

CREACIÓN DE ESCUDO E  
IMAGEN CORPORATIVA  
PARA LA COMUNA DEL  
MUNICIPIO DE JALAPA



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO

Proyecto de Graduación presentado por  
**MIRNA JULIETA GUERRA RECINOS**

*Previo a optar el Título de:*  
**TÉCNICO PROFESIONAL EN DISEÑO GRÁFICO**

Guatemala, julio del 2001.

Rector Macnífico de la  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Ing. Efraín Medina Guerra

JUNTA DIRECTIVA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA

Decano  
Arq. Rodolfo Portillo Arriola

Secretario  
Arq. Julio Roberto Zuchini

Vocal I  
Arq. Edgar López Pazos

Vocal II  
Arq. Jorge Arturo González

Vocal III  
Arq. Hermes Marroquín

Vocal IV  
Br. Dámaso Rosales

Vocal V  
Br. Nery Barahona



TRIBUNAL EXAMINADOR

Licenciado: Carlos Barnéond  
Diseñadora: Betzaida González  
Arquitecto: Salvador Gálvez

ASESORES

Arq. Brenda Penados  
D.G. Emperatriz Pérez

# INDICE

Introducción	1
<b>Capítulo 1</b>	<b>2</b>
1. Planteamiento del problema	3
1.1 Justificación	3
1.2 Objetivos	4
1.3 Grupo objetivo	5
<b>Capítulo 2</b>	<b>6</b>
2 Marco teórico y contextual	7
2.1 Teórico contextual	7
2.1.1 Metodología del diseño	7
2.1.2 Conceptos de diseño	7
2.1.2.1 Comunicación	7
2.1.2.1.1 Retroalimentación	8
2.1.2.1.2 Canales	8
2.1.2.2 Funciones de la comunicación	8
2.1.2.3 Comunicación visual	9
2.1.2.3.1 Lenguaje visual	10
2.1.2.4 Elementos del código visual	11
2.1.2.4.1 El punto	11
2.1.2.4.2 La línea	11
2.1.2.4.3 El color	11
2.1.2.4.4 La luz	11
2.1.2.5 Las articulaciones visuales	11
2.1.2.5.1 El peso y El equilibrio	11
2.1.2.5.2 El ritmo	12
2.1.2.5.3 Configuración espacial	12
2.1.2.5.4 Composición visual	12
2.1.2.6 Diseño	12
2.1.2.7 Diseñador	12
2.1.2.8 Diseñador gráfico	13
2.1.2.9 Boceto	13
2.1.2.10 Layout	13
2.1.2.11 Elemento	13

2.1.2.12	Color	13
2.1.3	Conceptos del tema	15
2.1.3.1	Imagen	15
2.1.3.2	Imagen corporativa	15
2.1.3.3	Manual de normas gráficas	18
2.1.3.4	Simbolismo y Heráldica	18
2.1.3.5	Municipio	23
2.1.3.6	Municipalidad	24
2.1.3.7	Población del municipio de Jalapa	24
2.1.3.8	Servicios públicos	25
2.1.3.9	Responsabilidades de las municipalidades	25
2.2	Teórico contextual	26
2.2.1	Jalapa	27
2.2.1.1	Aspecto geográfico	29
2.2.1.2	El clima	31
2.2.1.3	Cultura Jalapaneca	31
2.2.1.4	Artesanías	32
2.2.1.5	Fiestas	33
2.2.1.6	Riqueza Jalapaneca	33
2.2.2	Municipalidad de Jalapa	36
<b>Capítulo 3</b>		<b>38</b>
3	Propuesta gráfica	39
3.1	Proceso de bocetaje	39
3.2	Piezas de diseño	57
3.2.1	Manual de normas gráficas	57
3.3	Justificación de los elementos gráficos	87
<b>Capítulo 4</b>		<b>88</b>
4	Comprobación de la eficacia de las piezas	88
4.1	Estrategia de comunicación	89
4.2	Estrategia para la recolección de datos	90
4.3	Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta	90
Conclusiones		96
Recomendaciones		97
Bibliografía		98
Glosario		99
Anexos		100

## INTRODUCCIÓN

La expresión de imagen corporativa, refiere a la identificación de una empresa o institución es decir; quién es, qué es y qué hace. Además, es un modo de identificación pública la cual la hace ser alguien en el medio. Es un sistema de comunicadores visuales, coordinados gráficamente, de tal forma que se le reconozca fácilmente. La empresa la utiliza para comunicarse con el público. Además, es la conciencia exterior o lectura pública de la empresa.

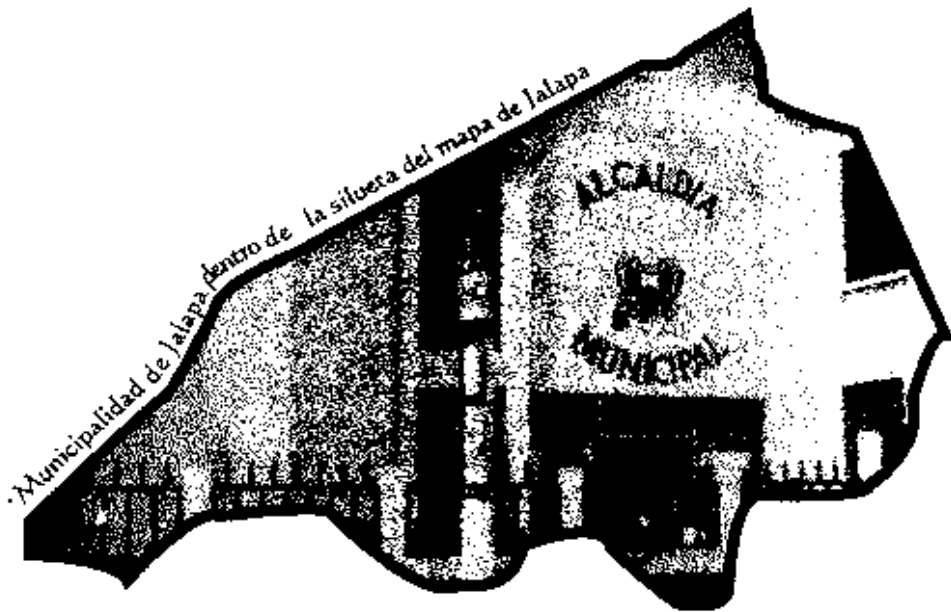
Este proyecto de Imagen Corporativa de la Municipalidad de Jalapa, fue desarrollado debido a la necesidad de crear una mejor comunicación entre los habitantes y la Corporación Municipal. Actualmente en la Municipalidad no se encuentra definida una Imagen Corporativa ni se transmite al usuario una imagen de carácter formal y acorde con las necesidades de los habitantes.

Esta imagen definirá a la Municipalidad ante la sociedad y brindará una mejor comunicación con el grupo objetivo. La imagen corporativa creada para la Municipalidad de Jalapa respalda un estudio detallado mediante investigaciones bibliográficas y de campo, para encontrar los elementos de diseño útiles para dar solución al problema de la Municipalidad de Jalapa.

El siguiente informe se lleva a cabo con la aplicación del método de cuatro etapas, que permitió, después de plantear el problema, elaborar un marco teórico conceptual y contextual con la información adquirida. Esta información sirvió como base para realizar pre-bocetos y bocetos finales logrando una propuesta gráfica cuya aceptación fue comprobada validando el material a través de una encuesta.

Espero que esta propuesta de Imagen Corporativa llene las expectativas de la Municipalidad y a la vez sirva de apoyo al proceso de modernización a la institución.

# CAPÍTULO 1



## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

# 1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Debido a la falta de una Imagen Corporativa en la Municipalidad de Jalapa, se han suscitado confusiones, dado que usan un escudo que no pertenece a la Municipalidad de Jalapa. Por otra parte, los usuarios no saben en qué área se debe hacer algunas diligencias. Por este motivo, se ha considerado necesario crear más comunicación gráfica entre los usuarios y su Municipalidad. Actualmente en la Municipalidad de Jalapa, no existe una Imagen Corporativa propia. De ello surge la necesidad de realizar una Investigación/Comunicación para facilitar la creación de la Imagen Corporativa de la Municipalidad de Jalapa. Este aspecto es base fundamental para el desarrollo del Municipio así como de la Municipalidad. Al resolver el problema de Identidad se beneficiaría no sólo a la misma Municipalidad sino también al municipio en general, debido a que será reconocido con una identidad de respeto, responsabilidad y, sobre todo, brindará un mejor servicio a los usuarios de la población territorial. Con esto se estará solucionando los problemas de comunicación visual en concordancia con su contexto social, cultural y económico.

## 1.1 JUSTIFICACIÓN

Es notorio que en Guatemala, la Imagen Corporativa no ha llegado a todo el país debido al nivel socioeconómico; sin embargo, en centros comerciales algunos negocios empiezan a tener una línea y estilo propios en sus recursos visuales. La Municipalidad de Jalapa no se ha preocupado por proyectar una mejor imagen y personalidad ante la población. Por ello, es necesario crear el proyecto de Imagen Corporativa para la Municipalidad, ya que esta le sirve para identificarse dentro y fuera del Municipio.

Así también se debe elaborar el Manual de Normas Gráficas que guiará y apoyará la aplicación que se le debe dar a la Imagen de la Municipalidad, para lograr una adecuada imagen pública y empresarial.

Para resolver este problema de comunicación visual, será necesario elaborar material gráfico como un escudo, el cual será su única identidad ante el público. Se utilizará en el diseño de cada pieza que forme parte del material gráfico como la papelería, los uniformes para ser identificados ante los usuarios y las demás empresas del Municipio, la valla publicitaria que se estará ubicando en las entradas al Municipio de Jalapa, para presentar un saludo a los visitantes. Otro elemento que deberá ser

diseñado es el bifoliar, el cual debe contener información de las obras que se estarán o están llevando a cabo para que la población conozca los beneficios que la Municipalidad provee a los usuarios.

Será necesario identificar a cada uno de los empleados de la Municipalidad para lo cual se incluirá un gafete para cada uno de ellos con su nombre, cargo o puesto que desempeña dentro de la misma, fotografía, el eslogan que es una frase comunicativa.

También se debe incluir la señalización interna y externa para facilitar la ubicación de los departamentos. Será necesario diseñar mantas para apoyar la feria titular del Municipio, afiches, uno de ellos será informativo y el otro promocional, para que los visitantes se lleven una buena impresión del Municipio, el volante que invita a una campaña de limpieza para la laguna de los Achiotres. El almanaque que, además de ser un elemento decorativo, es un soporte gráfico el cual informa la calendarización de todo un año. El pin; el cual será utilizado por los empleados de la Municipalidad involucrados en relaciones públicas finalmente, el sello que no debe faltar en una institución de carácter formal como la Municipalidad también tendrá el mismo diseño.

