



REPUBLICA DE BOLIVIA  
Ministerio de Desarrollo Rural  
Agropecuario y Medio Ambiente



Servicio Nacional de Sanidad  
Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria

**RESOLUCION ADMINISTRATIVA N° 211/2006**

Trinidad, 24 de Noviembre de 2006

**VISTOS Y CONSIDERANDO:**

**Que**, la ley 2061 de 16 de marzo de 2000, crea el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria **SENASAG**, como un órgano de derecho público, desconcentrado del antes Ministerio de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, ahora, Ministerio de Desarrollo Rural, Agropecuario y Medio Ambiente, para ser el encargado de Administrar el Régimen Específico de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria.

**Que**, mediante Decreto Supremo 25729 de fecha 7 de abril de 2000, se establece la organización y funcionamiento del Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria **SENASAG**, determinando, al mismo tiempo su misión institucional.

**Que**, en nuestra época corresponde incorporar a nuestro Servicio, una Imagen Corporativa para que de esta manera se utilice un lenguaje de imagen que uniforme a nuestra Institución, optimizando de esta manera la eficiencia y calidad de la política de modernización del **SENASAG**.

**Que**, el Área Nacional de Comunicación Social, a través del Responsable de Imagen Corporativa de este Servicio, ha elaborado el Manual de Imagen Corporativa del **SENASAG**, por lo que en cumplimiento de las normas legales citadas, así como de la Justificación Técnica plasmada mediante CITE:ANC/SENASAG/0052/2006, emitida por el Responsable Nacional de Imagen Cooperativa del **SENASAG**, y antecedentes que respaldan la presente determinación, se hace necesario aprobar mediante el respectivo Instrumento Legal, el Manual de Imagen Corporativa del **SENASAG**.

**POR TANTO:**

El Director General Ejecutivo del Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria "**SENASAG**", en uso de sus facultades y atribuciones conferidas por el Decreto Supremo N°25729 en su Art. 10 inc. e);

**RESUELVE:**

**ARTICULO PRIMERO.- APRUÉBASE**, el MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA DEL **SENASAG**, que consta de 4 Títulos, y 24 Subtítulos, mismo que forman parte indivisible de la presente Resolución Administrativa.

**ARTICULO SEGUNDO.-** El Encargado Nacional de Comunicación Social y el Responsable de Imagen Corporativa del **SENASAG**, quedan encargados de la ejecución y cumplimiento de la presente Resolución Administrativa.

**Regístrese, Comuníquese, Cúmplase y Archívese.**

C./ Arch.  
DN / Dr. A. Arteaga.  
ANCS / Lic. A. Yuja.  
UNAJ / Dr. B. Arteaga.

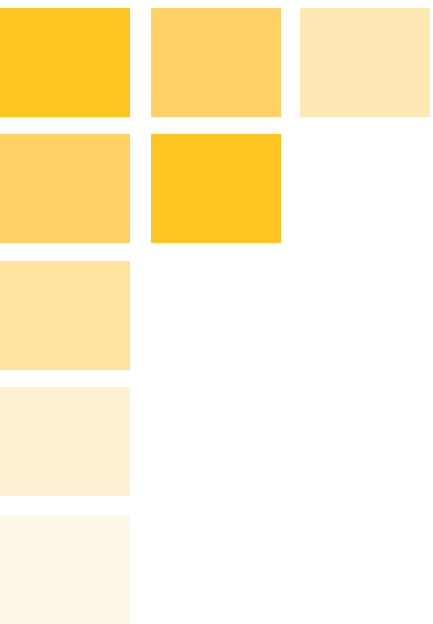
*Dr. Bernabe Arteaga Temu*  
ABOGADO  
M.C.A. 0562  
JEFE NACIONAL ASUNTOS JURIDICOS  
SENASAG - MDRAYMA

*[Signature]*  
Director  
Servicio Nacional de Sanidad  
Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria  
SENASAG - MDRAYMA

**Dirección Gral. Ejecutiva.**  
Calle: José Natusch Velasco.  
Trinidad-Beni-Bolivia

**Telf/** 591-3-46-28105  
591-3-46-28106  
**Fax:** 591-3-46-28107

**Email:** dirnacional@senasag.gov.bo  
asuntosjuridicos@senasag.gov.bo  
**WEB:** [www.senasag.gov.bo](http://www.senasag.gov.bo)



MANUAL DE

# *Imagen* Corporativa

SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA E INOCUIDAD ALIMENTARIA

# TABLA DE CONTENIDOS

## I. INTRODUCCIÓN

I. 1. Los Conceptos de Identidad e Imagen	7
I. 2. Gestión Estratégica de Imagen Corporativa	8
I. 3. La Identidad Visual Corporativa	9
I.3.1 Signos de Identidad Visual Corporativa	9
I. 4. La Normativa	11

## II. DEFINICIÓN DE LAS CONSTANTES UNIVERSALES DE IDENTIDAD

II. 1. El nuevo Logosímbolo	15
II. 2. Normas Generales del Logosímbolo	16
II. 3. Normas de los Colores Corporativos	18
II. 4. Cromática	19
II. 5. Tipografía Básica	20

## III. SISTEMA DE APLICACIONES

III. 1. Membretado	25
III. 2. Sobre Manila	26
III. 3. Sobre Personal	27
III. 4. Comunicado Interno	28
III. 5. Tarjeta Personal	29
III. 6. Credencial	30
III. 7. Carpeta Institucional	31
III. 8. Tríptico Institucional	37
III. 9. Señalética (Interna)	39
III. 10. Banner Institucional	40
III. 11. Letrero para Motorizados	41
III. 12. Merchandising	42

## IV. USOS INCORRECTOS

IV. 1. Prohibiciones	45
IV. 2. Logosímbolo sobre Fondos Secundarios	46
IV. 3. Escalamiento de Logosímbolo	47



## ***I. INTRODUCCIÓN***



## I. 1. LOS CONCEPTOS DE IDENTIDAD E IMAGEN

La **Gestión Profesional de Imagen Corporativa** es una nueva ciencia, una nueva disciplina aún no arraigada en nuestro medio, cuyo propósito magno gira en torno a la **gestión estratégica de la imagen corporativa**.

Este complejo proceso parte de la diferenciación fundamental que representa aquella entre **identidad** e **imagen**. Joan Costa, considerado por muchos uno de los padres teóricos de la materia, compara a la **identidad** de una empresa por su trascendencia con el código genético o ADN de un individuo, cuyos rasgos unívocos lo identifican y distinguen de los demás. La **identidad**, que según el estudioso español reviste importancia estratégica capital:

- distingue a una empresa o institución de las demás
- es única
- debe ser gestionada (al igual que la administración, la organización, la producción, la comunicación, etc.)
- es “invisible” o no tangible
- y para hacerla “visible” o tangible, la empresa o institución involucrada debe crear símbolos exclusivos y duraderos (signos identitarios).

Cuando hablamos de **imagen** empresarial o institucional, Costa sostiene que nos estamos refiriendo no solo a las *figuras visibles* de rigor (logotipo, colores corporativos, razón social, aplicaciones específicas como papelería, etc.). Hablamos más bien, dice, de una **imagen mental**, la misma que debe producirse en la *memoria colectiva*. Esta **imagen mental** implicará, finalmente, mucho más que aquello directamente relacionado con el diseño, formas gráficas o signos identitarios que logren generarse en el proceso de la gestión profesional de imagen corporativa. Esta **imagen mental** conllevará una habilidad específica para:

- comunicar objetivos trazados
- establecer parámetros idóneos de ética y comportamiento
- presentar productos y/o servicios de calidad
- establecer vínculos especiales con los clientes
- transmitir la cultura corporativa adoptada, y
- mantenerse en la vanguardia en cuanto a innovación.

En términos simples, LA **IDENTIDAD CORPORATIVA** ES **CÓMO QUIERE** UNA EMPRESA QUE LA PERCIBAN. **IMAGEN CORPORATIVA**, por su parte, ES **CÓMO PERCIBEN** LOS DEMÁS A ÉSTA.

## I. 2. GESTIÓN ESTRATÉGICA DE IMAGEN CORPORATIVA

J. Villafañe, otro teórico de renombre, ha diseñado el siguiente modelo de gestión estratégica de la imagen corporativa:

ETAPA	OBJETIVOS	PROGRAMAS
1. Definición de la estrategia de imagen	Analizar la imagen actual	- Auditoría de Imagen - Observatorio Permanente de Imagen Corporativa (OPIC)
2. Configuración de la personalidad corporativa	Adaptar la personalidad corporativa a la imagen intencional	- Programa de identidad visual - Manual de Imagen Corporativa - Manual de Gestión de la Comunicación - Programa de cambio cultural
3. Gestión de la comunicación	Controlar la imagen a través de la comunicación	- Programa de comunicación corporativa - Programa de comunicación interna

La **Gestión Estratégica de Imagen Corporativa** es un proceso elaborado y de largo aliento que implica, entre otras cosas, el involucramiento no sólo de expertos en la materia, sino de departamentos específicos de la empresa en cuestión. El modelo propuesto por Villafañe consiste en tres etapas concretas. La primera de ellas buscará diseñar una estrategia de imagen basada en acciones dirigidas a lograr una imagen que favorezca la satisfacción de las metas corporativas. La segunda configurará una personalidad corporativa de acuerdo a los lineamientos de la estrategia trazada. Y la tercera, por último, tratará de controlar la imagen a través de la comunicación.

