicación de estos lineamientos de marca permite **identificar claramente a las agencias oficiales de Lotería de Córdoba** en todo el territorio provincial. Una imagen institucional unificada **refuerza la confianza del público**, garantiza la presencia visual de la institución en cada punto de venta y **contribuye activamente al combate contra el juego ilegal**, diferenciando de forma clara los canales autorizados.

## ● Frente Esquina



- Es obligatorio que la marquesina cubra todo el ancho de la fachada.
- No combinar elementos gráficos ni crear piezas ajenas a las establecidas en este manual.

## ● Frente Ochava



La correcta aplicación de estos lineamientos de marca permite **identificar claramente a las agencias oficiales de Lotería de Córdoba** en todo el territorio provincial. Una imagen institucional unificada **refuerza la confianza del público**, garantiza la presencia visual de la institución en cada punto de venta y **contribuye activamente al combate contra el juego ilegal**, diferenciando de forma clara los canales autorizados.



## ● Frente Ochava

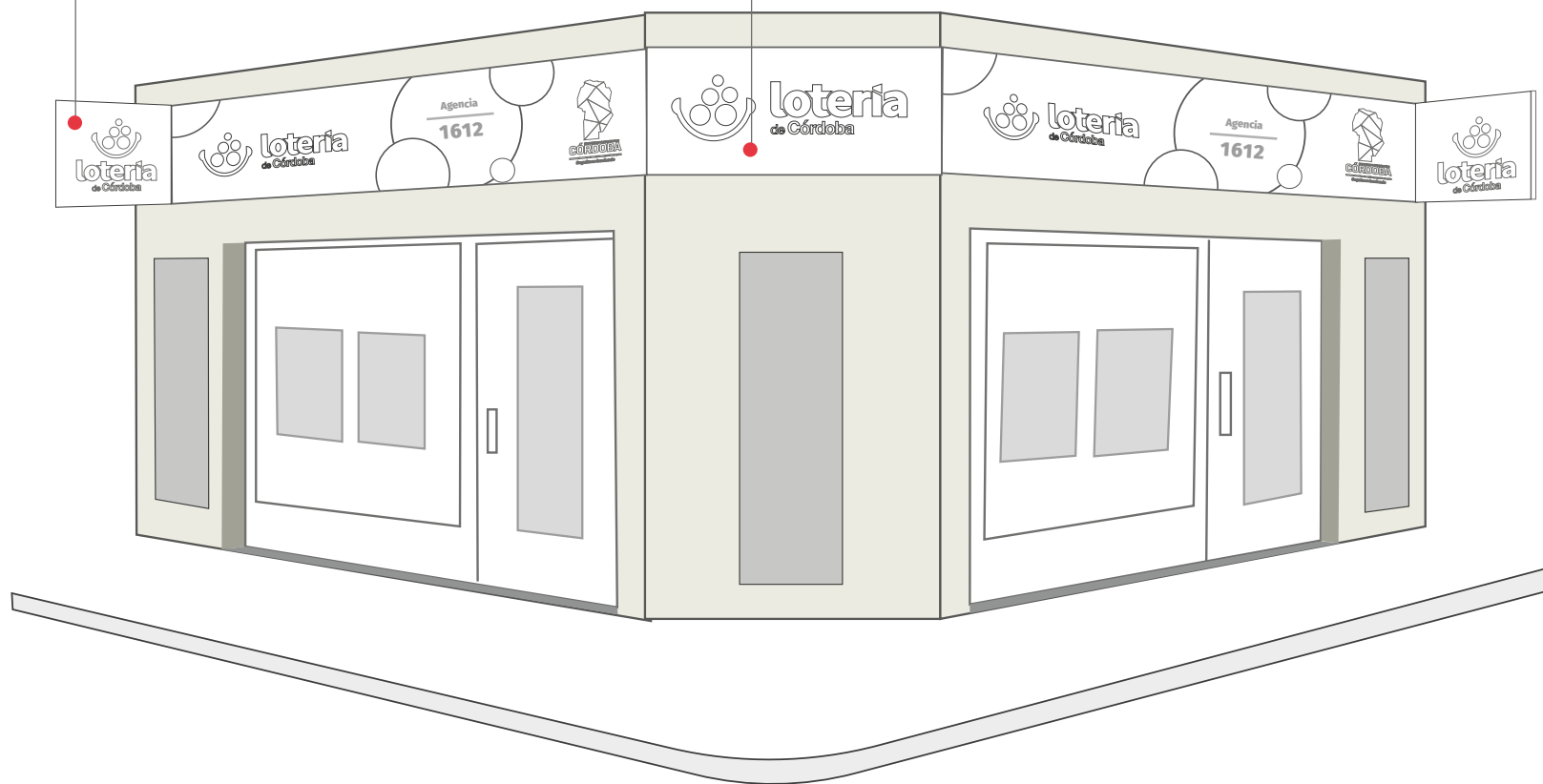
**Saliente:** Se permiten en dos formatos  
**Cuadrado:** 60x60 cm  
**Redonda:** diametro 60 cm

### Marquesina de ochava

Se utiliza **exclusivamente en esquinas de locales que lo requieran**, con fondo blanco y logotipo a color, como cierre visual de la marquesina principal.

El logotipo debe ir centrado y puede escalarse proporcionalmente para adaptarse al espacio, sin alterar su forma ni legibilidad.

**Altura 60cm** el largo queda sujeto al espacio de la ochava.



- Es obligatorio que la marquesina cubra todo el ancho de la fachada.
- No combinar elementos gráficos ni crear piezas ajenas a las establecidas en este manual.