Como complemento promocional serán necesarios los diseños de postales como un aporte de la Municipalidad para promover el turismo Jalapaneco. Así también, los vehículos de la municipalidad se deben pintar de acuerdo con la imagen que se está estableciendo finalmente se diseñará algunos artículos promocionales necesarios para crear una mejor publicidad ante la población y de esta manera la Municipalidad sea reconocida por todo su público.

## 1.2 OBJETIVOS

### - General

Diseñar la Imagen Corporativa de la Municipalidad de Jalapa y obtener el impacto social que la municipalidad necesita para proyectarse en la población.

### - Específico

Elaborar un Manual de Normas Gráficas, que contenga lineamientos que la municipalidad debe seguir en la aplicación que se le debe dar a la imagen de la Municipalidad y determinar si las piezas gráficas son funcionales y logran la aceptación del grupo objetivo.



### 1.3 GRUPO OBJETIVO

El grupo objetivo esta comprendido en tres áreas: primero la *Municipalidad de Jalapa*, ubicada en la 6ª. Ave. 0-91, zona 1, Edificio Municipal, Jalapa. Es una institución que trabaja para el bien común y atiende a todo el Municipio de Jalapa. El proyecto de investigación/comunicación, tiene la condición de crear la *Imagen Corporativa para la Municipalidad*, debido a que no existe. El segundo grupo está comprendido por el personal que labora dentro de la municipalidad. Son personas mayores de edad, con un título de diversificado, de ambos sexos y trabajan para el bien comun de la población del municipio. Todos ellos con diferentes funciones dentro de la municipalidad. El tercer grupo corresponde a todos los usuarios de la municipalidad. Pertenecen al nivel socioeconómico medio, se dedican a la agricultura o a la ganaderia. Al recorrer las principales calles y avenidas del municipio de Jalapa, se observa que muchos de los habitantes también dedican al comercio. El grupo objetivo abarca específicamente a personas mayores de edad.



\* Municipalidad de Jalapa

# CAPÍTULO 2



MARCO TEÓRICO  
Conceptual y Contextual

## 2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL Y CONTEXTUAL

### 2.1 Teórico – Conceptual (Etapa Racional)

En este capítulo de la investigación se incluyen los conceptos que permitieron realizar el proyecto de Imagen Corporativa de la Municipalidad de Jalapa.

#### 2.1.1 METODOLOGÍA DEL DISEÑO

Es un conjunto de pasos o fases a seguir. Proporcionan la base para diseñar se deben realizar uno, a continuación del otro, sin omitir ningún paso para no crear confusión.



Scan Word by Word.

El método que se eligió fue **Cuatro Etapas** el cual se definirá a continuación.

Este método se divide en cuatro fases o etapas como su nombre lo indica.

- **Etapa racional:** es la etapa de recopilación de información, realización de investigaciones y ordenamiento a través de listas de cotejo.
- **Etapa creativa:** se interpretan los datos obtenidos y se procede a prebocejar luego a bocetar para llegar a un boceto final a través del cual el cliente podrá dar su aprobación final.
- **Etapa constructiva:** se elabora el arte final y se procede a la producción técnica del producto, se realizan las pruebas de imprenta, las impresiones serias y finalmente se entrega el producto final.
- **Etapa evaluativa:** por último se evalúa al diseñador, al cliente y al público objetivo.

#### 2.1.2 CONCEPTOS DE DISEÑO

##### 2.1.2.1 Comunicación

La comunicación es la acción por la cual se le hace saber a determinada persona o grupo objetivo, el mensaje que se desea transmitir para dar a conocer una información de importancia. La comunicación se da a conocer por diferentes medios: radio, televisión, gráficas, dibujos, entre otros.

*Comunicación, es acción y efecto de hacer a otro, participe de lo que uno tiene, descubrir, manifestar o hacer saber a uno alguna cosa, consultar, conferir con otros un asunto, tomando su parecer... (INTERIANO, 1995:3)*

En todo proceso de comunicación por complicado o sofisticado que sea, habrá siempre elementos entre los que están: el emisor, el mensaje y el receptor.

- **El emisor:** es el elemento encargado de iniciar el proceso de comunicación. Puede ocurrir que, tanto el emisor, como la fuente y el codificador del mensaje sean uno solo, lo mismo puede suceder con la decodificación y el receptor. El codificador es el que toma todas las ideas de una fuente y las elabora y luego las pasa a un código determinado, bajo la forma de un mensaje. El código puede consistir en un mensaje escrito en determinado idioma o clave, en imágenes, gestos o palabras y aun en determinado canal, que puede o no requerir de ser decodificado.

- **Mensaje:** por mensaje entendemos la unidad, idea o concepto que contiene la información útil como enlace o unión entre el emisor y el receptor, es lo que el receptor o sea el que recibe el mensaje desea saber o conocer. Y el complemento de todo acto de comunicación, y además su razón de ser, es el Receptor.

- **Receptor:** es el que recibe el mensaje de acuerdo con la imagen o concepto que tiene el emisor o que se forma a partir del mensaje mismo. Además, es quien decodifica el mensaje.

En el proceso de comunicación el emisor y el receptor son los dos elementos claves en dicho proceso.

#### **2.1.2.1.1 Retroalimentación**

Es un proceso de reacción causa-efecto que se produce cuando sale o entra cualquiera de los elementos que integran el proceso de comunicación. Su función principal es obtener un mejor ajuste y a la vez complementar la información emitida.

#### **2.1.2.1.2 CANALES**

Es el conducto o vía por el cual se transmiten los mensajes de comunicación y su función es de constituirse en una prolongación de los canales fisiológicos. Los canales fisiológicos son el sonido, el tacto, el oído y la vista. Y por último, se analizará un elemento de gran importancia en el proceso de comunicación: el ruido: es un elemento que se encuentra en todos los actos de comunicación, y es casi inevitable.

#### **2.1.2.2 FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN**

Cada medio de comunicación que existe, ejerce sobre sus auditorios diferentes tipos de conductas e influencia que incluyen desde la función persuasiva, la enajenante y la manipulativa, hasta la política y la publicitaria. La comunicación desempeña una función primordial conocida como la de transmisión del conocimiento.

Por otro lado incrementa y motiva la participación social y propicia que sea consumido por el grupo objetivo al que va dirigido. Para realizar esta función, se aprovecha el impulso esencial del ser humano de comunicarse y satisfacer sus necesidades.

Existen otras funciones de comunicación denominadas Vigilancia del ambiente, la que realiza la sociedad para entender su entorno, la de transmitir gran parte de la herencia social y cultural a niños y jóvenes, y por último la importante función de entretenimiento.

- **Función de vigilancia del ambiente:** por ésta se entiende la reunión y la distribución de información generada en la sociedad.

- **Función de transmitir:** se refiere a la interpretación que la sociedad hace de lo que sucede a su alrededor y la adopción o determinación de las conductas adecuadas ante los acontecimientos. Para transmitir la herencia social, las formas comunicativas se convierten a través de las generaciones en transmisores que informan a los diferentes estratos de la sociedad. Esta función emana de la de transmitir los conocimientos.

- **Función de entretenimiento:** su principal finalidad es proporcionar distracción a una masa social representada por los receptores o auditorios. Entre otras funciones se puede mencionar la Función de norma social, que se origina cuando una sociedad deja de ser simple para convertirse en altamente industrializada, por lo tanto, compleja. Los medios de comunicación desempeñan esta función cuando muestran al público lo que supuestamente conviene a la sociedad.

El hombre ha evolucionado y junto a él su comunicación, la cual, lejos de limitarse únicamente a la comunicación lingüística, ha entrado a la era de las imágenes: a la comunicación visual.

### 2.1.2.3 Comunicación visual

La comunicación visual es la que se da a conocer o se transmite basándose en dibujos, gráficas, símbolos, signos etc., como su nombre lo dice se percibe por la vista y debe ser muy legible, además con mucha simplicidad para que sea fácil de entender y así memorizarla rápidamente.

*La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales que actúan sobre nuestros sentidos, sonoros, térmicos, dinámicos, etc. La percepción de las imágenes visuales y su interpretación es un proceso propio de la especie humana que sólo ha sido cultivado por determinadas sociedades. (JURADO, 1997.1)*

Lo anterior hace comprender la importancia que tiene para el Diseñador Gráfico el conocimiento, no sólo de las técnicas y materiales que se utilizan para la producción de imágenes visuales, sino también el conocimiento del lenguaje visual, su código y los elementos que lo conforman, debido a que esto puede asegurar el éxito o fracaso de su trabajo como comunicadores visuales.

La comunicación visual comprende.

#### 2.1.2.3.1 Lenguaje visual

Sirve al hombre para comunicarse en distintos lenguajes verbales o no verbales. De hecho los seres humanos se comunican de varias formas ya sea por palabras, gestos, sonidos, imágenes e incluso con la posición del cuerpo.

Cualquier lenguaje, para poder comunicar, necesita de un código que permita transmitir la información entre el emisor y el receptor. El código que permite la transmisión del mensaje está formado por un conjunto organizado de signos, es decir, elementos que se pueden captar con los sentidos y que transmiten ciertas informaciones a quienes los perciben.

Cada signo verbal o no verbal está constituido por un elemento acústico o visual y un concepto o idea, lo cual quiere decir que debe existir un significante y un significado. Un signo visual es, pues, una asociación entre un significante que se percibe con la vista y un significado ya establecido que puede variar dependiendo de quién sea el receptor. El lenguaje visual incluye algunos elementos que lo conforman. Estos elementos buscan construir un sistema básico para el aprendizaje, la identificación y comprensión de los mensajes visuales. Dichos elementos podrían ser utilizados por todos los individuos y no solo por personas que se dedican o se ubican dentro del área de estudio del diseño gráfico. Entre ellos puede mencionarse a los diseñadores, los artistas, los artesanos, etc.

La solución a estas inquietudes ha sido la creación de una sintaxis visual que permite estructurar elementos básicos dentro de una composición, con el fin de lograr una mejor comprensión del mensaje visual. Estos elementos básicos del código visual son el punto, la línea, los colores y las luces, los cuales determinan articulaciones tales como peso, equilibrio, ritmo, configuración espacial y composición visual que marcan el dinamismo o el estatismo de la obra. A continuación se analiza, de manera breve, los elementos básicos que conforman el código visual.

## 2.1.2.4 ELEMENTOS DEL CÓDIGO VISUAL

**2.1.2.4.1 El Punto:** es un signo del lenguaje visual que puede asumir distintas dimensiones y que, combinado con otros puntos sobre una misma superficie, puede construir un mensaje visual. El punto es la unidad más simple y mínima de la comunicación visual pero, a pesar de eso, tiene una fuerza visual grande de atracción sobre el ojo, tanto si su existencia es natural, como si ha sido colocado ahí por el hombre con algún propósito.