Este modelo proyecta la identidad corporativa a través del comportamiento, la cultura y la personalidad corporativas. La segunda etapa, que es la que interesa para nuestros propósitos, establece que la personalidad corporativa está estrechamente ligada con la *imagen intencional* que una empresa/institución pretende generar en la mente de sus públicos-objetivo. El Manual de Imagen Corporativa --uno de los cuatro programas comprendidos en ella--, no será más que la proyección de la **Identidad Visual Corporativa**.

## I. 3. LA IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

La **identidad visual** es “la traducción simbólica de la identidad corporativa de una organización, concretada en un programa de manual o normas de uso que establece los procedimientos para aplicarla correctamente” (J. Villafañe). En este sentido, elementos como signos, símbolos, logos y marcas jugarán un papel preponderante en la percepción que los públicos-objetivo logren tener de la empresa/institución que los está proyectando.

Todo cambio o evolución de la identidad de una organización debe ser comunicada a sus públicos-objetivo de manera global, sistemática y coherente. Estos requisitos deberán ser cumplidos a través de la programación del cambio de imagen y la correcta implementación de dicho cambio. Los públicos-objetivo, entonces, percibirán este cambio y modificarán y/o actualizarán la *imagen mental* que tienen de dicha organización.

La imagen mental de una organización es la interpretación que los públicos-objetivo realizan de la información que la organización emite para proyectar su *imagen intencional*. Esta información incluye beneficios básicos del producto o servicio ofrecido, estilo de servicio a la clientela, etc. Los recursos gráficos, en consecuencia, adquirirán una importancia fundamental dada la importancia que revisten por el solo hecho de ser los que configuran la *imagen* de la organización.

### I.3.1 SIGNOS DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA -

Los **signos de identidad visual corporativa**, también denominados *constantess universales de identidad visual*, son los siguientes: el **logotipo**, el **símbolo** o **isotipo**, el **logosímbolo** o **imagotipo**, la **razón social**, los **colores corporativos** y la **tipografía corporativa**.

**EL LOGOTIPO** - Es el diseño tipográfico que refleja el nombre o denominación corporativa de una organización, o la marca de un producto. El logotipo también puede hacer referencia al tipo de sociedad empresarial al que dicha organización se ha adherido.

**EL SÍMBOLO** - También denominado *isotipo*, el símbolo no es nada más que la imagen visual que simboliza la identidad corporativa.

**EL LOGOSÍMBOLO** - También denominado *imagotipo*, el logosímbolo es la combinación normativa del símbolo y el logotipo. El logosímbolo expresa la identidad visual corporativa.

**LA RAZÓN SOCIAL** - Es el rubro al que se dedica determinada organización.

**LOS COLORES CORPORATIVOS** - Son los colores permitidos de acuerdo a lo establecido en el programa de identidad visual. Estos colores pueden ser principales o complementarios. Los principales serán aquellos que se empleen en el diseño del logotipo. Los complementarios, por su parte, serán los que se utilicen en versiones secundarias de dicho logotipo y en aplicaciones específicas.

**LA TIPOGRAFÍA CORPORATIVA** - Es la familia tipográfica establecida como norma por el programa de identidad visual corporativa. Al igual que los colores corporativos, la tipografía corporativa puede incluir tipos complementarios.

La combinación de estos elementos de identidad visual corporativa será la base para desarrollar una variedad de **aplicaciones** en el marco de la identidad visual, de acuerdo a especificaciones técnicas (tamaño, formato, escala y proporción) establecidas por el programa. La prioridad fundamental de éste será que la organización que está implementándolo pueda ser identificada y diferenciada de otras de manera rápida y sencilla.

## I. 4. LA NORMATIVA

Son dos los principios que configuran la identidad visual corporativa: el **normativo** y el **integrador**. El primero de ellos no es sino la normativización que regula la aplicación de la identidad visual al conjunto de aplicaciones establecido en el programa de identidad visual corporativa. El segundo guarda directa relación con otro concepto básico, el de la *consistencia*. Para estructurar la multitud de elementos que conforman la identidad visual de determinada organización, es imperativo regirse a un esquema consistente. Éste le proporcionará orden, coherencia y sentido al programa diseñado.

El manual de normas de identidad visual, el célebre *Manual de Imagen Corporativa*, definirá las constantes de identidad visual a las que ya nos referimos y establecerá, precisamente, las *normas* a las que deberán adherirse todas y cada una de las aplicaciones.

El caso de SENASAG es sencillo de identificar: se trata de una organización cuya identidad visual si bien no es obsoleta, requiere intervención inmediata. La identidad visual de SENASAG está *dispersa*; es decir, no está normativizada. En los últimos años se han utilizado indistintamente dos *logosímbolos*:



El primero de ellos fue apresuradamente re-diseñado hace exactamente un año, y ha sido utilizado para aplicaciones diversas de folletería en los últimos meses (carpetas institucionales, trípticos y boletines informativos). El segundo, que es el original, también ha sido frecuentemente utilizado en otras aplicaciones. Por lo tanto, el objetivo principal del *Manual de Imagen Corporativa* de SENASAG, será precisamente el de sistematizar las constantes universales de identidad y el sistema de aplicaciones establecidos, de acuerdo a los principios generales de norma e integración arriba mencionados.



## ***II. DEFINICIÓN DE LAS CONSTANTES UNIVERSALES DE IDENTIDAD***



## II. 1. EL NUEVO LOGOSÍMBOLO

Hay dos criterios que primaron en el proceso de readecuación del *logosímbolo* de SENASAG: primero, mantener el color verde que ha caracterizado la imagen institucional en el pasado; y segundo, mantener los elementos iconográficos del símbolo original (caso concreto del ejemplar bovino, la espiga de trigo, maquinaria agropecuaria, etc.). Éstos fueron diseñados para representar las tres áreas operativas de SENASAG: Sanidad Animal, Sanidad Vegetal e Inocuidad Alimentaria. Así, se buscaba abarcar la totalidad de *significados* que se desprenden del marco operativo de la institución.