## ● Fachada exterior tipología Ochava





## ● Fachada exterior tipologia agencia Frente





## ● Fachada exterior tipologia agencia Esquina

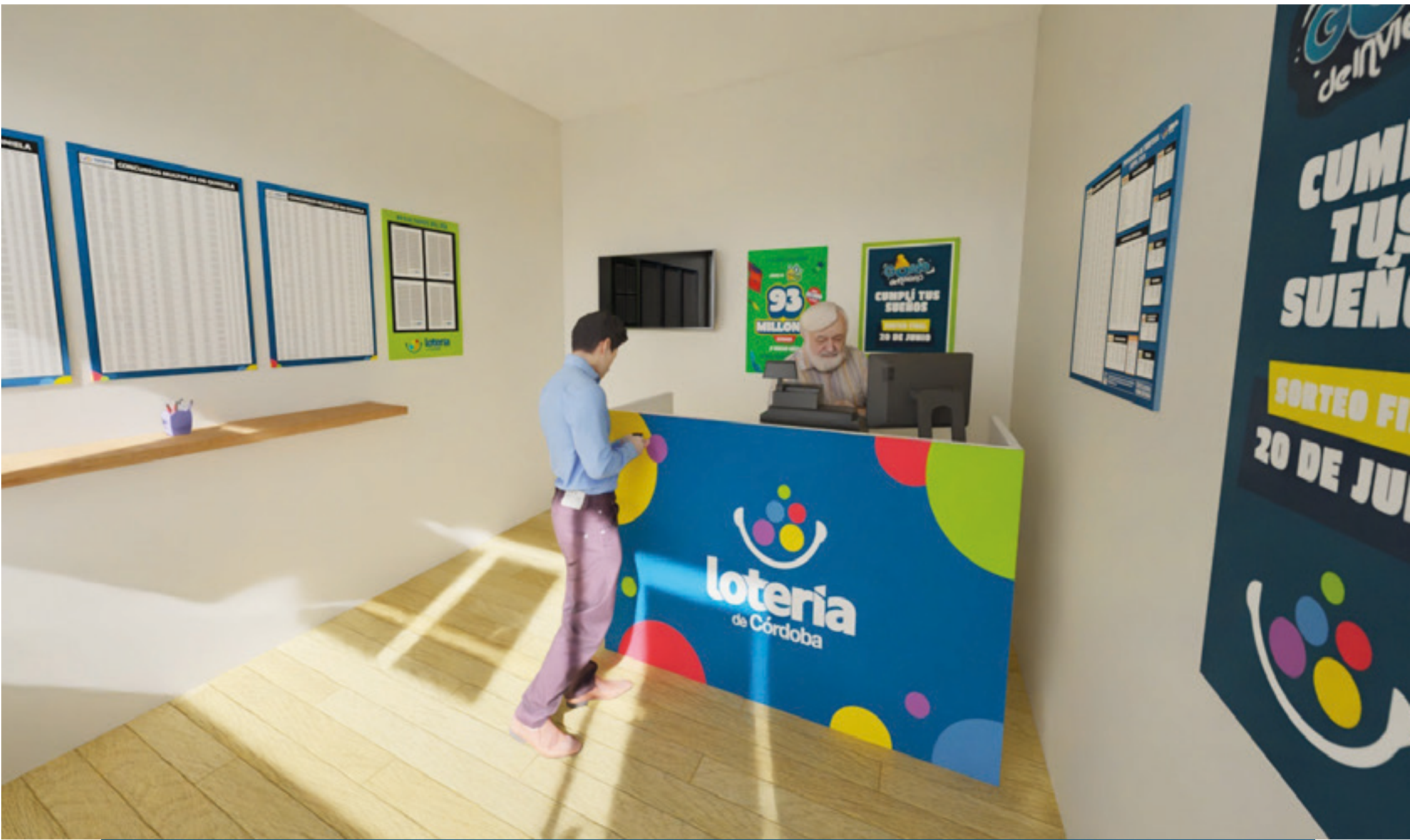




## ● Fachada interior tipología Ochava



- Fachada interior tipología agencia Frente

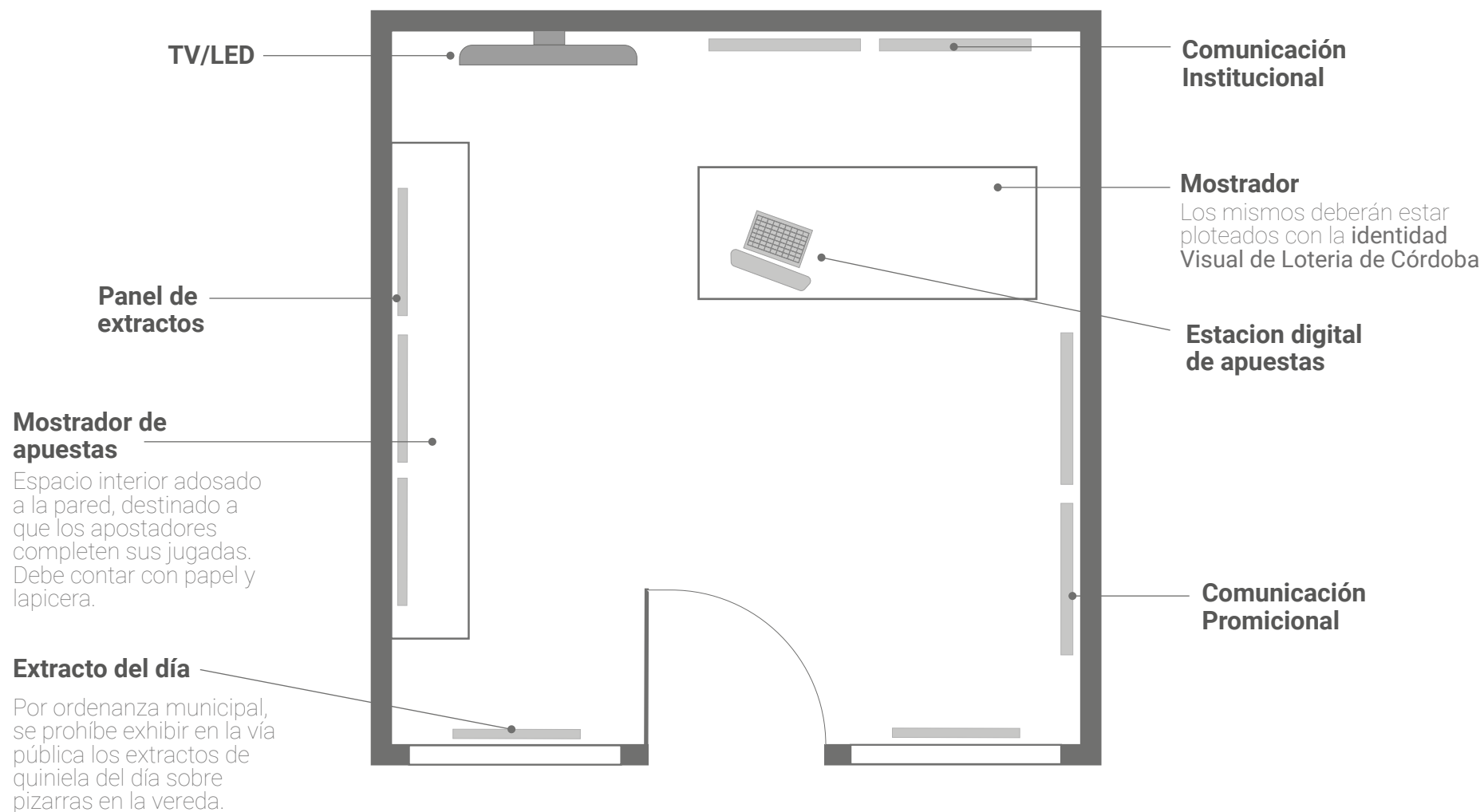




## ● Fachada interior tipologia agencia Esquina



## ● Elementos y distribución interior





## ● Mostrador



### Mostrador único

El frente del mueble debe plotearse en su totalidad, **respetando proporciones de logos y elementos**; los laterales podrán pintarse en Pantone 2728 C.



### Dos o más mostradores

Al ploteo en varias piezas, el proveedor deberá asegurar la continuidad gráfica (*los los elementos deben alinearse y fluir de un módulo a otro*), manteniendo coherencia visual.