**2.1.2.4.2 La línea:** cuando una serie de puntos están tan próximos que no pueden reconocerse individualmente, aumenta la sensación de direccionalidad y la cadena de puntos se convierte en otro elemento del lenguaje visual. La línea se puede definir como un punto en movimiento que puede ser horizontal, vertical, oblicua quebrada, curva, entre otro.

**2.1.2.4.3 El color:** el color puede considerarse como uno de los elementos básicos del lenguaje visual. Se presenta de forma muy variada en el mundo natural y caracteriza de manera determinante toda la obra visual. La mayoría de los diseñadores gráficos utilizan el conocimiento de las connotaciones de los colores para situar con firmeza un producto en el mercado. Un diseño exclusivo de un envase o logotipo, a menudo se convierte en parte integrante de la identidad del producto, siendo el color un elemento clave en ello.

**2.1.2.4.4 La luz:** es todo elemento constitutivo del lenguaje visual, crea sombras, hace resaltar el color, evidencia las dimensiones de las figuras en el espacio, es decir, su volumen. Además, puede utilizarse para expresar sentimientos y emociones, para crear una atmósfera poética o para distinguir los diferentes aspectos de lo que se quiere comunicar. También hace resaltar el espacio tridimensional, es decir, la profundidad de los ambientes cerrados y de los espacios abiertos.

**2.1.2.5 Las articulaciones visuales:** estas articulaciones son las que en definitiva lograrán impactar positiva o negativamente al receptor del trabajo visual. Dentro de las articulaciones se puede mencionar:

**2.1.2.5.1 El peso y el equilibrio:** El equilibrio es la condición de un cuerpo en el que las fuerzas que actúan sobre él se compensan. En el caso de la composición

visual el equilibrio se obtiene cuando todos los elementos que lo conforman son recíprocos, es decir, cuando cada elemento es necesario al otro. El peso es el factor que más contribuye al equilibrio de una composición visual. Se determina por la profundidad espacial o por la posición de los elementos más importantes o perceptivamente más vistosos por su forma o color.

**2.1.2.5.2 El ritmo:** se consigue a través de las repeticiones regulares de objetos, formas líneas o colores. Puede ser constante alternado o acelerado, todo depende del tamaño de los elementos que se suceden o según la amplitud de los intervalos entre un elemento y otro.

**2.1.2.5.3 Configuración espacial:** hace posible que la percepción capte ciertos elementos y no otros y la relación existente entre los mismos. Estas relaciones se logran por medio de leyes psicológicas tales como proximidad, semejanza y buena forma.

**2.1.2.5.4 Composición visual:** es el ordenamiento correcto de los elementos y las formas. Es el elemento que permite al ojo recorrer las imágenes siguiendo un esquema, para así descubrir sucesivamente sus partes esenciales y su importancia. Se debe tomar en cuenta la importancia de una buena imagen tanto interna como externa.

### **2.1.2.6 Diseño**

Trazo o dibujo a través del cual los diseñadores gráficos plasman sus ideas innovadoras cuyo objetivo es comunicar por medio de la vista. El diseño es una actividad creadora compleja que lleva consigo una planificación: idear y disponer un asunto junto con los medios para llevarlo a cabo. Es una práctica en la que se forjan y determinan ideas y formas que han de materializarse posteriormente mediante procedimientos manuales o mecánicos. El diseño expresa tanto la imagen pública, ya que esa es su finalidad, como sobre la propia identidad de la corporación, afirmándola, modificándola y creando un posicionamiento. Un buen diseño debe ser elaborado por un profesional.

### **2.1.2.7 Diseñador**

Es la persona que diseña, que crea algo nuevo, algo innovador. Para poder diseñar adecuadamente se han de tener conocimientos profundos de diseño gráfico.



### 2.1.2.8 Diseño gráfico

Es la manera de diseñar basándose en gráficas o dibujos, signos, símbolos, abstracciones etc. que tiene como fin comunicar, conocer y mantener un mensaje dentro de una gráfica. Se define también como una actividad que tiene como finalidad crear obras cuyo destino es la impresión.

### 2.1.2.9 Boceto

Es todo trazo o dibujo a mano o computadora que se hace o realiza de manera rápida y simple sin complejidad. Son trazos efectuados de manera inmediata para tener una idea de lo que será un boceto final o arte final.

Arte final es todo trabajo que ha sido aprobado por el cliente y se entrega lo mejor posible, el producto final de toda investigación o proyecto final.

Entre los bocetos se encuentra uno con mejor acabado denominado "Layout."

### 2.1.2.10 Layout

*Dibujo de trabajo que muestra como se verá un anuncio. El Layout para un impreso es una serie de instrucciones junto con un texto que indica cómo se deben presentar. Existen, asimismo, bocetos de Layout, Layout terminados y Layout mecánicos, los cuales representan distintos niveles de acabado. El término Layout se utiliza también para designar al diseño total de un anuncio. (HUGH, 1998, 563)*

Todo anuncio o dibujo está formado por elementos esenciales seleccionados para el diseño.

### 2.1.2.11 Elemento

Parte de una imagen corporativa, por ejemplo: una trama, colores concretos o el tipo de letra, que puede usarse de varias maneras en combinación con otros elementos. Estos elementos pueden llevar color para así obtener mejores resultados.

### 2.1.2.12 Color

El color es un factor determinante en las imágenes que constituyen elementos familiares del panorama de Diseño Gráfico. El color es un elemento identificable, llamativo y proporciona el principal mensaje visual.

Los colores vivos crean una sensación de energía, evocan una reacción o actitud inmediata y se usan para captar la atención. Por contraste los colores suaves producen una reacción más tranquila e inspiran confianza. Los colores oscuros o apagados crean un ambiente pensativo, de poder y exclusividad.

La permanencia o inalterabilidad del color en los diseños presenta dificultades con las que se enfrenta el diseñador. Debe asegurarse que los colores seleccionados en la obra final impresa igualen a los escogidos en las primeras etapas de visualización del diseño, así como los colores usados en los bocetos que el cliente ha visto y aprobado. A continuación se describirán los colores que se utilizaron en la propuesta gráfica.

- **El color verde:** da la sensación de tranquilidad, frescura, natural, los tonos en verde, dan una solución que consiguen el objetivo de mezclar lo moderno con lo formal del verde oscuro. Los verdes claros o medios transmiten frescura. El efecto que ocasionan los verdes claros es explotado por muchos productos de salud o servicios de cuidados sanitarios debido a que son colores tranquilizantes e inspiran confianza al comprador, dan vibración y vida.

El verde es el color natural, para muchos, los verdes se clasifican en naturales y artificiales, el verde artificial contiene mucho azul y tiene un aire deportivo y activo, el verde natural tiene connotaciones de paz y tranquilidad. Además, el color verde es adoptado universalmente por los ecologistas.

Los verdes mezclados con amarillo connotan más naturalidad aunque los verdes lívidos, muy amarillentos no son naturales. Los verdes oliva pueden aportar la sugerencia de lugares cálidos o por otro lado camuflaje y militarismo. Los matices oscuros de verdes pueden transmitir una sensación de calidad establecida y tradición.

- **El color amarillo:** el amarillo es el color principal de un diseño. Este color es llamativo y se ve en primer plano, si se encuentra entre colores oscuros, es cálido y connota alegría, luz del sol, trigo, playas arenosas etc. Es un color para diseños modernos pues junto a los azules parecen limpios y bastante asépticos. También significa precaución.

El amarillo es muy usado por los diseñadores para representar la luz, es lleno de energía. Este color es el más visible y reconocible entre los demás, puede representar la frescura, atrae la atención y es amable. Está relacionado con la enfermedad.

- **El color rojo:** es un color que connota fuego, pasión, amor, alerta, peligro. El color rojo además de ser vistoso es un color que no pasa inadvertido. Además, el color rojo es el color complementario del verde, por esta razón se puede utilizar de forma muy efectiva con colores cálidos y vivos.

El color es un elemento que, al utilizarse, puede ser distintivo de una marca determinada.

## 2.1.3 CONCEPTOS DEL TEMA

### 2.1.3.1 Imagen

La imagen es el exterior, lo que representa una empresa o institución ante los demás. Se puede definir a la imagen como un fenómeno exterior perceptible, un icono, una imagen visual, o puede ser también un registro subjetivo, una representación sociológica e ideológica. Una imagen corporativa es esencial para una institución.

### 2.1.3.2 Imagen Corporativa

Es la personalidad de la empresa que se manifiesta a través de la imagen visual. La imagen corporativa dice quién es, qué es, y qué hacen. La imagen corporativa es un modo de identificación pública la cual la hace ser alguien en el medio. Es un sistema de comunicadores visuales, coordinados gráficamente de tal forma que sea de fácil reconocimiento. La empresa utiliza para comunicarse con el público y constituye la conciencia exterior o lectura pública de la misma. Dentro de la imagen corporativa, la imagen visual juega un papel clave, hasta el punto de ser la espoleta que desencadena todo el conjunto de necesidades comunicativas y constituirse en el eje vertebrado del programa de diseño.

Sin embargo, resulta conceptualmente incorrecto y prácticamente poco eficaz restringir el alcance de la Imagen Corporativa a los signos gráficos, pues ello implica desatender otros recursos de comunicación o medios de identificación que tienen también gran importancia en la conformación de la imagen pública. Puesto que la imagen corporativa es un modo de identificación ó lectura pública de los rasgos de un organismo, no es imposible no tener una imagen. Consciente o inconscientemente, voluntario o involuntariamente, espontánea o intencionalmente, todo organismo posee una determinada imagen pública, mediante la cual afirma su presencia en el medio social.

*Su trabajo consiste en realizar un auténtico código de comportamiento, denominado Manual de Estándares o simplemente Manual. En él se hallan todas las normas operativas a las que debe atenerse la empresa que se rige por ejemplos visuales determinados. Ante todo, existe una detallada presentación del logotipo, cuyas variaciones de tamaño y de color según las circunstancias se explicarán convenientemente. (CAMACHO, 1992:178)*

La imagen corporativa incluye la imagen espontánea e imagen diseñada que ha sido propia de la gran mayoría de las empresas. Se demuestra hoy, en el nuevo contexto comunicaciones, ineficaz para la gestión corporativa y peligrosa para los intereses. El resultado de una imagen espontánea puede ser el reflejo de una identidad conflictiva, poco madura y, por lo tanto no fiable.

Debe existir un área de imagen diseñables que centra su atención en los recursos de comunicación, pues son éstos los de naturaleza diseñable.

Es más, la comunicación polariza la atención en torno a la comunicación visual y, más concretamente, en la comunicación gráfica, de ahí el apuntado doble sentidos de la palabra *Imagen* referido a la imagen corporativa. Entre los identificadores gráficos de la imagen corporativa se puede mencionar: logotipos, marcas, etc. Los soportes gráficos estables son: papelería, folletos, catálogos etc. Cabe considerar como componentes identificadores la propia gestión de la empresa, la calidad de los productos o servicios, el tipo de atención al público, el entorno físico de sus actividades, la imagen personal y su indumentaria, el lenguaje utilizado para proporcionar información, el tipo de publicidad, etc.