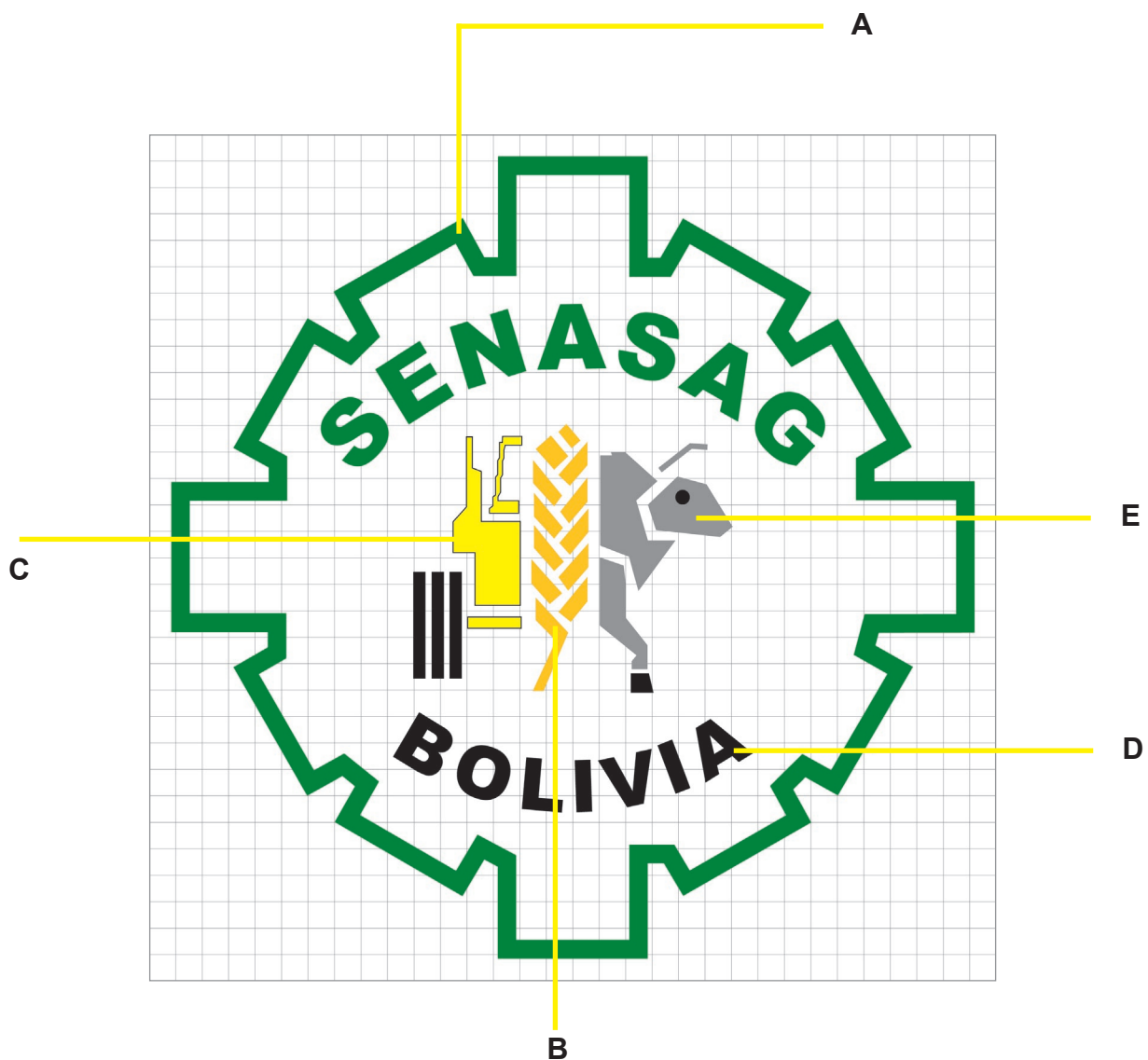


La *visión* de la institución establece que “en el año 2010, el SENASAG es un servicio de excelencia que cuenta con la confianza y credibilidad nacional e internacional en el mejoramiento y protección de la sanidad agropecuaria y forestal, y la garantía de la inocuidad de los alimentos”. Para alcanzar ese objetivo, entonces, la **imagen intencional** que la institución quiere proyectar debe sistematizar las *constantes universales de identidad* establecidas. Éste es un concepto que necesita ser reiterado las veces que sea necesario. La dualidad ya señalada en cuanto al *logosímbolo* anterior no hacía sino denotar una despreocupación absoluta respecto a rasgos de identidad concretos. SENASAG, por lo tanto, corría el riesgo de ser percibida como una institución no fiable, no enfocada e inexperta en cuanto a la proyección de su imagen.

## II. 2. NORMAS GENERALES DEL LOGOSÍMBOLO

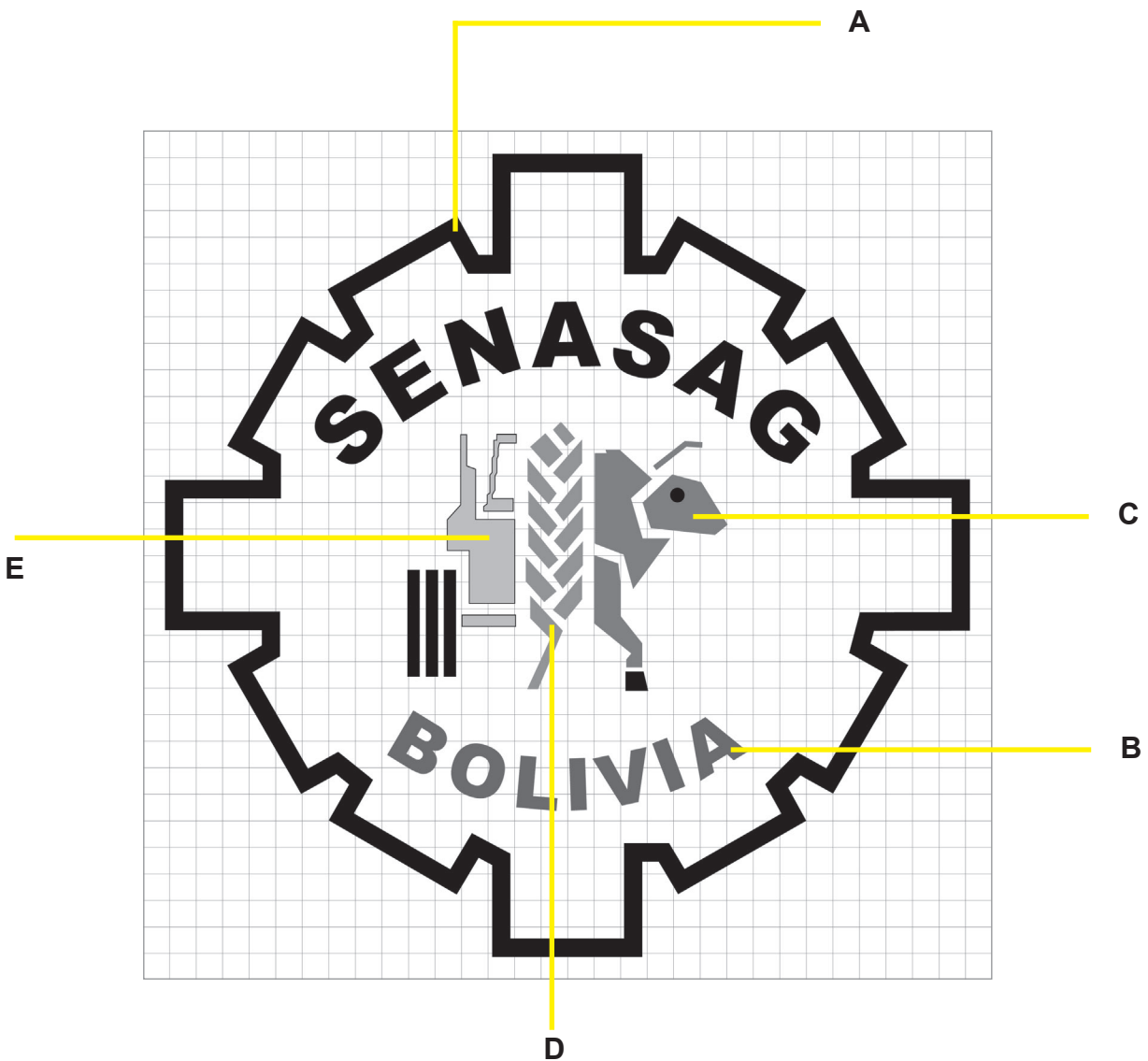
### Color

TIPO	A	B	C	D	E
Pantone	356 C	123 C	Process Yellow	Process Black	Process Black
Cuatricomía	C = 100% M = 28% Y = 100% K = 19%	C = 0% M = 22% Y = 92% K = 0%	C = 0% M = 0% Y = 100% K = 0%	C = 0% M = 0% Y = 0% K = 100%	C = 0% M = 0% Y = 0% K = 50%



### Tonalidades de gris

TIPO	A	B	C	D	E
Reproducción a 1 tinta	Process Black	Process Black al 70%	Process Black al 60%	Process Black al 50%	Process Black al 30%