### Mostrador largo (pieza única)

Se aplica ploteo completo respetando proporciones de escalado; el **logo debe ubicarse siempre en el centro del frente**.

## ● Mostrador



**Vista Frontal**



**Vista Lateral**

El frente del mostrador de apuestas deberá estar completamente ploteado, cubriendo la totalidad de su superficie, y respetando las proporciones y escalados establecidos para logos y elementos gráficos según lo indicado en este manual. Los laterales del mueble podrán estar pintados con el color institucional Pantone 2728 C (CMYK: 100-70-15-5 / RGB: 0-77-140 / HTML: #004D8C), correspondiente a Sherwin Williams SW 6811 o Tersuave 2988-A-C.



# MARQUESINAS Y SUS TIPOLOGIAS

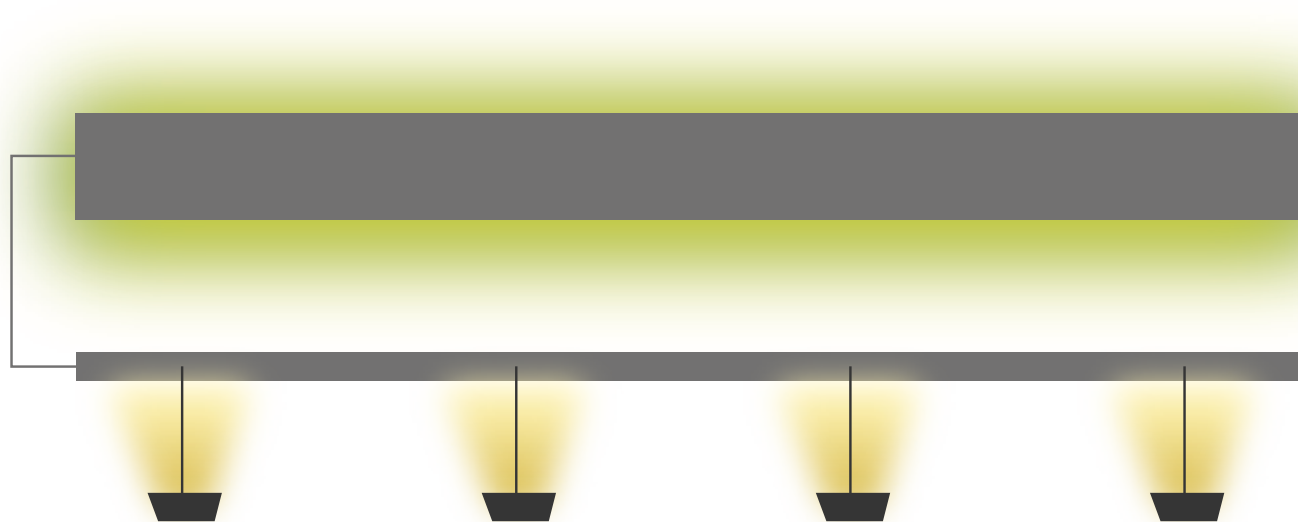
Las marquesinas constituyen un elemento clave de la identidad visual de Lotería de Córdoba en sus puntos de venta, ya que aseguran visibilidad, reconocimiento de marca y coherencia estética en el espacio urbano.

Fabricadas en distintos formatos —*simples, con pastillas o tipo ochava*—, deben adaptarse a cada fachada respetando proporciones de logotipos, paleta institucional y criterios de legibilidad e iluminación.

A continuación, se describen las configuraciones recomendadas para cada modalidad, de modo que su implementación garantice uniformidad y alto impacto visual en todas las sucursales.

## ● Tipo de Iluminación de las marquesinas

### Vista Superior



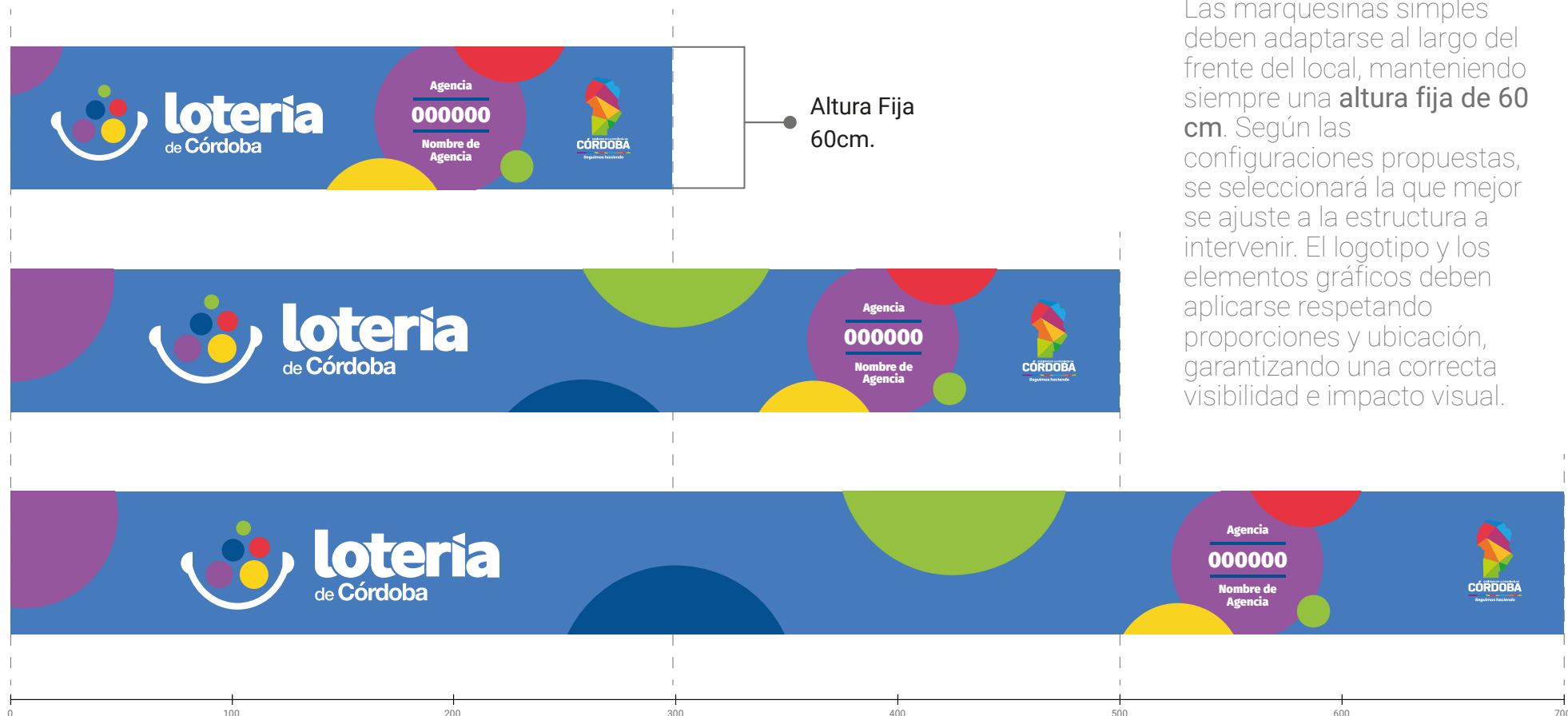
#### **Backlight/ luz trasera**

Marquesinas iluminadas internas (como cajas de luz).