La integridad de un programa que, cuanto menos, contemple el conjunto de soportes gráficos es el alcance mínimo al que puede aspirar un proyecto de imagen corporativa. Por debajo de éste no es probable lograr una coherencia apreciable en los recursos de identificación de la empresa. La imagen corporativa tiene un proceso de diseño que se divide en tres fases básicas: investigación, programación y diseño.

El diseño de la Imagen Corporativa no se fundamenta en decisiones arbitrarias o aleatorias, sino en un proceso técnico que aspira a conseguir la máxima adecuación entre la identidad y el diseño que la expresa, con los máximos créditos de imagen.

- Fase de investigación: aquí se recopilan los datos que puedan resultar útiles para perfilar la imagen de la empresa, básicamente:

- Informaciones que permitan elaborar arquetipos o modelos de imagen existentes o posibles, que definan el proyecto empresarial.

- Informaciones que permitan detectar los medios de comunicación propios o externos a la empresa o a los que pueda tener acceso, y los interlocutores de la empresa.

- Fase de programación: en esta fase se procesan los datos recopilados en la fase anterior de manera que quede formulado explícitamente la identidad de la empresa y los medios de comunicación.

- Fase de diseño y aplicación: sobre la base de los programas parciales y de acuerdo con el plan general de la intervención, los equipos de diseño y comunicación elaboran los proyectos --diseño de imagen gráfica y aplicaciones, programa de relaciones públicas. Rediseño de la infraestructura industrial o de las oficinas de atención al público etc. Se implementarán según el plan establecido.

Aquí se incluye los Agentes del Diseño de la Imagen Corporativa, presentados a diferentes profesionales dependiendo del alcance y el tipo de intervención.

Cuando el programa se limita a la imagen gráfica, dichos servicios los pueden proveer profesionales y estudios de Diseño Gráfico. Cuando el programa es más extenso, éste suele incluir a diseñadores de interiores, industriales y especialidades conexas.

La Imagen Corporativa debe incluirse en los siguientes soportes gráficos:

- impresos administrativos y comerciales
- publicaciones institucionales
- publicaciones técnicas
- rótulos exteriores de oficinas
- señalizaciones internas
- expositores
- elementos decorativos de oficina y exhibidores
- uniformes
- catálogos de productos y servicios
- envases y embalajes de productos
- material punto venta
- carpelería y folletería
- publicidad en prensa, radio y T.V.
- publicidad en revistas
- audiovisuales
- material promocional
- arquitectura del edificio, etc.

La diagramación o diseño de un impreso o soporte gráfico es importante para el diseñador gráfico, éste debe tomar en cuenta los textos, títulos subtítulos y líneas. Se debe considerar que los textos diagramados en una sola columna pudieran ser difíciles de leer debido a que se pierde el renglón. No se debe abusar de las columnas puede ser poco efectivo. *Además, consideremos que los títulos y subtítulos indican el tema de un artículo e invitan a leerlo, deben usarse en letra más grande y diferente a la del texto. Y por último las líneas como elementos decorativos podemos usarlas para: Separar un texto o una imagen de otros textos, unir fragmentos de textos que estén relacionados, llamar la atención hacia alguna parte del texto; las líneas pueden ser horizontales, verticales, gruesas o delgadas.* (MÉRIDA, 1999.1-7)

Parte de la imagen corporativa, estrictamente se especificada en un manual de normas gráficas.

### 2.1.3.3 Manual de Normas Gráficas

Es un elemento fundamental dentro de la imagen corporativa de una empresa debido a que es aquí donde se encuentran establecidos todos los reglamentos del diseño del logotipo, eslogan, los colores pantone su tipografía y todo lo que se relaciona con la imagen corporativa de la empresa o institución. La función técnica del manual consiste en hacer comprensible el sistema y asegurar su inalterabilidad en la aplicación por parte del departamento u operarios implicados internos o externos de la empresa. Así pues, el manual garantiza, a su vez, la estabilidad y eficiencia del proyecto de diseño y la autonomía de la empresa respecto de los diseñadores.

Para comprender de mejor manera el significado esencial del escudo de la Municipalidad de Jalapa, se consideran dos herramientas, de dos ciencias auxiliares: la simbología y la heráldica.

### 2.1.3.4 SIMBOLISMO Y HERALDICA

a) **SIMBOLOGÍA:** *la simbología o ciencia de los símbolos es una disciplina que estudia la interpretación y comprensión de los signos, alegorías y símbolos como lenguaje especial que la cultura de la humanidad posee en forma codificada, gráfica o artística.* (PRAHL, 1991.10)

Un símbolo, en términos generales, es la representación gráfica de una idea; es decir, de un concepto abstracto, a través del conocimiento de las formas, en el cual se encuentra representada la realidad.

- **SIGNO:** de acuerdo con la Teoría de la Imagen, *el signo es un indicio o una señal que indica algo o que nos sugiere algo.* Por ejemplo las notas musicales, los signos zodiacales, los signos de puntuación, las señales de tránsito, ciertas señales luminosas o de banderas, etc. El signo puede ser un número, una letra, una luz, un tipo, un dibujo, una voz, un sonido. El signo representa algo de una manera sencilla, simple y sugiere a la mente del espectador o del escucha un mensaje inmediato de manera abreviada, concisa, reducida; es una representación gráfica que generalmente se utiliza como un vehículo o un medio del lenguaje con significación concreta, resumido o simplificado en el propio signo.

- **ALEGORÍA:** *la alegoría es más compleja que un signo, se puede conceptualizar como una ficción; es decir, como una creación artificial de la imaginación por medio de la cual se representa al espíritu un objeto que lleva o despierta en el pensamiento otro objeto, o bien un concepto.* (PRAHL, 1991.11)

La alegoría tiene cierta relación con la parábola, la metáfora, la fábula, el mito y la leyenda. Un esqueleto con una guadaña, por ejemplo, es la alegoría de la muerte.

Cupido era el Dios del amor entre los romanos, y se le representa en forma alegórica como un niño con alas, con los ojos vendados y con un arco y una flecha.

La alegoría es generalmente una alusión o una composición de elementos que nos sugieren algo o que nos indican algo abstracto que no podemos materializar de otra manera, como el caso de la muerte y el amor.

- **SÍMBOLO:** la Teoría de la Imagen, define al símbolo como la representación gráfica o física de una idea, la función esencial del simbolismo es propiciar el conocimiento de las verdades sobrenaturales o metafísicas. Además, el simbolismo se materializa a través o por medio de imágenes visuales -el escudo en este caso- o bien auditivas, imágenes que representan los conceptos de las cosas, el simbolismo en general es universal.

*El símbolo se contrapone a lo existente y a lo determinado, proporcionándonos fundamentalmente el significado de las formas, uniendo lo espiritual a lo instrumental, o lo esencial a lo formal.* (PRAHL, 1991.14)

También se puede decir que el símbolo es un elemento material que ocupa el lugar de algo ausente y que representa por conveniencia. Existen tres tipos de símbolos: icónicos -la imagen-; símbolos lingüísticos -el texto-; y los símbolos cromáticos -el color-.



La Imagen



El Texto



El Color

b) **HERÁLDICA:** *la heráldica es la ciencia del blasón o del escudo, y actualmente se considera en cierta forma una ciencia caída en desuso; es decir, obsoleta, pero debemos tener en cuenta que lo obsoleto hace referencia a lo anticuado, a lo que ya no se usa, pero de ninguna manera a lo inservible o a lo inútil.* (PRAHL, 1991.18).

*Llamada también blasón o ciencia heróica, es considerada al mismo tiempo, como una ciencia y un arte. En el primer aspecto sus documentos ideográficos o jeroglíficos y la arqueología; en el segundo, enseña al interpretar, describir y componer las armorias de los blasones. (CUMBRE, Tomo VII, 1985.347)*

También se conoce como el arte de interpretar los escudos de armas. Cabe mencionar que la heráldica es la ciencia de los colores y las figuras de los escudos de armas. Se remota a la Alta Edad Media, cuando se establecieron armas y divisas para reconocer y dar premio a los caballeros. Sobre su origen se ha discutido mucho. Hay quien opina que en la antigüedad ya se usaban armas y escudos distintos. Es posible que haya algo de ello.

Se puede decir, sin embargo, con seguridad, que la heráldica no se constituye como ciencia sino hasta aproximadamente el siglo XV, siendo un auxiliar valioso de la historia, sobre todo para los juristas e historiadores de las instituciones.

- ESCUDO: *en heráldica se denomina así, al campo, superficie o espacio de distintas figuras en que se pintan los blasones de un estado, provincia, región, familia, etc., plancha preferentemente de metal o madera que usaron los antiguos como defensa en el combate y con la cual cubrían su cuerpo, la sostenían con el brazo izquierdo mientras atacaban con el derecho. Desapareció su uso guerrero por resultar un resguardo inútil cuando se inventaron las armas de fuego pero subsistió como escudo de armas al grabarse en él los blasones de un reino ciudad o familia. (CUMBRE, Tomo V, 1985.176)*

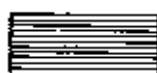
Sin embargo, se señala que no todo escudo significa un premio real o principesco, sino que muchas veces fueron adoptados libremente por quienes luego los ostentaron. La clasificación o la codificación de los escudos de acuerdo con la ciencia heráldica es sumamente amplia y únicamente se mencionarán unas pocas características de ellos. Las formas de los escudos son diversas y en general se clasifican por nacionalidades; son redondos o rodela, triangulares, cuadrados, y especialmente rectangulares. El lado diestro del escudo es el lado derecho de quien lo porta o abraza y, por lo tanto, el lado siniestro o izquierdo de quien lo observa. Además de las piezas honorables o de primer orden, al escudo puede o no agregársele ornamentos exteriores, los que se conocen como Timbres, que pueden ser: cimera, coronas, lambrequines, divisas, soportes, etc. Generalmente el escudo contiene diversas tonalidades, las que en heráldica se conocen como Esmaltes, los constituyen metales y forros.



## Símbolos de los colores heráldicos



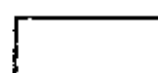
Negro  
(Sable)



Azul  
(Azur)



Oro  
(Amarillo)



Plata  
(Argen)



Rojo  
(Gules)



Verde  
(Sinople)



Púrpura  
(Morado)

Las particiones o cuarteles de los escudos también son variadas (los hay cortados, partidos, tronchados, tajados, cuartelados, terciados, etc.

Los elementos interiores propios de un escudo, pueden ser: a) piezas -dibujos arbitrarios sin ninguna representación- y b) figuras -representación de cosas conocidas-.