## II. 3. NORMAS DE LOS COLORES CORPORATIVOS



**PANTONE**

356 C  
C = 100%  
M = 28%  
Y = 100%  
K = 19%



**PANTONE**

123 C  
C = 0%  
M = 22%  
Y = 92%  
K = 0%



**PANTONE**

Process Yellow  
C = 0%  
M = 0%  
Y = 100%  
K = 0%



**PANTONE**

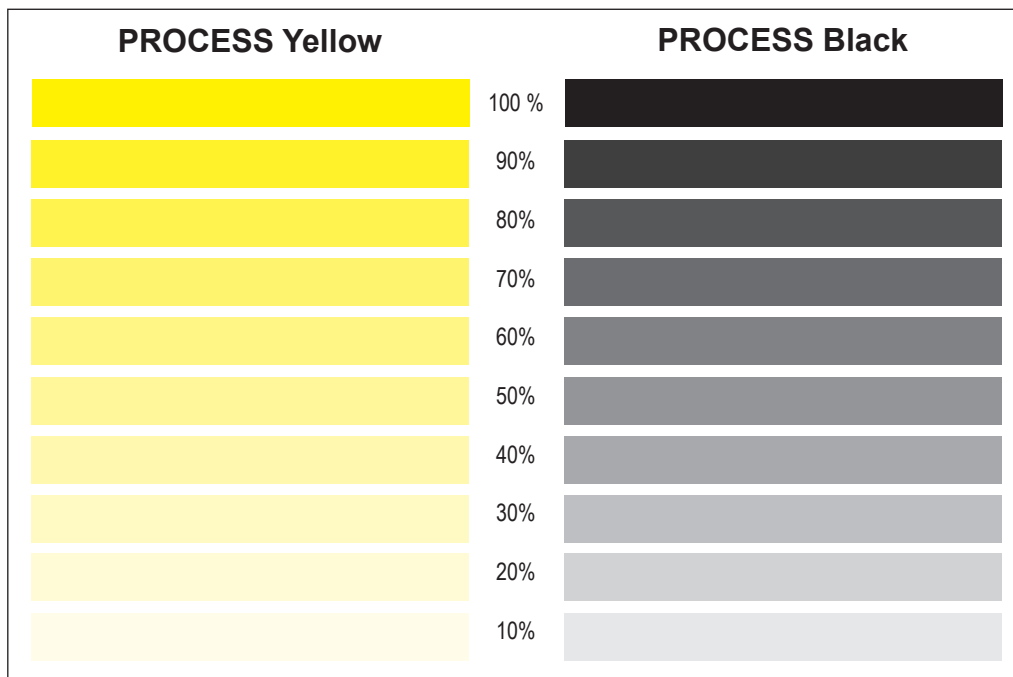
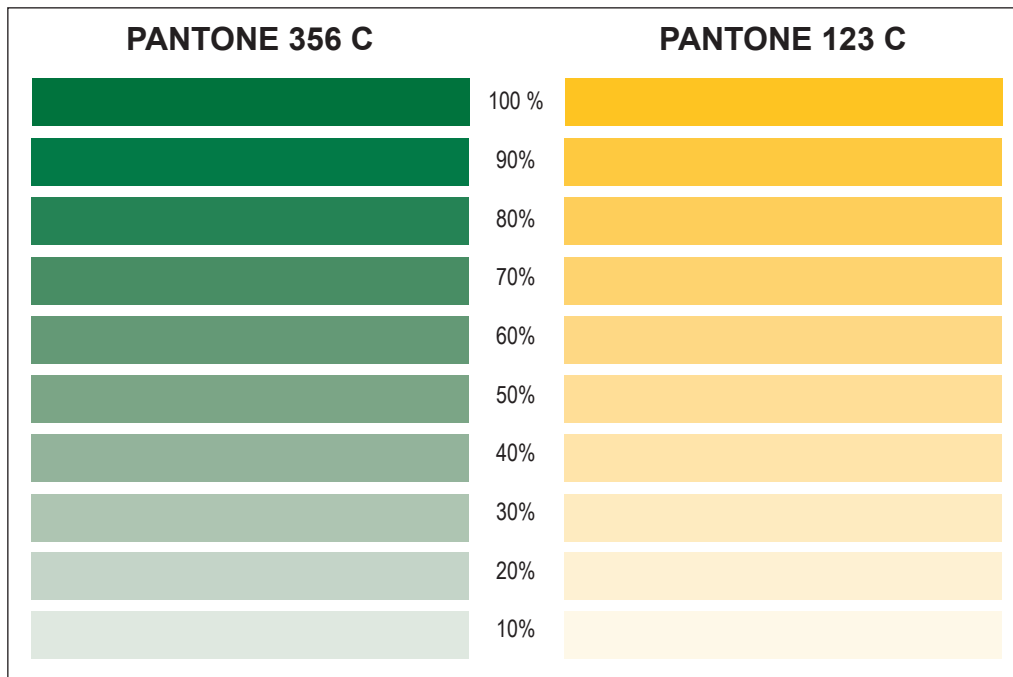
Process Black  
C = 0%  
M = 0%  
Y = 0%  
K = 100%



**PANTONE**

Process White  
C = 0%  
M = 0%  
Y = 0%  
K = 0%

## II. 4. CROMÁTICA



## II. 5. TIPOGRAFÍA BÁSICA

ARIAL, MAYÚSCULAS, REGULAR

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ; Q W E R T Y U I O P + A S D F G H J K L Ñ Ç < Z  
X C V B N M , . -

ARIAL, MINÚSCULAS, REGULAR

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ; q w e r t y u i o p + a s d f g h j k l ñ ' ç < z x c v b  
n m , . -

ARIAL, MINÚSCULAS, ITÁLICAS

*1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ; q w e r t y u i o p + a s d f g h j k l ñ ' ç < z x c v b  
n m , . -*

ARIAL, MINÚSCULAS, BOLD

**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ; q w e r t y u i o p + a s d f g h j k l ñ ' ç < z x c v  
b n m , . -**

ARIAL, MINÚSCULAS, BOLD E ITÁLICAS

***1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ; q w e r t y u i o p + a s d f g h j k l ñ ' ç < z x c v  
b n m , . -***

ARIAL NARROW, MAYÚSCULAS, REGULAR

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ; Q W E R T Y U I O P + A S D F G H J K L Ñ Ç < Z X C V B N M ,  
. -

ARIAL NARROW, MINÚSCULAS, REGULAR

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ; q w e r t y u i o p + a s d f g h j k l ñ ' ç < z x c v b n m , . -

ARIAL NARROW, MINÚSCULAS, ITÁLICAS

*1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ; q w e r t y u i o p + a s d f g h j k l ñ ' ç < z x c v b n m , . -*

ARIAL NARROW, MINÚSCULAS, BOLD

**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ; q w e r t y u i o p + a s d f g h j k l ñ ' ç < z x c v b n m , . -**

ARIAL NARROW, MINÚSCULAS, BOLD E ITÁLICAS

***1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ; q w e r t y u i o p + a s d f g h j k l ñ ' ç < z x c v b n m , . -***

ARIAL BLACK, MAYÚSCULAS, REGULAR

**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ; Q W E R T Y U I O P + A S D F G H J  
K L Ñ Ç < Z X C V B N M , . -**

ARIAL BLACK, MINÚSCULAS, REGULAR

**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ; q w e r t y u i o p + a s d f g h j k l ñ ´  
ç < z x c v b n m , . -**



### ***III. SISTEMA DE APLICACIONES***



# III. 1. MEMBRETADO

**60% de tamaño original**

**Formato:**  
DIN A4 21,0 x 29,7 cm

**Reproducción:**  
3 tintas

**Márgenes:**  
a = 0,80 cm  
b = 0,80 cm  
c = 0,80 cm

**Rectángulo Verde (d):**  
Tamaño: 2,55 x 0,90 cm

**Versión logotipo:**  
3,60 x 3,60 cm

**Tipografía:**  
e = ITC Zapf Dingbats, Reg., 8 pt, Pantone 356 C  
f = Arial Narrow, Bold, 8 pt, Pantone 356 C  
g = Arial Narrow, Bold; 7,5 pt, Process Black  
h = Arial, Bold, 8 pt, Pantone 356 C

**Soporte:**  
Papel Bond Blanco 90 g

**Logo and Content:**

**SENASAG BOLIVIA**

**Ministerio de Desarrollo Rural, Agropecuario y Medio Ambiente**

- SANIDAD ANIMAL
- SANIDAD VEGETAL
- INOCUIDAD ALIMENTARIA

**DIRECCIÓN NACIONAL**

**TRINIDAD**  
Av. José Natusch s/n  
Tel./Fax: (591 3) 462 5650 / 465 2177

**JEFATURAS DISTRITALES**

**LA PAZ**  
C. Jorge Sáenz Nº 1093 (entre Haití y Honduras)  
Tels.: (591 2) 222 9979/35 / 222 5698  
Tel./Fax: (591 2) 222 0616 (Coordinación Interinstitucional)

**SANTA CRUZ**  
Av. del Ejército Nacional Nº 141  
Tel./Fax: (591 3) 332 1813 / 332 1787

**BENI**  
Av. José Natusch Nº 149  
Tel.: (591 3) 462 0877  
Fax: (591 3) 465 2206

**CHUQUISACA**  
Prefectura Dptal. Depto. Agricultura  
Tel./Fax: (591 4) 645 2899 / 691 3154

**COCHABAMBA**  
Sincinato s/n (Quillacollo) Km. 12 1/2  
Tel.: (591 4) 436 5883 / 436 5881

**TARUA**  
Av. Víctor P. Estenssoro esq. España  
Tel./Fax: (591 4) 664 4547 / 611 4163

**ORURO**  
C. La Plata entre Bolívar y Sucre  
Tel.: (591 2) 525 2250

**PANDO**  
C. Teniente Coronel Cornejo s/n  
Tel.: (591 3) 842 3346

**POTOSÍ**  
C. Wenceslao Alba Nº 72  
Tel./Fax: (591 2) 622 7572

[www.senasag.gov.bo](http://www.senasag.gov.bo)

**SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA E INOCUIDAD ALIMENTARIA**

## III. 2. SOBRE MANILA

a

b

c

d

e

f

The image shows a template for a SENASAG envelope. On the left side, there is a list of regional offices with their respective contact details. On the right side, there is the SENASAG logo, which is a green gear-like shape containing a stylized animal and the text 'SENASAG' and 'BOLIVIA'. In the center, the text '40% de tamaño original' is displayed. At the bottom right, there is a box containing the text 'SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA E INOCUIDAD ALIMENTARIA'. Marginal lines are labeled 'a' through 'f'.