#### **Frontlight / luz frontal**

Se proyecta desde el frente hacia el cartel, mediante reflectores o lámparas externas.

## ● Marquesina Simple / Configuración



Las marquesinas simples deben adaptarse al largo del frente del local, manteniendo siempre una **altura fija de 60 cm**. Según las configuraciones propuestas, se seleccionará la que mejor se ajuste a la estructura a intervenir. El logotipo y los elementos gráficos deben aplicarse respetando proporciones y ubicación, garantizando una correcta visibilidad e impacto visual.

Unidad de medida: Centímetros (CM)



Es obligatorio que la marquesina cubra todo el ancho de la fachada.

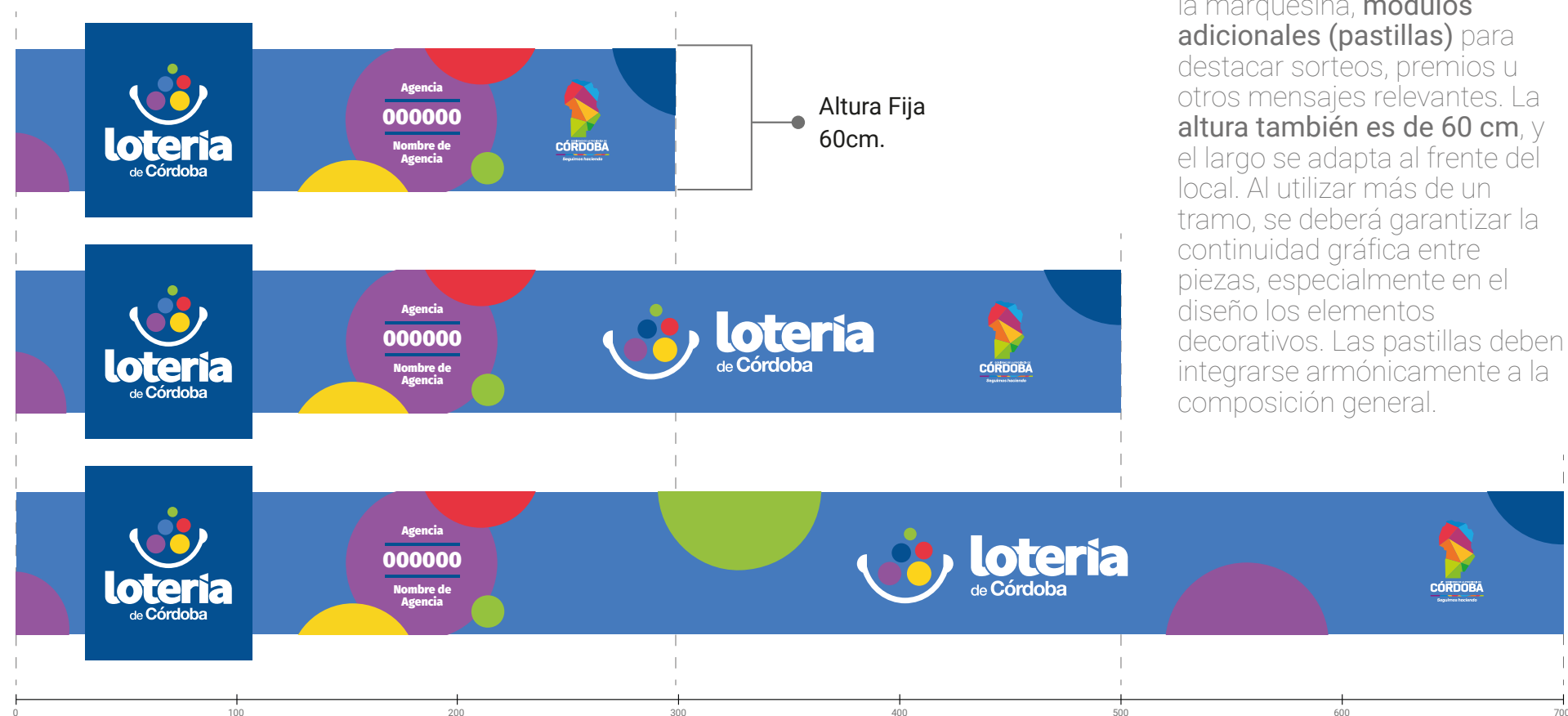
## ● Marquesina Ochava



Diseñada específicamente para **esquinas biseladas**, la marquesina ochava utiliza el **logotipo a color sobre fondo blanco** únicamente en la sección de la ochava, generando un corte visual respecto al resto de las marquesinas.

El logotipo debe estar **siempre centrado**, y puede ajustarse en largo y alto para adaptarse al tablero, respetando siempre la proporción. La **altura debe ser de 60 cm**, y debe asegurar visibilidad desde ambos frentes de circulación.

## ● Marquesina con Pastillas / Configuración



Este formato incorpora, además del cuerpo principal de la marquesina, **módulos adicionales (pastillas)** para destacar sorteos, premios u otros mensajes relevantes. La **altura también es de 60 cm**, y el largo se adapta al frente del local. Al utilizar más de un tramo, se deberá garantizar la continuidad gráfica entre piezas, especialmente en el diseño los elementos decorativos. Las pastillas deben integrarse armónicamente a la composición general.



# PASTILLAS

Las pastillas son elementos complementarios de señalización que permiten destacar mensajes específicos como sorteos, premios o promociones.

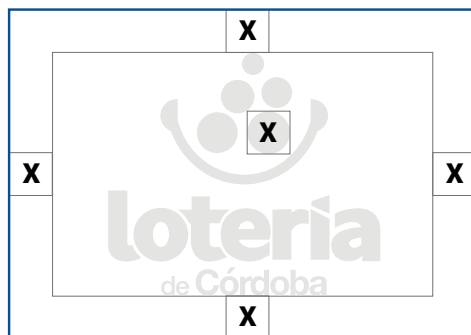
Su diseño debe integrarse armónicamente al conjunto visual del punto de venta, respetando proporciones, márgenes y paleta institucional para asegurar coherencia con la identidad de **Lotería de Córdoba**.



## ● Construcción de la Pastilla

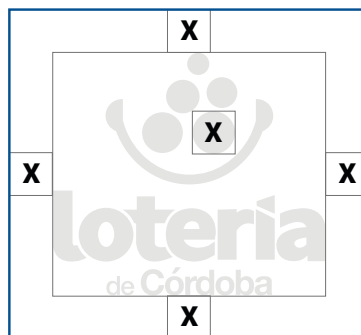
La construcción de la pastilla estará determinada por la medida “X”, que define los márgenes mínimos respecto a los bordes del módulo. En pastillas de gran tamaño, se puede aplicar una medida de **2X** para lograr una composición más proporcionada.