Las figuras tienen una representación concreta, que puede ser: a) artificiales -torres, castillos, espadas, lanzas, murallas y demás- b) naturales -astros, aves, insectos, leones, jabalíes, toros, peces, águilas, palomas, pavos, garzas, cuervos, árboles, seres humanos, flores, lirios, rosas, azucenas, jazmines, etc.- c) quiméricas -dragones, grifos, pegasos, centauros, etc.-

*Las figuras de los escudos se originan por diversos hechos o acciones, pero siempre hacen relación a valores y a virtudes, del hombre, individuales o colectivos, así como a los orígenes nobiliarios de una casa o linaje, de un apellido, de un monarca, de una orden religiosa, de un ejército, de una estirpe o de una institución.* (PRAHL, 1991: 20)

- **ESCUDO NACIONAL:** superficie campo o espacio sobre el cual se estampan los atributos de un estado según la forma, el escudo tiene su denominación especial como fue mencionado anteriormente, pero hay muchos que escapan a esa definición y representan líneas absolutamente nuevas y originales.

*Hay varios dibujos que en realidad, no son propiamente escudos, pero que se clasifican como tales por propósito perseguido con su creación.* (CUMBRE, Tomo V, 1985: 347)

### - Eslogan

Es una pequeña frase que tiene como función comunicar un mensaje en unas cuantas palabras fáciles de recordar, el eslogan puede combinarse con una melodía para así crear un "jingle." *Los slogans pueden clasificarse en términos generales como institucionales, persistentes y agresivos.* (RUSSELL, 1995:552-554)  
Dentro de la imagen corporativa va incluido los soportes gráficos y éstos incluyen lo que es una señalización interna o externa.

### - Señalización

Es un conjunto de signos que informan y comunican lo que se desea transmitir por medio de signos o símbolos.

*Sistema de signos informativos que cumplen su función requerida mediante un vocabulario visual coherente con una imagen corporativa.* (HUGH, 1988:143)

La papelería también es uno de los soportes gráficos que se utilizan en la imagen corporativa:

### - Papelería

Consiste en tener una papelería con el logotipo de la empresa el cual identificará a la misma por medio de sus diversos papeles membretados y tarjetas de presentación.

Dentro de la papelería se puede incluir el diseño de literatura impresa para lo cual el diseñador debe ajustar el boceto a las limitaciones de tamaño prescritas y debe usar el proceso de impresión mediante el cual se produce el medio. El papel y la tinta están ya predeterminados, y esto a su vez afecta el uso que hace el diseñador del arte de tonos continuos. Es en el campo de la impresión, que está fuera de los medios, donde el comunicador encuentra menos restricciones y puede ejercitar el uso creativo en grado máximo de los principios de las comunicaciones gráficas. Aquí el comunicador controla la selección del proceso de impresión, el color, el papel, la naturaleza del doblado, además el tamaño y la forma. Puesto que este producto va directamente al público recibe el nombre de literatura directa. Puede ser enviado por varios tipos de distribución ya sea por correo, distribuido por individuos o colocado en puntos estratégicos donde los lectores pueden servirse por sí mismos.

Entre la literatura impresa se puede mencionar: los folletos y las hojas sencillas o dobladas.

-**Folletos:** son hojas que contienen la información necesaria que se desea comunicar al receptor, éstos pueden ser de dos o más hojas las cuales pueden ir doblada a la mitad y al unir las forman lo que se denomina folleto.

-**Hojas sencillas o plegables:** estos corresponden a una o dos hojas dobladas a la mitad, no debe contar con más de 3 hojas debido a que se formaría un folleto. Son diseñados para incluir una breve información. Entre los plegables se encuentran los trifolios, bifolios y su doblado varía según el gusto del cliente. Aquí se considera el tipo de papel, colores, y el peso del impreso.

La imagen de toda institución debe tener un uniforme para ser reconocido y crear una mejor imagen.

#### - Uniformes

Será utilizado por la empresa dependiendo de cada departamento de trabajo incluirá en su diseño el escudo, para que sea identificado por todo el público dentro y fuera de la empresa. Los gafetes que son una forma de identificación con el público y el personal de trabajo, también son parte del uniforme, se usan para facilitar la identificación, ya que incluye datos personales. Además, el uniforme es un medio de lograr imagen pública.

#### - Imagen Pública

Es la opinión que tienen los trabajadores y las personas que se relacionan con la institución. Esta imagen la generan los empleados de la misma, porque son ellos quienes la proyectan a sus relacionistas.

Es la resultante global de las opiniones de los individuos y sectores relacionados con la empresa, ya que ésta genera, mediante su comportamiento, un modo propio de presentarse en el mercado, unos rasgos de personalidad que emite una idea acerca de lo que es. Cuando se habla de imagen corporativa no se expresa con precisión si se está refiriendo a la imagen visual, a la imagen pública o ambas a la vez, esto sucede porque en la actualidad, la imagen visual es, sin duda, el principal medio por el que se manifiesta la personalidad de la empresa, su imagen corporativa.

#### 2.1.3.5 Municipio

*Es el conjunto de personas individuales que, caracterizadas primordialmente por sus relaciones permanentes de vecindad y asentadas en determinado territorio,*

*están organizadas para realizar el bien común de todos los habitantes de su distrito. Lo anterior quiere decir que el Municipio es la organización de los vecinos que viven permanentemente en un territorio. (CODIGO MUNICIPAL, Decreto 58-88 del Congreso de la República de Guatemala)*

Es importante hacer notar que el fin de la corporación municipal es realizar el bien común de todos los habitantes del municipio. Es decir, dar bienestar y mejorar las condiciones de vida de todos los habitantes, tanto los del área urbana, como de la rural, lo cual incluye todos los pueblos, aldeas, caseríos, etc.

Desde el punto de vista jurídico o de las leyes del país, el Municipio es una entidad o institución autónoma, de derecho público que tiene personalidad y capacidad jurídica para adquirir derechos y contraer obligaciones, con el objeto de cumplir con sus fines, en la forma establecida por la ley.

#### **2.1.3.6 Municipalidad**

Es una institución pública que se dedica al bien común de la población para mejorar la institución así como la situación en que viven los habitantes del departamento. El Código Municipal la define de la siguiente manera:

- **Municipalidad:** es la corporación autónoma integrada por el alcalde y por los síndicos y concejales, todos electos directa y popularmente en cada municipio, de conformidad con la Ley de la materia, que ejerce el gobierno y la administración de los intereses del municipio. Tiene su sede en la cabecera del distrito municipal, y es el órgano superior deliberante y de decisión de los asuntos municipales.

#### **2.1.3.7 POBLACION DEL MUNICIPIO**

- **Habitantes:** los habitantes de un distrito municipal constituyen su población, y para los efectos legales, son vecinos y transeúntes. En el municipio de Jalapa hay aproximadamente doscientos sesenta y dos mil novecientos noventa y seis habitantes.

- **Vecindad:** la vecindad es la circunscripción municipal en la que una persona individual reside. Es decir que cada casa es una vecindad.

- **Vecinos:** son los vecinos, la persona individual que tiene residencia continua por más de un año en el distrito municipal, o que tiene en el mismo, el asiento principal de sus negocios o intereses patrimoniales de cualquier naturaleza. En ausencia de estas circunstancias, la persona individual será vecina del distrito municipal en que se halle. Así mismo, se considera vecino al extranjero residente legalmente en el país, radicado habitualmente en el distrito municipal.

- *Es transeúnte, el que se encuentra accidentalmente en un distrito municipal, teniendo su vecindad y residencia en otro. Se presume el ánimo de residir por la permanencia continúa durante un año en el distrito municipal, cesando es presunción si se comprobare que la residencia es accidental. (CODIGO MUNICIPAL, Art. 22-24)*

#### **2.1.3.8 SERVICIOS PÚBLICOS**

- **Servicios Municipales:** la municipalidad tiene como fin primordial la prestación y administración de los servicios públicos de las poblaciones bajo su jurisdicción territorial, básicamente sin perseguir fines lucrativos y, por lo tanto, tiene competencia para establecerlos, mantenerlos, mejorarlos y regularlos, garantizando su funcionamiento eficiente, seguro, continuo, cómodo e higiénico a los habitantes y beneficiarios de dichas poblaciones y, en su caso, la determinación y cobro de tasas y contribuciones equitativas y justas.

#### **2.1.3.9 Responsabilidades de la Municipalidad**

Corresponde a las Municipalidades la prestación de los servicios de limpieza o recolección, tratamiento y disposición de los desechos sólidos de acuerdo con las leyes específicas y en cumplimiento de las normas sanitarias aplicables. Las municipalidades podrán utilizar lugares para la disposición de desechos sólidos o construcción de los respectivos rellenos sanitarios, previo dictamen del Ministerio de Salud y la comisión Nacional del Medio Ambiente, el que deberá ser elaborado dentro del plazo improrrogable de dos meses después de solicitado. *De no producirse el mismo será considerado emitido favorablemente, sin perjuicio de la responsabilidad posterior que se produjera, la que recaerá en el funcionario o empleado que no emitió el dictamen en el plazo estipulado. (RECOPIACIÓN DE LEYES RELACIONADAS CON EL QUEHACER MUNICIPAL.78)*

Según el Código Municipal artículo 112 la Municipalidad tiene la responsabilidad siguiente:

- **Obligación de formular y ejecutar planes:** la municipalidad está obligada a formular y ejecutar planes de ordenamiento territorial y de desarrollo integral de su municipio en los términos establecidos por las leyes.

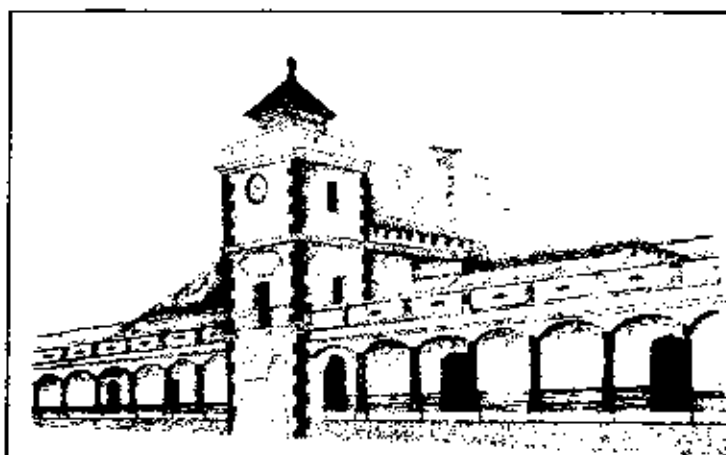
Las lotificaciones, parcelamiento, urbanizaciones y cualquier otra forma de desarrollo urbano o rural que pretendan realizar o realicen el Estado o sus entidades o

instituciones autónomas y descentralizadas, así como las personas individuales o jurídicas que sean calificadas para ello, deberán contar con la aprobación y autorización de la municipalidad bajo cuya jurisdicción se localicen. Además, tiene la responsabilidad de los Cementerios. La construcción y administración de los cementerios de la República están a cargo de las municipalidades, función que podrá ser concesionada a entidades privadas. Las autoridades podrán autorizar, también, la construcción e instalación de nuevos cementerios, así como la ampliación o cierre de los mismos, previo dictamen del Ministerio de Salud y de la Comisión Nacional del Ambiente, según el Código Municipal artículo 112.