**Winnipeg**  
Ministerio de Recursos Forestales, Agrícolas y Medio Ambiente

**DIRECCIÓN NACIONAL**

**TRINIDAD**  
Av. José Natasaich s/n  
Tel./Fax: (591 3) 462 9650  
462 2177

**JEFATURAS DISTRITALES**

**LA PAZ**  
C. Jorge Sáenz N° 1303  
(entre Halli y Honduras)  
Tel.: (591 2) 222 9970/35  
222 5598  
Tel./Fax: (591 2) 222 0616  
(Coordinación Interinstitucional)

**SANTA CRUZ**  
Av. del Ejército Nacional N° 141  
Tel./Fax: (591 3) 332 1813  
332 1787

**BENI**  
Av. José Natasaich N° 143  
Tel.: (591 3) 462 9877  
Fax: (591 3) 462 2208

**CHUQUISACA**  
Prefectura Deptal. Depto. Agricultura  
Tel./Fax: (591 4) 642 2859  
691 3154

**COCHABAMBA**  
Sincronato s/n (Quilacollo) Km. 12 1/2  
Tel.: (591 4) 436 5863  
436 9881

**TARJA**  
Av. Víctor P. Estenssoro s/n, España  
Tel./Fax: (591 4) 664 4547  
611 4103

**ORURO**  
C. La Plata entre Bolívar y Sucre  
Tel.: (591 2) 525 2250

**PANDO**  
C. Teniente Coronel Consejo s/n  
Tel.: (591 3) 842 3348

**POTOSÍ**  
C. Wenceslao Alba N° 72  
Tel./Fax: (591 2) 622 7372

[www.senasag.gov.bo](http://www.senasag.gov.bo)

**SENASAG**  
**BOLIVIA**

**40% de tamaño original**

**SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA E INOCUIDAD ALIMENTARIA**

**Formato:**  
37,0 x 24,0 cm

**Reproducción:**  
3 tintas

**Márgenes:**  
a = 1,00 cm  
b = 1,00 cm  
c = 1,00 cm

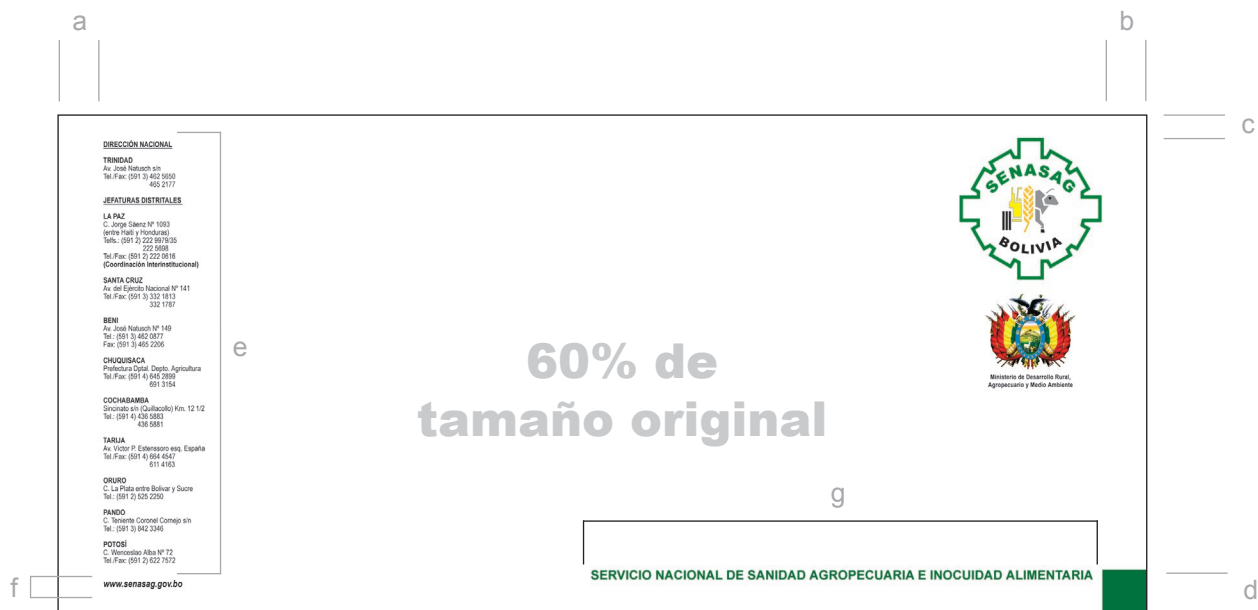
**Versión logotipo:**  
6,20 x 6,20 cm

**Banda Verde (d):**  
Tamaño: 37,0 x 1,40 cm

**Tipografía:**  
e = Arial Narrow, Bold; 7,5 pt  
Process Black  
f = Arial, Bold, 12 pt  
Pantone 356 C

**Soporte:**  
Papel Bond  
Blanco 220 g

### III. 3. SOBRE PERSONAL



**Formato:**  
24,0 x 11,0 cm

**Reproducción:**  
3 tintas

**Márgenes:**  
a = 1,00 cm  
b = 1,00 cm  
c = 0,50 cm

**Versión logotipo:**  
3,30 x 3,30 cm

**Cuadrado Dorado (d):**  
Tamaño: 1,0 x 1,0 cm

**Tipografía:**  
e = Arial Narrow, Bold; 4,7 pt  
Process Black  
f = Arial Narrow, Bold, 6 pt  
Process Black  
g = Arial, Bold, 8 pt  
Pantone 356 C

**Soporte:**  
Papel Bond  
Blanco 120 g

## III. 4. COMUNICADO INTERNO

a

b

c

e

f

g

h

i

j

o




Ministerio de Desarrollo Rural,  
Agropecuario y Medio Ambiente

**COMUNICADO INTERNO**

DE: .....

PARA: .....

ASUNTO: .....

FECHA: .....

■ SANIDAD ANIMAL

■ SANIDAD VEGETAL

■ INOCUIDAD ALIMENTARIA

DIRECCIÓN NACIONAL

**TRINIDAD**  
Av. José Natusch s/n  
Tel./Fax: (591 3) 462 5650  
465 2177

JEFATURAS DISTRITALES

**LA PAZ**  
C. Jorge Sáenz Nº 1093  
(entre Haití y Honduras)  
Tel.: (591 2) 222 9979/35  
222 5698  
Tel./Fax: (591 2) 222 0616  
(Coordinación Interinstitucional)

**SANTA CRUZ**  
Av. del Ejército Nacional Nº 141  
Tel./Fax: (591 3) 332 1813  
332 1787

**BENI**  
Av. José Natusch Nº 149  
Tel.: (591 3) 462 0877  
Fax: (591 3) 465 2206

**CHUQUISACA**  
Prefectura Dptal. Depto. Agricultura  
Tel./Fax: (591 4) 645 2899  
691 3154

**COCHABAMBA**  
Sincinato s/n (Quillacollo) Km. 12 1/2  
Tel.: (591 4) 436 5883  
436 5881

**TARIJA**  
Av. Víctor P. Estenssoro eqq. España  
Tel./Fax: (591 4) 664 4547  
611 4163

**ORURO**  
C. La Plata entre Bolívar y Sucre  
Tel.: (591 2) 525 2250

**PANDO**  
C. Teniente Coronel Cornejo s/n  
Tel.: (591 3) 842 3346

**POTOSÍ**  
C. Wenceslao Alba Nº 72  
Tel./Fax: (591 2) 622 7572

[www.senasag.gov.bo](http://www.senasag.gov.bo)

**60% de tamaño original**

SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA E INOCUIDAD ALIMENTARIA

**Formato:**  
DIN A4 21,0 x 29,7 cm

**Reproducción:**  
3 tintas

**Márgenes:**  
a = 0,80 cm  
b = 0,80 cm  
c = 0,80 cm

**Rectángulo Verde (d):**  
Tamaño: 2,55 x 0,90 cm

**Versión logotipo:**  
3,60 x 3,60 cm

**Tipografía:**  
e = Arial, Bold, 18 pt  
Process Black  
f = Arial, Bold, 12 pt  
Process Black  
g = ITC Zapf Dingbats,  
Bold, 8 pt, Pantone 356 C  
h = Arial Narrow, Bold; 8 pt  
Pantone 356 C  
i = Arial Narrow, Bold; 7,5 pt  
Process Black  
j = Arial, Bold, 8 pt  
Pantone 356 C

**Soporte:**  
Papel Bond  
Blanco 90 g

### III. 5. TARJETA PERSONAL



**Formato:**  
9,0 x 5,5 cm

**Reproducción:**  
3 tintas

**Márgenes:**  
a = 0,50 cm  
b = 0,50 cm  
c = 0,50 cm  
d = 0,50 cm

**Versión logotipo:**  
1,85 x 1,85 cm

**Tipografía:**  
e = Arial, Reg., 8 pt  
Process Black  
f = Arial Narrow, Reg.; 6,5 pt  
Pantone 356 C  
g = Arial, Bold, 5 pt  
Pantone 356 C  
h = Arial Narrow, Reg.; 6,5 pt  
Process Black 60%