### Apaisada



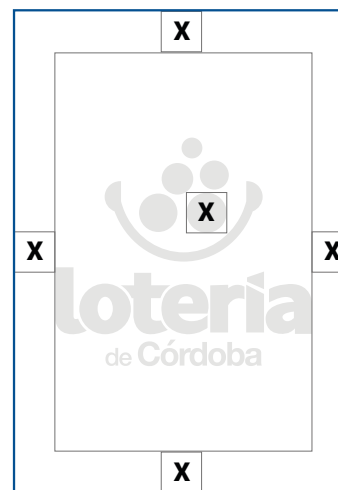
En el caso de una pastilla **apaisada**, la construcción queda limitada por la altura, generando espacio libre a los lados del logotipo.

### Cuadrada



En una pastilla **cuadrada**, la construcción se encuadra perfectamente dentro de los márgenes definidos por las “X” laterales.

### Vertical



En una pastilla **vertical**, la construcción se limita al ancho, dejando espacio libre por encima y por debajo del logotipo.



Todas las pastillas deben seguir una única configuración cromática: **fondo azul institucional y logotipo en su versión negativa a color.**

## ● Iluminacion Pastillas / Configuración





# SALIENTES

Los salientes son elementos de señalización exterior que refuerzan la visibilidad del punto de venta desde la vía pública. Su diseño y aplicación deben ajustarse estrictamente a las versiones aprobadas en este manual, garantizando coherencia con la identidad visual de **Lotería de Córdoba**.

Solo están permitidos los formatos **circular, cuadrado y con nombre**, sin excepción. Cualquier intervención fuera de lo establecido será considerada no válida y deberá ser retirada.

## ● Saliente Circular

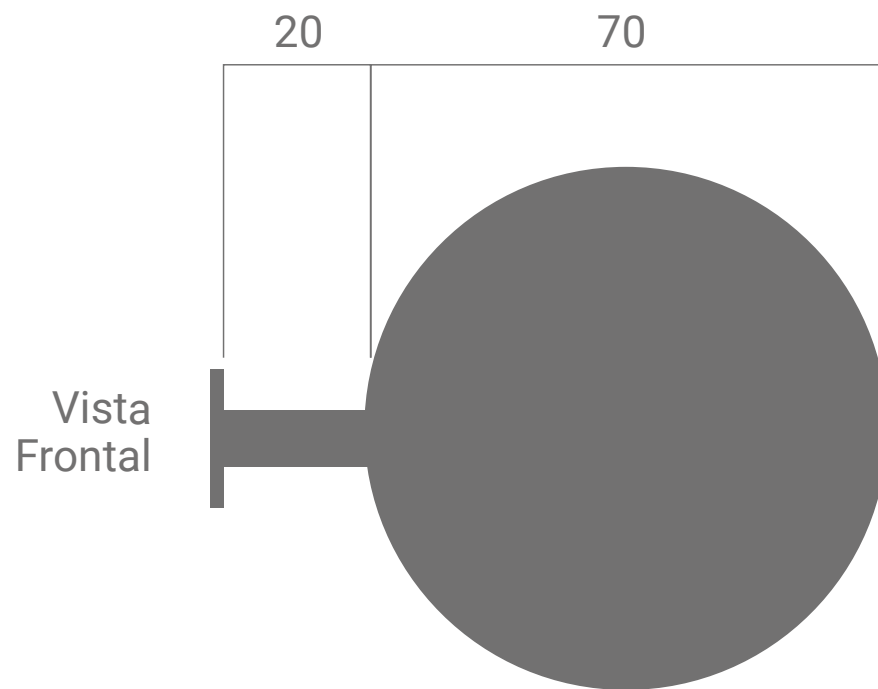


Este formato es uno de los únicos permitidos para señalización exterior. Debe respetarse su diseño original en cuanto a **color, tamaño, forma y logotipo**.



Cualquier alteración o adaptación fuera de lo establecido en este manual no será aprobada y deberá ser retirada.

## ● Medidas Saliente Circular



Unidad de medida: Centímetros (CM)

## ● Saliente Cuadrado

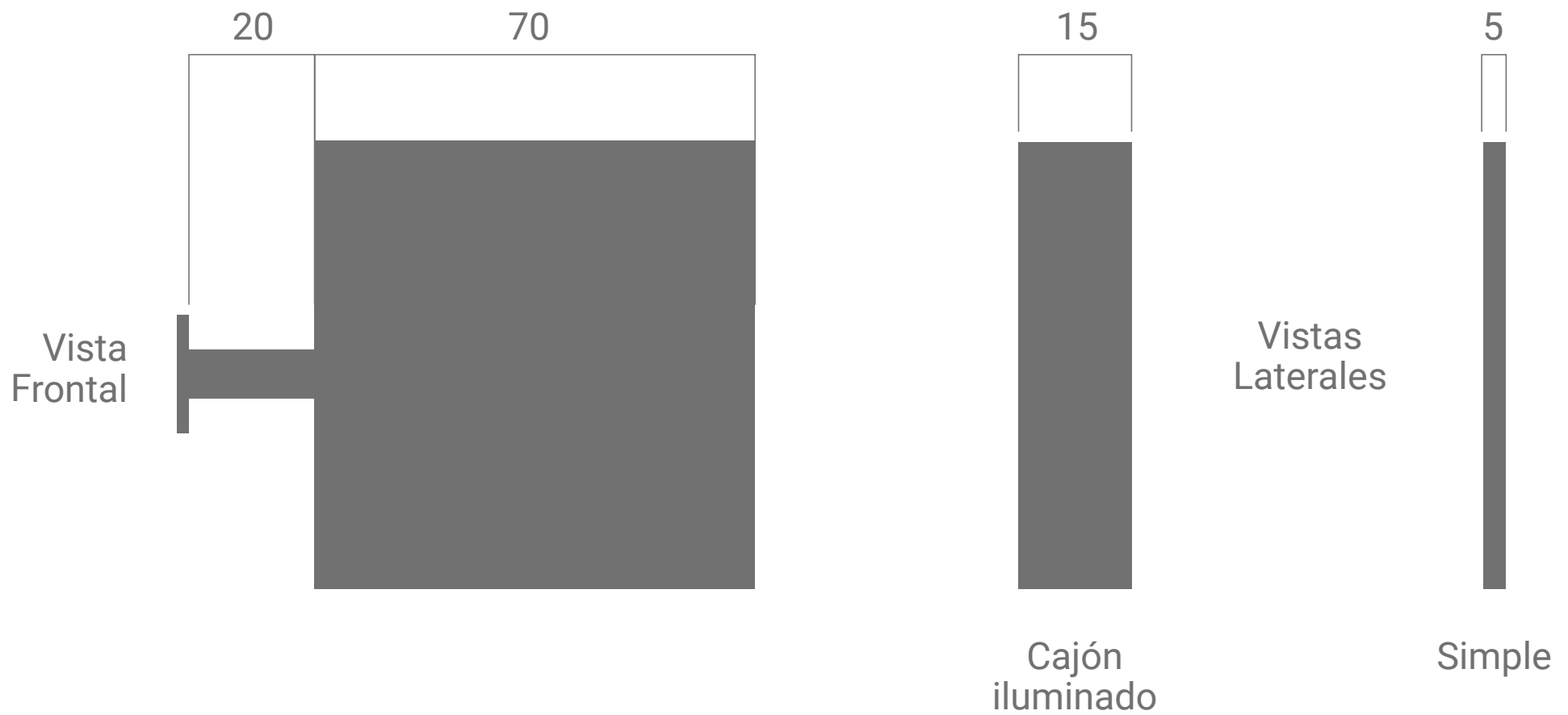


También aprobado como formato oficial, el saliente cuadrado debe conservar **las proporciones, colores institucionales y elementos gráficos definidos.**