## 2.2 TEÓRICO CONTEXTUAL

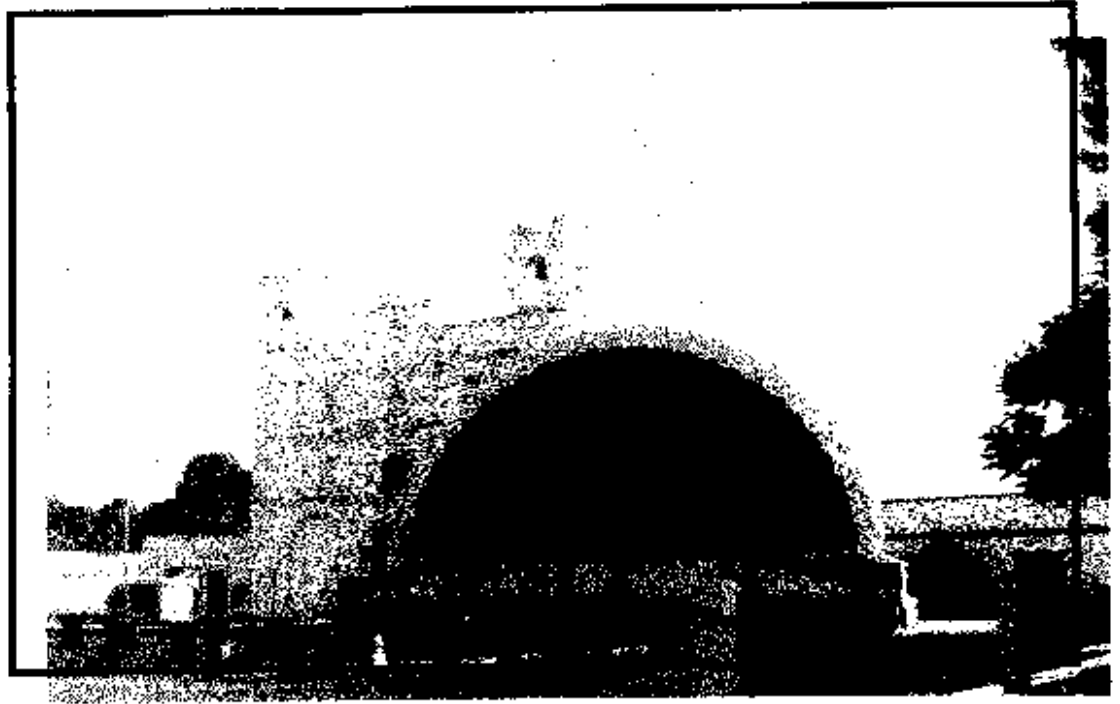
- La construcción del Cuartel Militar. Este edificio albergó a la Municipalidad, la Policía Nacional y la Comandancia de Reservas Militares. Los trabajos para su construcción se inician en el año de 1876. En la parte frontal tiene un bellissimo torreón donde luce un reloj de pared, dicho edificio se inaugura en el año de 1886.

- Municipalidad de Jalapa. Una de las actividades importantes en todo pueblo que se organiza es la construcción de algunos de sus edificios. En Jalapa, donde se construye uno de los edificios



\* Antiguo Edificio Municipal y Comandancia de Armas.

principales que alberga a la Municipalidad. Dicho edificio fue casi destruido debido al desastre natural del terremoto de 1976. El nuevo edificio Municipal es construido en 1978, al cual ya se le han hecho varias remodelaciones como la ampliación del segundo nivel.



\* Parque Central de Jalapa

### 2.2.1 JALAPA

El término Jalapa es de origen náhuatl. Xalli, que significa arena y pan, lugar en la orilla del río; xalliapán, lugar arenoso en la orilla del río. Jalapa, ciudad sobre arenas.

El departamento de Jalapa, luego de su fundación toma categoría de Curato. Como tal, llega a ser muy importante en la región y se crea aquí el Ayuntamiento. No se determinó la fecha de la creación, pero en 1711 funge como Alcalde Primero don Trinidad Solórzano.

En 1848, cuando se da la división del entonces departamento de Mita, en tres distritos Jalapa, Jutiapa y Santa Rosa, Jalapa forma parte nuevamente de Chiquimula. En Jalapa, hay necesidad de tres alcaldes: un ladino, que atenderá a los residentes en la cabecera municipal, un mestizo que atenderá los asuntos de los Ladinos Pardos y un Alcalde indígena que atenderá a los de la montaña.

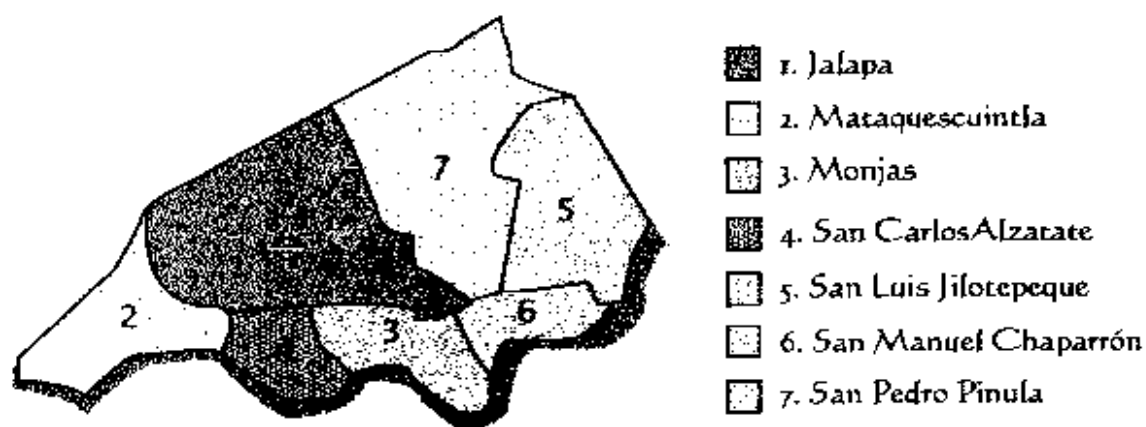
En 1851, Rafael Carrera en su propio despacho Presidencial, nombra como Alcalde Primero de Jalapa al indígena Víctor Jiménez. Jalapa, siendo cabecera del municipio fue creado por decreto 107 en noviembre de 1873 y su cabecera departamental se elevó a categoría de ciudad por decreto 208 del 26 de agosto de 1878. Jalapa tiene una extensión territorial de 2,063 Km. cuadrados y su cabecera 554 Km. cuadrados. Cuenta con una población aproximada de 162,996 habitantes, distribuidos en sus siete municipios. Jalapa se identificó por su clima templado, lo que la hizo ser bautizada como la Morena Climatológica de oriente, se ubica a 1,362 mts. sobre el nivel del mar.

El departamento de Jalapa, está situado en la parte Sur Oriente del territorio guatemalteco. Originalmente queda situado de Norte a Sur, entre los departamentos de Alta Verapaz, por el norte y Jutiapa por el Sur. Al este colinda con los departamentos de Zacapa y Chiquimula y por el Oeste, con los departamentos de Santa Rosa y Guatemala. El departamento de Jalapa, cuenta con siete municipios: Jalapa, San Pedro Pinula, San Luis Jilotepeque, San Manuel Chaparrón, San Carlos Alzatate, Monjas y Mataquescuintla. La cabecera departamental, Jalapa, políticamente se divide en zonas, barrios, y colonias. El Municipio se divide en cuarenta y dos aldeas y ciento uno caseríos. En el departamento se distinguen variedades de clima: templado, medio y frío. La altura, el viento y la vegetación determinan el ambiente el cual, por lo general, suele ser muy agradable. La riqueza del departamento es la riqueza natural, agrícola, industrial y el comercio. Específicamente en el municipio de Jalapa la riqueza es agrícola.

## Departamento de Jalapa

División política del departamento de Jalapa en sus siete Municipios:

Mapa del departamento de Jalapa

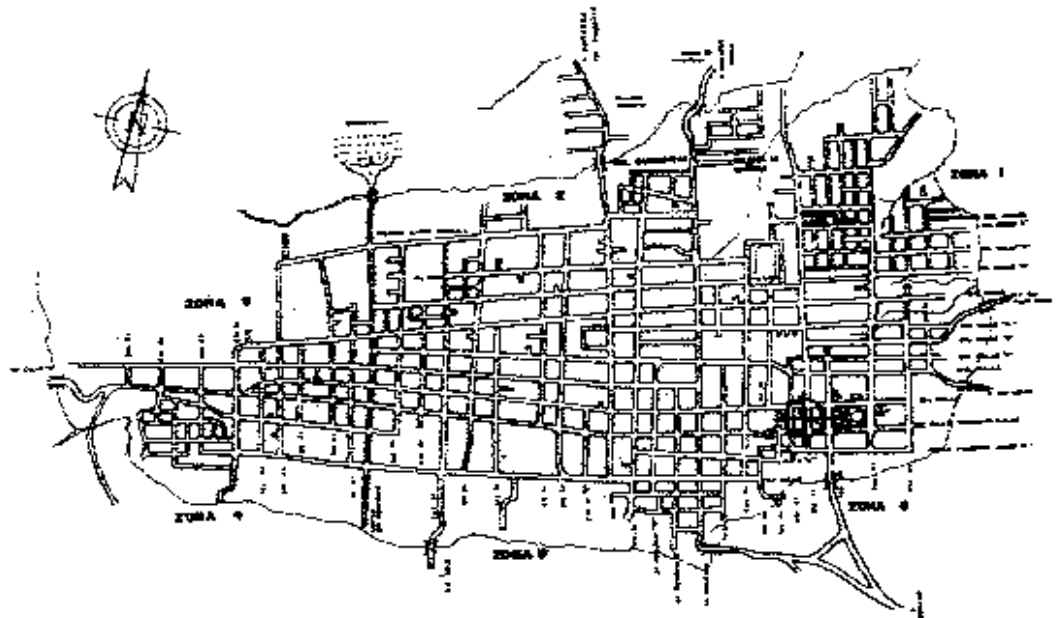


Fuente: Elaboración propia. Mapa sin escala.



- Croquis de la cabecera Departamental de Jalapa, ubicado exactamente donde se encuentra la Municipalidad de Jalapa.