**Soporte:**  
Synergy - Linen White  
220 g

## III. 6. CREDENCIAL



### Formato:

8,6 x 5,4 cm

### Reproducción:

3 tintas

### Versión logotipo:

1,80 x 1,80 cm

### Tipografía:

a = Arial, Bold, 7 pt

Pantone 356 C

b = Arial Black, Reg., 12 pt

Process White

c = Arial, Bold; 7,2 pt

Process Black

d = Arial, Bold Italic, 5 pt

Process Black

e = Arial, Bold, 5 pt

Process Black 60%

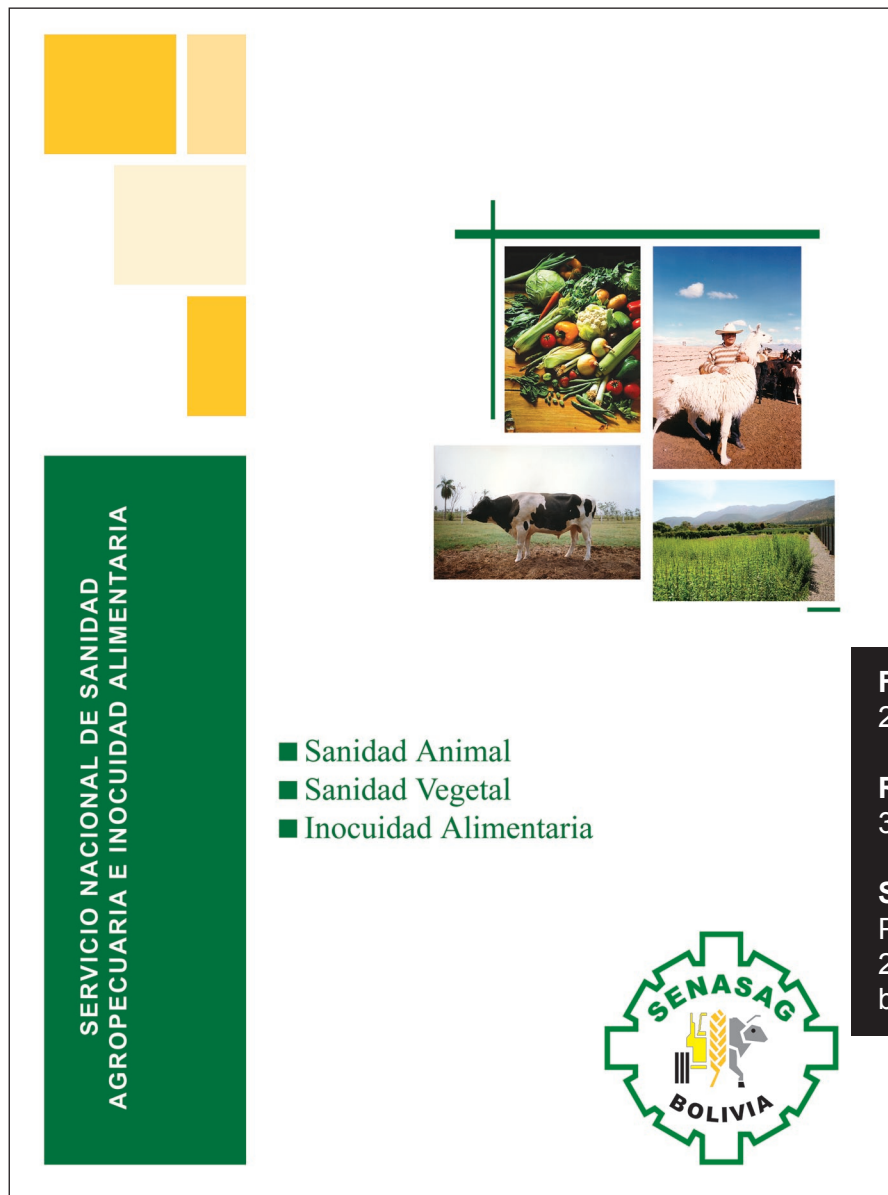
f = Arial Narrow, Bold; 8,1 pt

Process White

### Soporte:

Plástico (depende del proveedor)

### III. 7. CARPETA INSTITUCIONAL



**50% de tamaño original**

**Formato:**  
23,55 x 31,6 cm

**Reproducción:**  
3 tintas

**Soporte:**  
Papel *couché*  
250 g  
barniz *matte*

*Tapa*

*NOTA.- El modelo representado ha sido oficialmente aprobado para su impresión, fue impreso con otro logotipo y está en circulación; no amerita, por lo tanto, detalles en cuanto a márgenes y otros.*

## EN DEFENSA DEL PATRIMONIO PRODUCTIVO DEL PAÍS

### NUESTRA MISIÓN

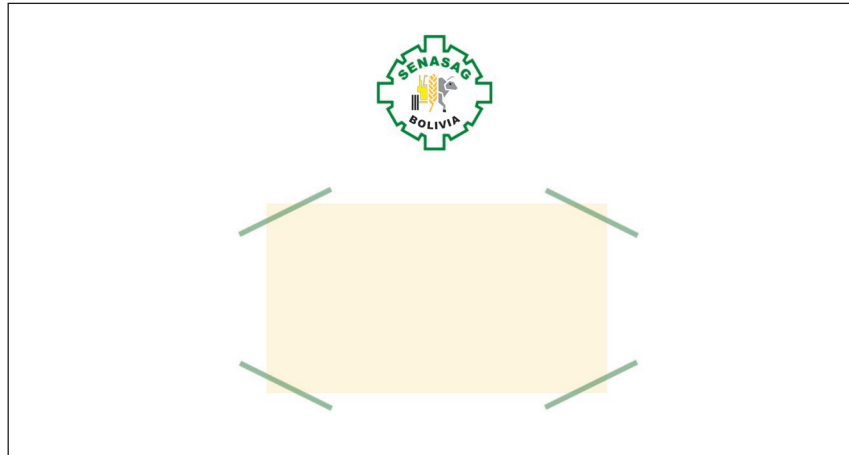
Mejorar y proteger la condición sanitaria del patrimonio productivo agropecuario y forestal y garantizar la inocuidad alimentaria.

### NUESTRA VISIÓN

En el año 2010, el SENASAG es un servicio de excelencia que cuenta con la confianza y credibilidad nacional e internacional en el mejoramiento y protección de la sanidad agropecuaria y forestal y la garantía de la inocuidad de los alimentos. El servicio ha logrado un elevado status sanitario de los sectores atendidos, cuenta con un sistema de calidad implementado y ha establecido una cultura de efectividad. Ha alcanzado un grado de excelencia en certificación sanitaria y dispone de la capacidad técnica, financiera e infraestructura para garantizar la condición sanitaria del patrimonio agropecuario y forestal, así como la inocuidad de los alimentos en el país.



*Retira de Tapa*



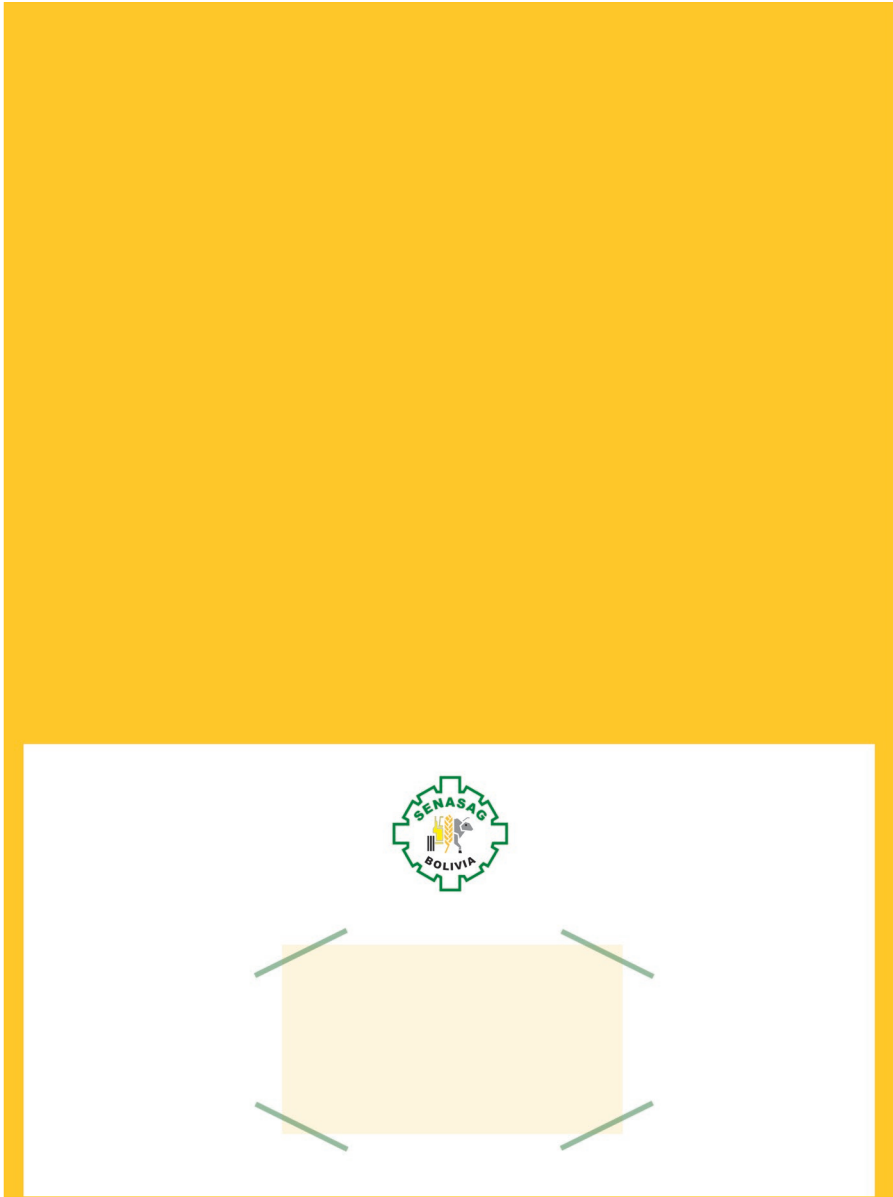
*Bolsillo de Retira de Contratapa*

**Nota:**

Los cortes permiten la inserción de tarjetas personales de funcionarios de la institución.