No se permite modificar su diseño original bajo ningún criterio. **Toda variante no autorizada deberá ser removida.**

## ● Medidas Saliente Cuadrado



- Saliente con Nombre



Este formato incluye el nombre del punto de venta con tipografía **Fira Sans Black**, definida en este manual como tipografía secundaria.

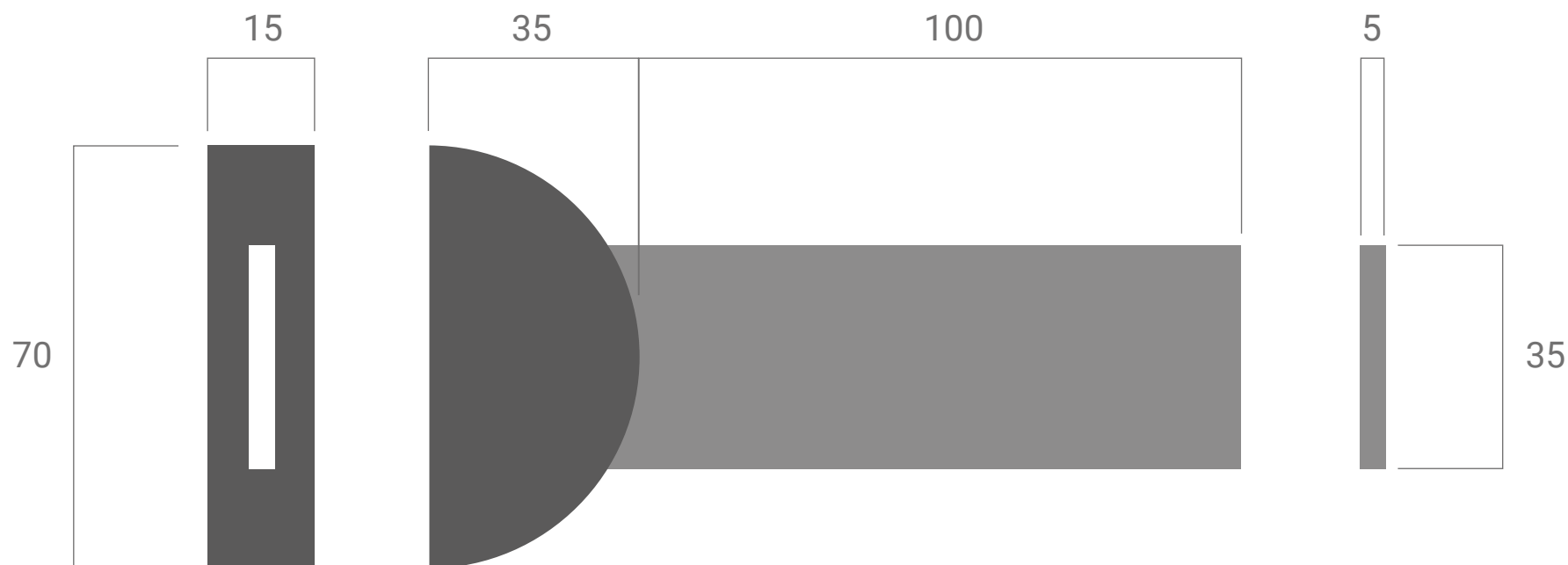
Es el único diseño aprobado que permite la incorporación de texto. Su uso debe respetar estrictamente la **paleta institucional, proporciones y estilo tipográfico**.



Modificaciones en forma, color o tipografía no serán permitidas y deberán ser removidas.



## ● Medidas Saliente con Nombre



*Unidad de medida: Centímetros (CM)*

## ● Medidas Saliente con Nombre

Las agencias pueden o no contemplar el nombre de la misma. Se desarrollaron dos piezas para tal fin, una marquesina y un saliente. En caso de utilizar la marquesina con nombre, no es necesario utilizar el saliente. En caso de utilizar la marquesina sin nombre, puede sumar el saliente con nombre.

Marquesina  
con nombre



Marquesina  
sin nombre



Saliente  
Nombre



El color del medio globo que contiene el saliente puede variar dentro de los colores institucionales indicados en este manual.

La tipografía utilizada es **FIRA SANS BLACK**, indicada en este manual como Tipografía Secundaria.

Ejemplo  
de saliente





# PLOTEOS

Los ploteos son recursos gráficos aplicados exclusivamente sobre superficies vidriadas con el fin de reforzar la identidad visual institucional. Su diseño debe respetar las proporciones y lineamientos establecidos en este manual. Todos los ploteos deben realizarse con **vinilo microperforado**, lo que permite mantener la visibilidad desde el interior y el paso de la luz.

Las medidas de los ploteos estarán siempre sujetas al tamaño de la superficie a intervenir, debiendo adaptarse sin alterar la composición ni los elementos gráficos.

Existen tres tipos principales de ploteo: **Completo, Medio y de Logotipo**, cada uno con su función específica.

## ● Ploteo Completo

Se recomienda su uso cuando es necesario cubrir la totalidad del vidrio. Ideal para espacios amplios o para ocultar el interior del local sin sacrificar iluminación.

Disponible en composiciones adaptables a superficies **cuadradas, horizontales o verticales**

Paño vertical



Paño Cuadrado



Paño Horizontal



Siempre en  
microperforado.

## ● Ploteo Completo

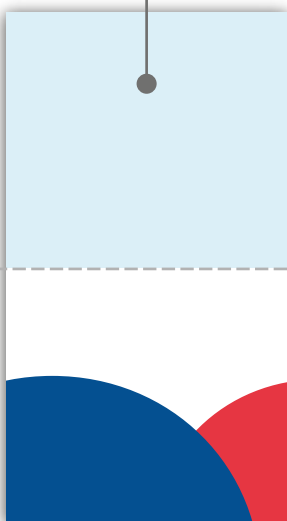


## ● Ploteo Medio

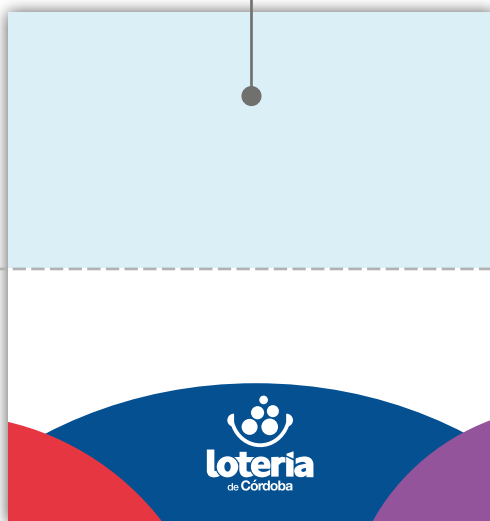
Este tipo de ploteo cubre solo la parte inferior del vidrio, permitiendo visibilidad hacia el interior del local. Se utiliza principalmente en vidrieras donde se desea mantener cierta apertura visual sin perder identidad institucional.