## Ciudad de Jalapa

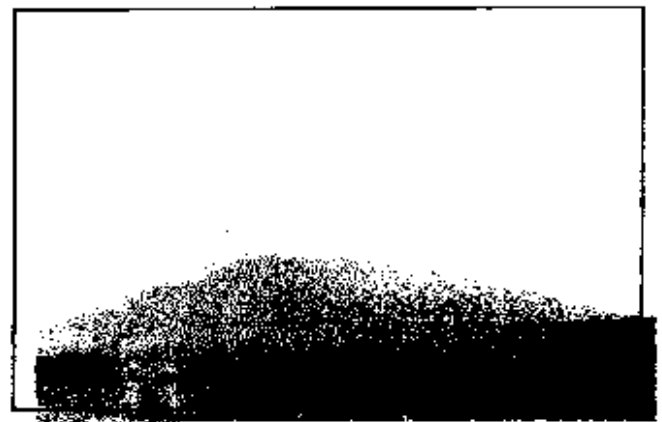


Fuente: Mapa adquirido en la Municipalidad, sin escala.

La topografía del Municipio por lo general es quebrada. Está surcado por numerosos accidentes como: montañas, cerros, colinas, mesetas, valles, llanuras, entre otros, ríos, quebradas y zanjones.

### 2.2.1.1 ASPECTO GEOGRÁFICO

Volcanes o Cerros. Al apreciar detenidamente el panorama geográfico jalapaneco se observan innumerables picos montañosos, muchos de ellos de gran altura, esparcidos en los distintos municipios del departamento hacen un total de dos volcanes y cincuenta cerros.



Volcán Jimay

**VOLCÁN JUMAY:** este coloso está situado a unos ocho kilómetros de la ciudad cabecera, al extremo del valle Xalliapán lado norte. Su forma es un poco cónica aunque sus faldas, al parecer, fueron interrumpidas seguramente cuando dicho volcán hizo su erupción. Tiene una altura de 1,200 mts. sobre el nivel del mar. Lamentablemente su vegetación ha sido depredada por los campesinos de la región, por lo que apenas cuenta con una reducida extensión boscosa cúspida. Sin embargo mantiene su belleza, por lo cual es muy visitado por propios y extraños. La visita a la cúspide suele ser muy grata e inolvidable, pues hace recordar los primitivos secretos, tal vez cubiertos de un ropaje de hilos misteriosos que confundidos con esa cumbre prolonga el color inexplicable del verde-negro que dirige hacia el cielo.

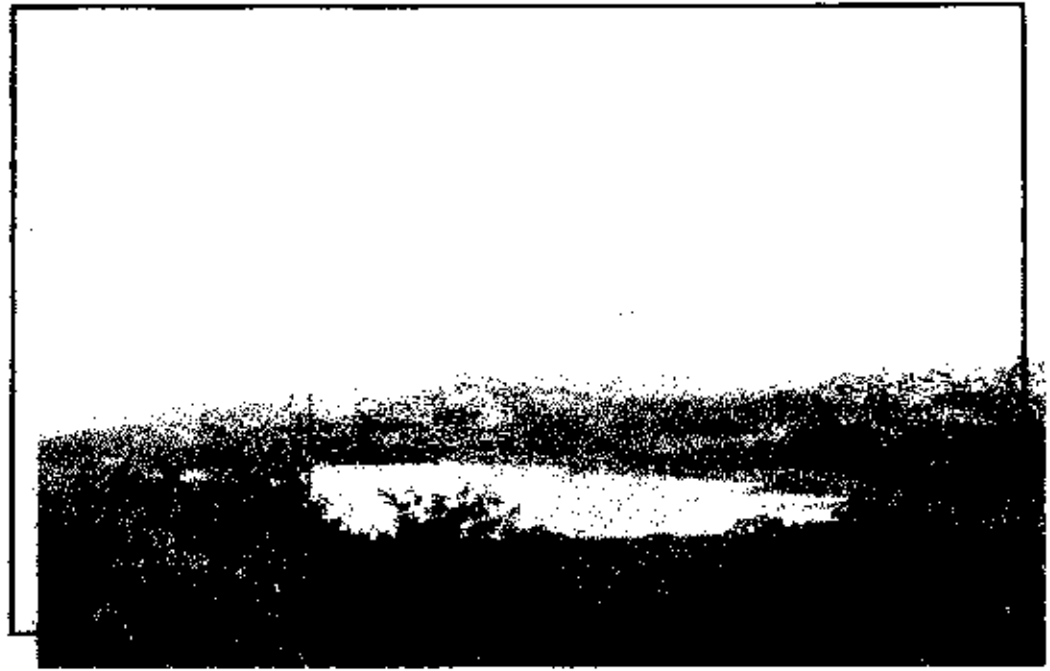
**ALGUNOS CERROS:** muchos cerros poseen alguna importancia, por su altura o por alguna otra cualidad, como los del municipio de Jalapa: Alcoba, Arluta y Sanyuyo.



\* Cerro del Alcoba

## ASPECTO HIDROGRÁFICO

La superficie departamental está humedecida por dos ríos, veinticinco riachuelos y ciento sesenta y cinco quebradas o pequeños arroyos e innumerable zanjones los cuales nacen de numerosos mananciales. Al agruparse tales afluentes se encuentran en el municipio de Jalapa, cuarenta y dos quebradas y tres riachuelos; así como los ríos: Río Grande y el Río Orchoj. También se encuentra la laguna de Los Achiotos situada al norte de la cabecera departamental, a unos ocho kilómetros y al pie del volcán Jumay, junto a la ruta Jalapa-Sanarate.



\* Laguna de los Achiotres

### 2.2.1.2 EL CLIMA

En todo el departamento se distingue variedad de climas: templado, medio y frío. La altura, el viento y la vegetación determinan el medio ambiente el cual, por lo general, suele ser muy agradable. Debido a esto se le denomina LA CLIMATOLÓGICA DE ORIENTE.



\* Estadio Municipal

### 2.2.1.3 CULTURA JALAPANECA

Como es natural, desde su formación, los pueblos adquieren rasgos culturales que los identifica. Estos pueden tener su origen en la herencia de sus antepasados o algunas veces son productos originales limitados por barreras geográficas, etc.



FOLKLORE: se define como el pensar y actuar que constituye la expresión de una vivencia de cualquier comunidad humana; tal pensar, actuar y expresar original se ha desvirtuado; pues toda ciudad *destruye sus costumbres para colocar en su lugar al modernismo*; (PÉREZ,1990.219) sin embargo, algunas veces, las costumbres son tan arraigadas que en los pueblos se vuelven leyes y como tales, se imponen.

#### 2.2.1.4 ARTESANIAS

Tienen habilidad artística en la fabricación de objetos en piedra, se destacan los grandes canteros, quienes son los artífices de los gruesos pilares en los templos, las piedras de moler en cada uno de los hogares, las piedras canteadas de las banquetas, las calles de algunos pueblos y la ciudad. Asombran también los grandes ebanistas con sus obras en madera como los tabernáculos en los templos, los muebles, puertas, ventanales, barandas y portones así como variados instrumentos musicales utilizando como materia prima el cedro, conacaste, ciprés pino y otros.

El uso del cemento como materia prima origina la fabricación de ladrillos decorados para piso, macetas y otros artículos decorativos para el hogar. También utilizan el barro para elaborar decorativas formas como vasijas, comales y variedad de cántaros.



Vasijas y cantaros hechos en el municipio

### 2.2.1.5 FIESTAS

En 1918 el último domingo de enero tiene el lugar la primera fiesta en honor a la imagen de Jesús de la Buena Esperanza cuando por primera vez recorre las principales calles de la ciudad de Jalapa. Desde esa primera fiesta se hizo tradición que la imagen visite el presidio de la localidad; es también cuando algunas familias hacen donativos a instituciones como el Hospital Nacional, al Oratorio, donde se venera la imagen o simplemente a personas en particular, además se pueden apreciar los juegos pirotécnicos que son el mayor atractivo después de la solemne procesión.

Las actividades de tipo cívico-cultural están a cargo de las escuelas de todos los niveles, en él participan alumnos, maestros y padres de familia. En Jalapa, todas estas actividades son complemento de la Feria Ticular, la cual tiene lugar el 15 de Septiembre de cada año. En esa ocasión se llevan a cabo

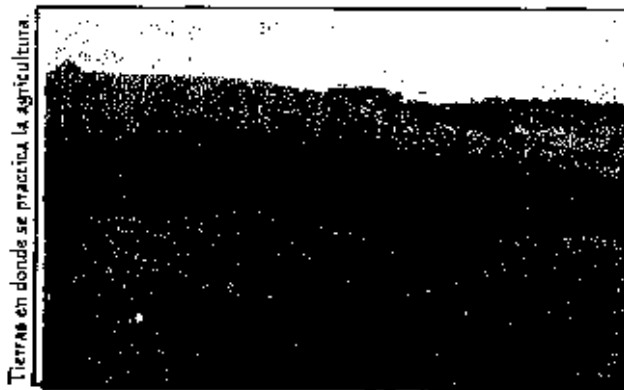


Imagen de Jesús de la Buena Esperanza.

actividades recreativas y de entretenimiento como: juegos mecánicos, exposición de artesanía así como también la exposición ganadera, jaripeos, elección de la Señorita Flor de la Feria, encuentros deportivos, conciertos, fiestas, etc.

### 2.2.1.6 RIQUEZA JALAPANECA

La fuente principal de riqueza para los jalapanecos es la tierra, en la cual se desarrolla la agricultura, la ganadería, etc. El subsuelo ha prestado un recurso no menos importante en la producción de algunos minerales, tanto en cantidad como



Tierras en donde se practica la agricultura.

en calidad, aunque muchos de estos recursos no se explotan debido a circunstancias que han limitado su extracción. La riqueza industrial y la actividad comercial son otros factores que complementan la vida económica del municipio.

- **RIQUEZA NATURAL:** los minerales constituyen otra fuente de riqueza para los jalapanecos, lamentablemente hoy no se explotan, especialmente los metales valiosos como el plomo. Dicho metal es manufacturado en hornos que aún existen en el Ingenio Fierro, en el actual municipio de Jalapa, además se encuentra mármol, piedra caliza y la piedra poma.

- **RIQUEZA MADERABLE:** la región es sumamente rica en maderas de diversas clases; pero el campesino por falta de asesoramiento y pobreza cultural ha destruido



Aserradero San Jorge, Jalapa.

los bosques, haciendo rozas para algunos cultivos. Los ha destruido, explotando las maderas y vendiéndolas fuera del departamento. Árboles como pino, roble, güachipilín, ébano, ceibillo, aguacate, zapotillo, morro, laurel, ciprés, madriao, cedro, guapinol, entre otros.

### - RIQUEZA AGRÍCOLA

La región Jalapaneca dada su variedad climatológica, posee tierras sumamente fértiles, se practica el pluricultivismo agrícola. Produce legumbres, granos básicos y árboles frutales. Actualmente, la producción agrícola en esta región depende de la habilidad del agricultor, y los factores económicos que influyen en dicha actividad. Algunos granos básicos que se cultivan en el municipio son: maíz, distribuido a toda la república para su venta; frijol, arroz, trigo, caña y papa. El ganado es explotado también.