**Soporte:**

Papel *couché*  
250 g  
barniz *matte*



*Retira de Contratapa*

**DIRECCIÓN NACIONAL**

**TRINIDAD**  
 Av. José Natusch s/n  
 Tel./Fax: (591-3) 462 5650  
 465 2177

**COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL**

**LA PAZ**  
 C. Jorge Saenz N° 1093  
 (entre Haiti y Honduras)  
 Telfs.: (591-2) 222 9979/35  
 222 5698  
 Tel./Fax: (591-2) 222 0616

**JEFATURAS DISTRITALES**

**SANTA CRUZ**  
 Av. del Ejército Nacional N° 141  
 Tel./Fax: (591-3) 332 1813  
 332 1787

**BENI**  
 Av. José Natusch N° 149  
 Tel.: (591-3) 462 0877  
 Fax: (591-3) 465 2206

**CHUQUISACA**  
 Prefectura Dptal. Dpto. Agricultura  
 Tel./Fax: (591-4) 645 2899  
 691 3154

**COCHABAMBA**  
 Sincinato s/n (Quillacollo) Km. 12 1/2  
 Tel.: (591-4) 436 5883 / 436 5881

**TARIJA**  
 Av. Víctor P. Estenssoro esq. España  
 Tel./Fax: (591-4) 664 4547

**ORURO**  
 C. La Plata entre Bolívar y Sucre  
 Tel.: (591-2) 525 2250

**PANDO**  
 C. Teniente Coronel Comejo s/n  
 Tel.: (591-3) 842 3346

**POTOSÍ**  
 C. Wenceslao Alba N° 72

[www.senasag.gov.bo](http://www.senasag.gov.bo)



UNIÓN EUROPEA



MINISTERIO DE  
 RELACIONES EXTERIORES  
 Y CULTO  
*Ministerio de Relaciones  
 Económicas y Comercio Exterior*



Contratapa






En el año 2010, el SENASAG es un servicio de excelencia que cuenta con la confianza y credibilidad nacional e internacional en el aseguramiento y producción de la sanidad agropecuaria e inocuidad e inocuidad alimentaria. El servicio se organiza en la estructura de la siguiente manera: **Sanidad Animal**, **Sanidad Vegetal** e **Inocuidad Alimentaria**.

**NUESTRA VISION**  
 Movilizar y garantizar la inocuidad sanitaria del patrimonio productivo agropecuario y forestal, así como la inocuidad de los alimentos en el país.

**NUESTRA MISION**  
 Movilizar y garantizar la inocuidad sanitaria del patrimonio productivo agropecuario y forestal, así como la inocuidad de los alimentos en el país.



**EN DEFENSA DEL PATRIMONIO PRODUCTIVO DEL PAÍS**

**SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA E INOCUIDAD ALIMENTARIA**

- Sanidad Animal
- Sanidad Vegetal
- Inocuidad Alimentaria



**DIRECCION NACIONAL**

**TRINIDAD**  
 Dr. José Rodríguez  
 Tel. Fax: (091) 340 2200  
 400 2207

**COORDINACION INTERINSTITUCIONAL**

**LA PAZ**  
 C. Jorge Ruiz M. 1003  
 C. Miraflores, Cochabamba  
 400 000000  
 Tel. Fax: (091) 322 2200  
 222 2008

**JEFATURAS DEPARTAMENTALES**

**SANTA CRUZ**  
 Dr. José Rodríguez M. 141  
 Tel. Fax: (091) 322 2200  
 222 2008

**REN**  
 Dr. José Rodríguez M. 141  
 Tel. Fax: (091) 322 2200  
 222 2008

**CHIQUISACA**  
 Paredones David Díaz, Agricultor  
 Tel. Fax: (091) 420 2000  
 200 2000

**COCHABAMBA**  
 Dirección en Calles República 10 110  
 Tel. Fax: (091) 322 2200  
 222 2008

**TARIMA**  
 Dr. José Rodríguez M. 141  
 Tel. Fax: (091) 420 2000  
 200 2000

**ORURO**  
 C. La Paz, Paredones Bolívar y Huari  
 Tel. Fax: (091) 322 2200  
 222 2008

**PANDO**  
 C. Tomás Gómez Coronado  
 Tel. Fax: (091) 340 2200  
 220 2000

**POTOSÍ**  
 C. Miraflores, Bolívar M. 72  
 Tel. Fax: (091) 322 2200  
 222 2008

[www.senasag.gub.ve](http://www.senasag.gub.ve)



Armado para impresión

## III. 8. TRÍPTICO INSTITUCIONAL

Anverso: Pag. 5, Pag. 6 y Tapa

### INOCUIDAD ALIMENTARIA

**COMPETENCIA**

La unidad de Inocuidad Alimentaria tiene como responsabilidad cumplir con las siguientes atribuciones:

- Conducir el sistema de control y supervisión de inocuidad de los alimentos en los tramos de producción y de procesamiento del sector agropecuario en el comercio externo e interno.
- Certificar alimentos para el comercio exterior e interno.
- Elaborar la normativa sobre inocuidad de los alimentos en coordinación con otras instituciones del Estado.
- Conducir el sistema nacional de control e inspección de industrias procesadoras y comercializadoras de alimentos agropecuarios destinados al consumo humano.
- Conducir las actividades relacionadas a la inocuidad alimentaria en el ámbito nacional.
- Establecer mecanismos de relación permanente con la comisión del Codex Alimentarius.

**ÁREAS DE TRABAJO**

- Área de Inspección y Control de Alimentos
- Área de Registro de Industrias Procesadoras de Alimentos
- Área de Laboratorio de Análisis de Residuos y Alimentos.

**PROGRAMA**

Esta unidad maneja el Programa Nacional de Inocuidad Alimentaria (PROINAL).



### COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL

**COMPETENCIA**

El objetivo de esta área es el de coordinar y gestionar, por delegación del Director Nacional, todo el trabajo relacionado a la Misión Interinstitucional del Servicio en el ámbito nacional e internacional que se presente en la sede del Gobierno; inclusive en otros Departamentos.

**Funciones del Área:**

- Realizar seguimiento con los diferentes Ministerios del Poder Ejecutivo en temas relacionados con el SENASAG.
- Establecer agendas con el objetivo de mejorar la información y coordinación con las instituciones públicas y organismos de cooperación internacional.
- Promover una permanente coordinación intersectorial para lograr apoyo en la aprobación de las normativas del SENASAG.
- Coordinar con las Instituciones Públicas en el ámbito nacional con los países con los que mantenemos relaciones comerciales y realizar gestión para apertura de relaciones comerciales.
- Mantener actualizada una base de datos de normas legales, que a Nivel nacional e internacional se emitan, relativas a las áreas de acción del SENASAG e información actualizada de las Unidades Técnicas del Servicio.
- Participar, por delegación formal del Director Nacional, en reuniones de Coordinación con instituciones del Poder Ejecutivo, instituciones privadas y Agencias de Cooperación Internacional.
- Efectuar seguimiento a los diferentes Convenios y Acuerdos que se firmen a nivel Nacional.
- Administrar el Sistema Nacional de información de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, conforme lo establece la OMC.

**DIRECCIÓN NACIONAL**

**TRINIDAD**  
Av. José Meléndez N° 101  
Tel./Fax: (591) 3 465 2000  
465 2177

**LA PAZ**  
C. Jorge Sanjurjo N° 1803  
C. Jorge Sanjurjo y Huancabamba  
Tel: (591) 2 222 2000  
222 2008  
Tel./Fax: (591) 2 222 2100

**CHUQUISACA**  
Paseo de la Libertad, 1201 - Huancabamba  
Tel./Fax: (591) 4 445 2000  
445 2194

**COCHABAMBA**  
Suroeste del Chuquiaguato, 12 103  
Tel: (591) 4 434 000 / 434 0001

**SANTA CRUZ**  
Av. del Ejército Nacional N° 141  
Tel./Fax: (591) 3 332 813  
332 1767

**TARJA**  
Av. Víctor F. Estigarribia, España  
Tel./Fax: (591) 4 664 043  
664 4 663

**ORURO**  
C. España 1999 - Bolivia y Busto  
Tel: (591) 2 523 2200

**PANDO**  
C. Bolivia Central Compañía  
Tel: (591) 3 842 3348

**POTOSÍ**  
C. Independencia N° 72  
Tel./Fax: (591) 2 622 7572

[www.senasag.gov.bo](http://www.senasag.gov.bo)



### SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA E INOCUIDAD ALIMENTARIA







- Sanidad Animal
- Sanidad Vegetal
- Inocuidad Alimentaria



**Formato:**  
32,0 x 21,0 cm (abierto)

**Reproducción:**  
3 tintas

**Soporte:**  
Papel *couché*  
115 g  
barniz *matte*

**50% de tamaño original**

NOTA.- El modelo representado ha sido oficialmente aprobado para su impresión, fue impreso con otro logotipo y está en circulación; no amerita, por lo tanto, detalles en cuanto a márgenes y otros.

El Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG), está encargado de administrar el régimen de sanidad agropecuaria e inocuidad alimentaria de Bolivia. Fue creado el 16 de marzo del año 2000 como estructura operativa del MACA.

#### MISIÓN DEL SENASAG

Mejorar y proteger la condición sanitaria del patrimonio productivo agropecuario y forestal y garantizar la inocuidad alimentaria.

#### VISIÓN DEL SENASAG

En el año 2010, el SENASAG es un servicio de excelencia que cuenta con la confianza y credibilidad nacional e internacional en el mejoramiento y protección de la sanidad agropecuaria y forestal y la garantía de la inocuidad de los alimentos. El servicio ha logrado un elevado status sanitario de los sectores atendidos, cuenta con un sistema de calidad implementado y ha establecido una cultura de efectividad. Ha alcanzado un grado de excelencia en certificación sanitaria y dispone de la capacidad técnica, financiera e infraestructura para garantizar la condición sanitaria del patrimonio agropecuario y forestal, así como la inocuidad de los alimentos en el país.

#### Valores Éticos

Transparencia, Equidad, Independencia, Imparcialidad, Integridad, Honestidad, Justicia, Cooperación, Iniciativa.

#### Valores Organizacionales

Trabajo de equipo, Auto y Heteroevaluación.

#### Valores Técnicos

Calidad, Productividad, Objetividad, Eficacia, Eficiencia.



## SANIDAD ANIMAL



### COMPETENCIA

La unidad de Sanidad Animal tiene como responsabilidad cumplir con las siguientes atribuciones:

- Conducir el sistema de control y supervisión zoonosanitario para el comercio interno y externo de animales vivos, productos y subproductos pecuarios.
- Conducir la vigilancia epidemiológica.
- Conducir los programas nacionales y regionales de sanidad animal.
- Conducir las actividades de protección, inspección y servicios de sanidad animal en el ámbito nacional.
- Establecer mecanismos de control, registro y fiscalización de los insumos de uso animal.
- Llevar el registro de las empresas productoras y/o comercializadoras de insumos de uso animal.
- Realizar diagnósticos sanitarios y el control de calidad de fármacos y biológicos de uso veterinario.
- Administrar programas de control y erradicación de plagas y enfermedades.
- Administrar el Sistema de Registro de Insumos Pecuarios.
- Reglamentar y administrar el sistema de cuarentena para el control e inspección zoonosanitaria en el comercio interno y externo del país.
- Declarar zonas libres o de baja prevalencia de plagas o enfermedades e implantar estados de emergencia.

### ÁREAS DE TRABAJO

- Área de Inspección y Cuarentena Zoonosanitaria
- Área de Epidemiología Veterinaria
- Área de Registro de Insumos Pecuarios
- Área de Laboratorio

### PROGRAMAS ESPECÍFICOS

1. Programa Nacional de la Erradicación de la Fiebre Aftosa (PRONEFA)
2. Programa Nacional de Sanidad Aviar (PRONESA)
3. Programa de Control de Brucelosis y Tuberculosis
4. Programa de Control de Rabia
5. Programa de Peste Porcina Clásica PPC
6. Programa Regional de Sanidad en Camélidos Sudamericanos
7. Programa de Prevención de Encefalopatía Espongiforme Bovina
8. Programa de Planteles Animales Bajo Control Oficial (PABCO)

## SANIDAD VEGETAL



### COMPETENCIA

La unidad de Sanidad Vegetal tiene como responsabilidad cumplir con las siguientes atribuciones:

- Conducir el sistema de control y supervisión fitosanitario para el comercio interno y externo de vegetales, productos y subproductos agrícolas.
- Conducir la vigilancia epifitológica.
- Conducir los programas nacionales y regionales de sanidad vegetal.
- Conducir las actividades de protección, inspección y servicios de sanidad vegetal en el ámbito nacional.
- Establecer mecanismos de control, registro y fiscalización de los insumos de uso vegetal.
- Llevar el registro de las empresas y/o comercializadoras de insumos de uso vegetal.
- Realizar diagnósticos sanitarios y el control de calidad de plaguicidas de uso agrícola.

### ÁREAS DE TRABAJO

- Área de Inspección y Cuarentena Vegetal
- Área Epifitológica
- Área de Registro de Insumos Agrícolas
- Área de Laboratorio de Diagnóstico y Análisis Vegetal y de Plaguicidas.

### PROGRAMAS

1. Programa Nacional de Control de *Anthonomus grandis* (Picudo) y Manejo Integrado de Plagas del Algodonero (PROMCAMPIMA)
2. Programa Nacional del Manejo Integrado de Plagas de la Papa (MIPAPA)
3. Programa Nacional del Mosca de las Frutas
4. Control de Roya de la Soya
5. Control de Nematodo del Quiste de la Soya
6. Control de Cáncer de los Cítricos
7. Control y Supresión de la Polilla del Tomate *Tuta absoluta*

Reverso: Pag. 2, Pag. 3 y Pag. 4

### III. 9. SEÑALÉTICA (Interna)



**Formato:**

35,0 x 15,0 cm

**Reproducción:**

3 tintas

**Soporte:**

Trupan  
(tableros de madera aglomerada con una cubierta de pintura automotriz)



### III. 10. BANNER INSTITUCIONAL

## SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA E INOCUIDAD ALIMENTARIA



Ministerio de Desarrollo Rural,  
Agropecuaria y Medio Ambiente

- Sanidad Animal
- Sanidad Vegetal
- Inocuidad Alimentaria



[www.senasag.gov.bo](http://www.senasag.gov.bo)

No es  
tamaño  
original

**Formato:**  
1,60 x 0,90 m

**Reproducción:**  
3 tintas

**Soporte:**  
Lona plástica

*NOTA.- El modelo representado no ha sido oficialmente aprobado para su impresión y sirve sólo para propósitos de ilustración.*

### III. 11. LETRERO PARA MOTORIZADOS



MUESTRA - NO ES TAMAÑO ORIGINAL

**Formato:**  
35,0 x 42,0 cm

**Reproducción:**  
3 tintas

**Soporte:**  
Auto Adhesivo  
(especificaciones dependiendo del fabricante)



### III. 12. MERCHANDISING



**Formato:**

Dependiendo del modelo y fabricante

**Reproducción:**

3 tintas

**Soporte:**

Dependiendo del fabricante

## ***IV. USOS INCORRECTOS***



## IV. 1. PROHIBICIONES

### **✘ Utilización indiscriminada del logotipo -**

El Departamento de Comunicación o Coordinación Interinstitucional de la institución tendrá en su poder el *master* del logotipo de SENASAG en formato *digital*. Este *master* (elaborado en base a los colores institucionales, la resolución adecuada, y otros parámetros de orden técnico idóneos), será el único autorizado por la institución para la elaboración de impresos, publicidad, material de soporte mercadotécnico, publicaciones en los medios de comunicación, y otros. De ninguna manera se permitirá que el *logotipo* institucional sea “bajado” de la Página Web institucional, “escaneado” de algún medio impreso o “redibujado”, para ser luego utilizado en la elaboración de los productos ya mencionados. ESTÁ EN JUEGO LA IMAGEN DE LA INSTITUCIÓN. He ahí un concepto que amerita reforzamiento constante tanto en el seno mismo de SENASAG como para terceros. El personal de los departamentos arriba mencionados DEBE ESTAR FAMILIARIZADO CON EL CONTENIDO DE ESTE MANUAL.

### **✘ Escalamiento del logotipo -**

Nunca “achate”, “alarge” o distorsione el logotipo. Bajo ninguna circunstancia, excepto aquellas aplicaciones específicas establecidas en esta normativa (caso concreto de la señalética interna, por ejemplo), se permitirá que el *logotipo* de SENASAG tenga otra orientación o determinada inclinación (hacia la derecha o izquierda). (Ver pag. 47)

### **✘ Manipulación arbitraria de los colores corporativos -**

La normativa es estricta en cuanto a los colores corporativos. Bajo ninguna circunstancia se permitirá que funcionarios de la institución o terceros ALTEREN los valores (*cyan, magenta, yellow, black*) determinados en los Pantone® establecidos.

### **✘ Manipulación arbitraria del color del fondo del logotipo -**

La normativa también es estricta en cuanto al FONDO BLANCO que le otorga carácter al *logotipo* institucional. Bajo ninguna circunstancia se permitirá que éste sea modificado. (Ver pag. 46)

## IV. 2. LOGOSÍMBOLO SOBRE FONDOS SECUNDARIOS



Colores secundarios como el celeste, el amarillo, el rojo, el verde y otros **NO PUEDEN SER UTILIZADOS** como fondo del logotipo.  
La normativa de SENASAG en este sentido es rígida y establece el **BLANCO** como único color permitido.

### IV. 3. ESCALAMIENTO DE LOGOSÍMBOLO



La distorsión arbitraria de las medidas del logotipo (ya sea “achatarlo” o “alargarlo”) permite versiones IMPRESENTABLES como las que graficamos.