**La altura será siempre la mitad de la superficie disponible.**

Paño vertical



Paño Cuadrado



Paño Horizontal



Aplicación recomendada  
en microperforado.



## ● Ploteo Completo



## ● Ploteo de Logotipo e Isotipo

El ploteo de logotipo o isotipo consiste en la aplicación aislada de los elementos institucionales sobre superficies de vidrio. Se utiliza cuando no se desea cubrir grandes áreas, pero sí reforzar la presencia de marca en zonas estratégicas.

Puede aplicarse solo el isotipo o el logotipo completo, dependiendo del contexto y el espacio disponible. Es ideal para puertas, paneles secundarios o sectores reducidos.



Opción Isotipo



Opción Isotipo  
sobre Azul



Opción Logotipo  
fondo blanco



Opción Logotipo  
fondo Azul



**Siempre debe respetarse  
la escala y los márgenes  
establecidos en este**





# BASTIDORES

Los bastidores son piezas gráficas de soporte que refuerzan la identidad institucional en el punto de venta. Existen dos versiones disponibles: **Versión Quiniela** y **Versión Juegos**, diseñadas para adaptarse a las necesidades de comunicación.

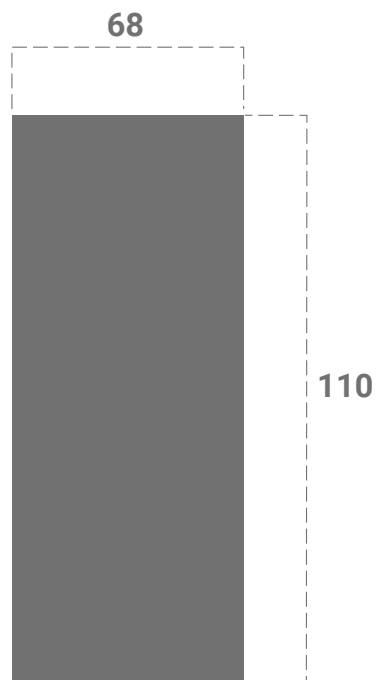
Generalmente se colocan en las fachadas de los locales, siempre que haya espacio disponible. También pueden utilizarse en el interior, a modo de banners, reforzando la comunicación de manera estratégica.

## ● Bastidores

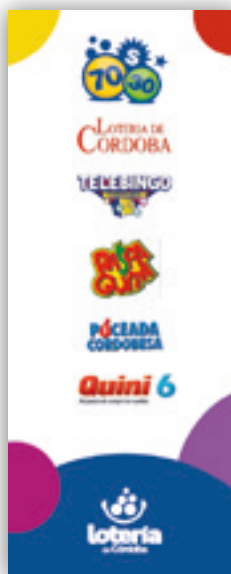
Se presentan dos opciones gráficas:

- Versión Quiniela
- Versión Juegos

Ambos modelos deben respetar las dimensiones estándar: 68 cm de ancho por 110 cm de alto. El diseño debe aplicarse tal como se muestra en este manual, sin alteraciones de proporciones, colores ni gráficos.



Versión Quiniela



Versión Juegos



Pueden instalarse en fachadas o dentro del local, según disponibilidad y criterios de comunicación.

## ● Bastidores



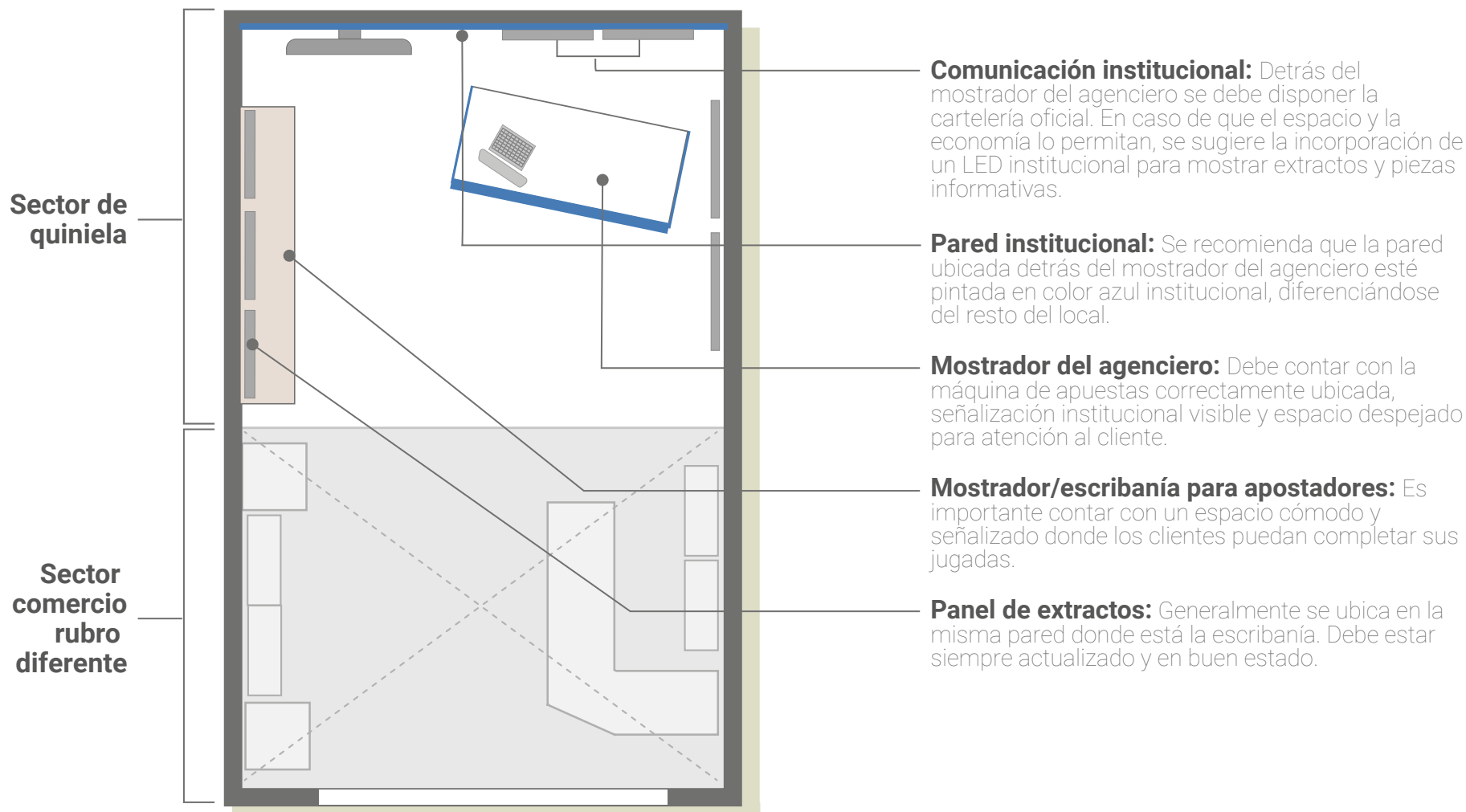


# CONVIVENCIA DE RUBROS: IDENTIDAD COMPARTIDA

En muchos casos, las agencias de quiniela comparten el espacio físico con otros rubros comerciales como kioscos, regalerías, almacenes, librerías, etc. Este apartado tiene como objetivo brindar pautas claras para garantizar una correcta **convivencia visual y funcional** entre ambos negocios, respetando la identidad institucional de Lotería de Córdoba y asegurando una experiencia ordenada para el cliente.

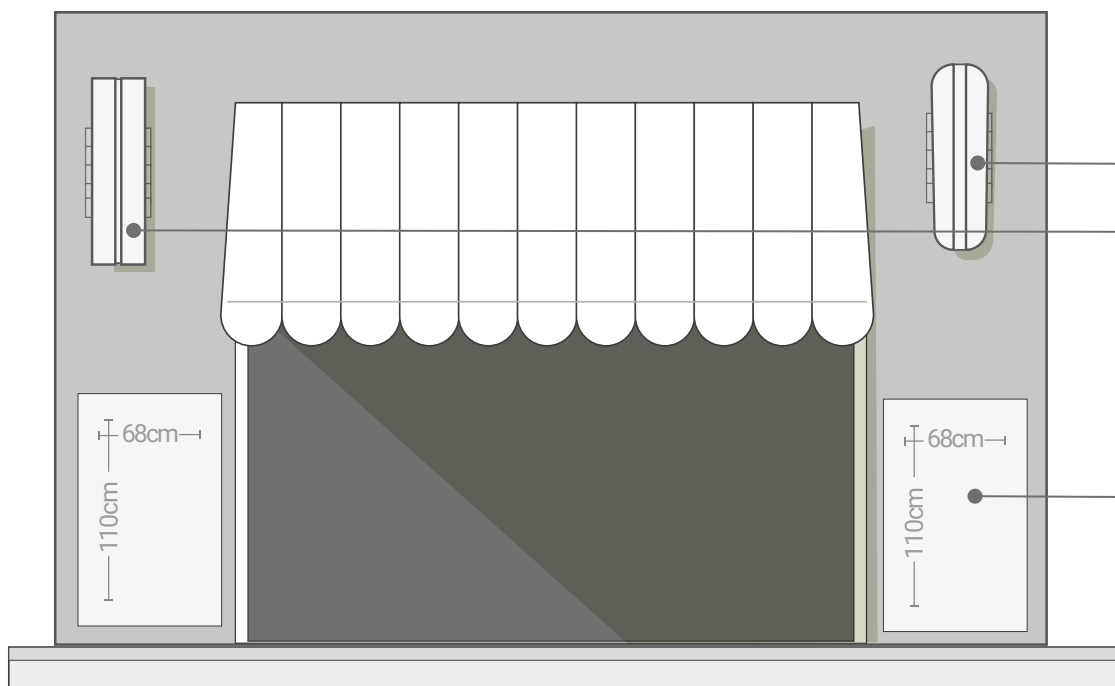
## ● Organización del espacio interior

Cuando dos rubros funcionan dentro del mismo local, es fundamental sectorizar adecuadamente para evitar confusión y asegurar que la identidad de la quiniela tenga un espacio definido y profesional.



## ● Comunicación exterior

Cuando la marquesina del local está destinada al otro rubro, es indispensable asegurar la presencia de Lotería de Córdoba mediante **elementos adicionales de alta visibilidad**.



### Señalética recomendada

**Salientes cuadrados o circulares:** La incorporación de salientes es clave para mejorar la visibilidad de la agencia desde la vía pública. Si bien se recomienda el uso de salientes luminosos —*especialmente efectivos durante la noche*—, también está permitida la colocación del modelo estándar no luminoso, en caso de limitaciones presupuestarias. **Lo importante es garantizar su presencia** y correcta ubicación en la fachada.

**Bastidores o banners (68x110 cm):** Si el espacio lo permite, es muy recomendable colocar uno o más bastidores con comunicación institucional en el frente o lateral del local.



Los elementos de Lotería de Córdoba deben ubicarse con proporción y sin mezclarse con la estética del otro rubro, respetando color, tipografía y formatos definidos en este manual.

- Fachada convivencia de rubros





# AGENCIAS EN FORMATO “ISLA”

En determinados centros comerciales, galerías o espacios de alto tránsito, algunas agencias operan en formato de “isla”, compartiendo su superficie con otro rubro comercial.

Este apartado presenta las pautas para implementar de forma clara y efectiva la identidad de Lotería de Córdoba en este tipo de configuraciones, garantizando la correcta identificación del servicio de quiniela, aun cuando no existan límites físicos definidos ni fachada tradicional.

Se detallan recursos, recomendaciones y ejemplos para lograr una presencia institucional fuerte, sectorizada y coherente con el manual, sin interferir con las otras actividades presentes en el mismo punto de venta.



## ● Espacios compartidos sin vidriera

En los casos donde la agencia convive dentro de un formato de isla —como stands en galerías o centros comerciales—, y además comparte el espacio con otro rubro (ej. kiosco, regalería o venta de revistas), es fundamental **garantizar una presencia clara, sectorizada y profesional de la identidad de Lotería de Córdoba**.

La señalización y disposición deben lograr que, a pesar de compartir superficie, la actividad de quiniela sea visualmente identificable, independiente y fácilmente reconocible por los apostadores.



### **Delimitación visual:**

Crear un área distinguible para la quiniela con paneles o muebles en color institucional, aunque no haya paredes físicas.

### **Mobiliario sectorizado:**

Separar claramente el mostrador del agenciero y acompañarlo con cartelera oficial, afiches o pantalla LED si es posible.

### **Identificación vertical:**

Usar salientes (cuadrados o circulares) y bastidores tipo banner (68 x 110 cm) para dar visibilidad, idealmente en altura y con iluminación.

### **Material de apoyo:**

Aplicar adhesivos, códigos QR o displays de escritorio con identidad oficial en caso de espacio limitado.

### **No mezclar identidades:**

cada rubro debe mantener su estética, sin mezclar logos ni recursos gráficos.

- Fachada convivencia de rubros



## ● Fachada convivencia de rubros