\* Cultivos de maíz

## - RIQUEZA INDUSTRIAL

La industria aquí se distingue por la fabricación de productos alimenticios, prendas de vestir, muebles de uso doméstico, alfarerías, talabarterías, objetos de metal, cemento, etc. La industria alfarera es quizá la más importante de la zona oriental. Es una de las industrias que, siendo de gran valor por su gran producción, estilo y calidad, distingue al Municipio. También se fabrica jabón, velas, jarros, lazos, redes, gamarras, sombreros, petates, piedras de moler y otros, que representan una ayuda económica para quienes se dedican a tales actividades.

Ventas ubicadas en el mercado.



- **EL COMERCIO:** es una de las actividades económicas propias del ser humano y consiste en el intercambio de los productos naturales y manufacturados. En consecuencia el comercio no produce materias primas, ni las transforma pero utiliza su valor económico. Este último sector, se divide en tres niveles: en el primero se incluye a los pequeños comerciantes y a quienes practican el comercio informal, algunos ambulan por las calles con su mercadería y otros se instalan en

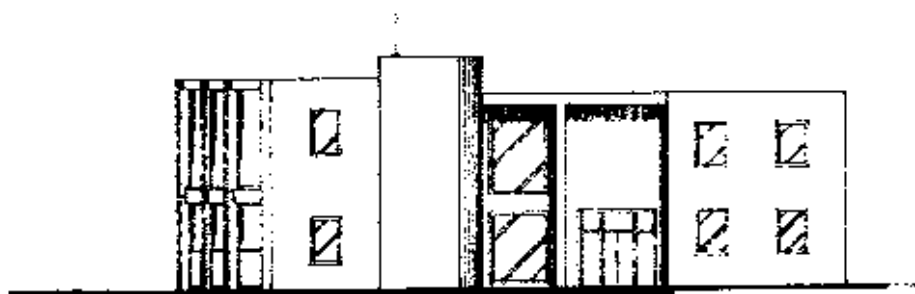


Super tienda la Popular

su casa de habitación. En el segundo se agrupa a los medianos comerciantes, propietarios de sofisticadas tiendas, ya en el interior del mercado municipal o en casas particulares. El tercero incluye a un grueso grupo de comerciantes que, dada la calidad y cantidad de centros comerciales y el capital que manejan se puede decir que son los "Magnates" por su influencia en la economía del obrero jalapaneco.

## 2.2.2 MUNICIPALIDAD DE JALAPA

Se ubica en la 6ª. Ave. 0-91, zona 1, Jalapa. La corporación Municipal está integrada por un Alcalde, Síndicos y Concejales. El número de Síndicos y Concejales lo determina el número de habitantes del Municipio, según lo establece la Ley Electoral y de Partidos Políticos. La municipalidad de Jalapa, debe contar con tres síndicos, diez concejales titulares y cuatro concejales suplentes, debido a que su población es de más de cien mil habitantes.



El consejo o corporación municipal es el cuerpo o grupo de funcionarios que tiene a su cargo el gobierno del Municipio. La corporación Municipal es un órgano de gobierno, con las características siguientes:

- **Autónomo:** tiene capacidad para gobernarse por sí misma, de conformidad con lo establecido en la Constitución y las Leyes que lo estipulan, especialmente del Código Municipal.
- **Superior:** es la máxima autoridad del municipio.
- **Deliberante:** estudia y discute los asuntos municipales, en las sesiones que realiza.
- **De decisión:** después de discutido un asunto, llega, a través de la votación, a un acuerdo o solución.
- **CUALIDADES DEL ALCALDE, SINDICO O CONCEJAL:** Para ser electo alcalde, síndico o concejal se requiere: a) Ser guatemalteco de origen y vecino inscrito del distributo municipal. b) Saber leer y escribir. c) Estar en el goce de sus derechos políticos.
- **COORDINACION DE FUNCIONES MUNICIPALES:** la corporación municipal y los consejos de desarrollo urbano y rural; la corporación municipal coordinará sus funciones con las de los consejos de desarrollo urbano y rural, de conformidad con la ley.

### - ALCALDE

(Representación), el alcalde preside y representa a la municipalidad, es el personero legal de la misma, miembro constitucional del consejo departamental respectivo y presidente del consejo municipal de desarrollo, sin perjuicio de la representación



específica que se atribuye al síndico. Es, además, el órgano ejecutivo del gobierno y administración municipal y jefe de los mismos.

Es atribución y obligación del alcalde hacer cumplir las ordenanzas, reglamentos, acuerdos resoluciones de la corporación municipal, y el efecto, expedir las órdenes e instrucciones necesarias, dictar la medida de policía y buen gobierno, y ejecutar la potestad de acción directa, y en general, resolver asuntos del municipio que no estén atribuidos a otra autoridad.

#### - POLICIA MUNICIPAL

(Organización), el municipio tendrá, si lo estima conveniente, un cuerpo de policía, bajo las órdenes del alcalde, y se integrará conforme a sus necesidades y los requerimientos del servicio. El ejercicio de sus funciones observará las leyes de la seguridad de la República, y el reglamento que emita la Corporación Municipal.

#### - SECRETARIO

La corporación municipal contará con un secretario, el que a su vez lo será del alcalde. Para ser nombrado secretario se requiere ser guatemalteco de origen, ciudadano en ejercicio de sus derechos políticos y preferentemente abogado y notario colegiado y hábil para el ejercicio de sus profesiones, o tener certificado de aptitud extendido de conformidad con el reglamento de la materia.

#### - TESORERO

La municipalidad tendrá un tesorero, a cuyo cargo estará la recaudación, depósito y custodia de los fondos y valores municipales, así como la ejecución de los pagos que de conformidad con la ley, proceda hacer. Se nombrará además jefes de contabilidad y de auditoría interna, cuando se trate de municipalidades de primera y segunda categoría, y si lo necesitan y lo permiten las finanzas de las otras municipalidades, podrán requerirse otros servicios. La corporación municipal acordará la creación de estos cargos, pero los nombramientos serán emitidos por el alcalde. Para ser nombrado tesorero, jefe de contabilidad o auditor, se requiere ser guatemalteco de origen, ciudadano en el ejercicio de sus derechos políticos, perito contador, auditor, y contador público, o tener certificado de aptitud de conformidad con el reglamento del Código Municipal, artículo del 68-72-75.



# CAPÍTULO 3

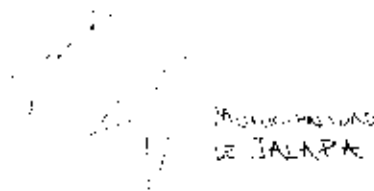
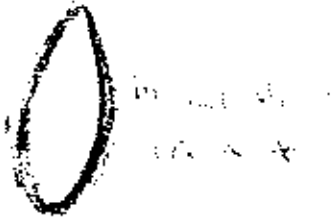
## **PROPUESTA GRÁFICA**

### 3. PROPUESTA GRÁFICA

(Etapa creativa y Etapa constructiva)

#### 3.1 Proceso de bocetaje

Bocetos



Este capítulo presenta gráficamente el proceso de bocetaje en el orden en que fue realizado, desde la creación del logotipo hasta el logro de todos los elementos que fue necesario diseñar para la creación de la Imagen Corporativa para la Municipalidad de Jalapa.

En el proceso de bocetaje fue evolucionando el diseño de las piezas y sus composiciones de la siguiente manera.

#### LOGOTIPO

Primero se hizo un boceto a mano, pero no había definido qué representaba más a Jalapa, si el símbolo de la mazorca o el volcán. Se determinó que la mazorca era lo que más representaba a Jalapa con ello se inició el trabajo.



Estos logotipos fueron descartados debido a que no tenían armonía con la posición de la tipografía y el símbolo de la mazorca, por lo cual se decidió trabajar la mazorca sin ningún otro elemento gráfico.



Se le dió movimiento al símbolo para evitar rigidez además se dejó sin fondo para que luciera más, la tipografía se varió de posición y quedó a la par del símbolo, el eslogan abajo y un poco inclinado a la derecha.



## ESLOGAN

**¡En busca de tu beneficio!**

El eslogan para la Municipalidad de Jalapa, debe ser una frase comunicativa con su público tiene que introducirse en la mente del grupo objetivo y, además, tiene que ser representativo de las funciones que la municipalidad realiza.

**¡En busca de tu beneficio!**

*¡Por tu beneficio!*

Se propuso tres frases en las cuales lo principal era que el público captara la palabra beneficio, cuyo significado es la búsqueda del bien para población.

**¡Por tu beneficio!**

**¡Por tu beneficio!**

Se trabajó en varios tipos de letra para elegir la tipografía que hiciera énfasis en la palabra beneficio, también se trataba de darle más armonía, al momento de utilizar el eslogan con el escudo, por lo cual se le dió movimiento al eslogan.

*¡Para tu beneficio!*

Fue así como se aprobó el eslogan para la Municipalidad de Jalapa. Es una tipografía Rage Italic Let, se emplea en bold y a color rojo pantone 178; para que tenga más fuerza y resalte, se utiliza un poco inclinado hacia arriba en la parte derecha.

La terna examinadora decidió que un logotipo no podía representar a una Municipalidad debido a que es una institución de carácter formal y que por lo tanto era necesario realizar un escudo. Para la elaboración del mismo fue necesario el proceso de bocetaje.

## ESCUDO

El logotipo fue rechazado debido a que la simplificación era muy abstracta, y podía confundirse con una fruta entonces se le dibujaron granitos al elote. Pero el elote representaba a una institución agrícola que a la municipalidad por lo que se emplearon más elementos que identificara a Jalapa. Entonces se decidió incluir el volcán y la bandera de Jalapa.



Primera opción



Segunda opción

Se trataba de y hacer una composición armoniosa con los elementos seleccionados. Se rechazaron estos escudos debido a que la ubicación de los elementos no era apropiada, y porque el eslogan no se veía bien fuera del círculo del escudo.



Tercera opción

Las propuestas con cielo no se aceptaron. Se decidió que el símbolo del elote no venía. De fondo se dejó la bandera de Jalapa, la tipografía se invertía para su mejor funcionamiento y el eslogan se incluía en el círculo. La tipografía del eslogan no se veía bien por lo cual se decidió cambiar a un tipo de letra más legible y con trazos más uniformes.

# ESCUDO

## PROPUESTA FINAL

Aquí se ve la propuesta final. Así fue como quedó el escudo, como se observa se utilizaron tres colores; la tipografía es simple, legible y formal, lo cual logra armonía con los demás elementos que contiene el escudo.



El eslogan va en tipografía Bangle en bold para que sea más legible, se empleó en altas y bajas.

Se utilizó tipografía Verdama en bold para que sea más legible, la palabra Municipalidad va en altas y bajas, mientras que Jalapa se emplea en altas para que fuera más visible y atractiva.

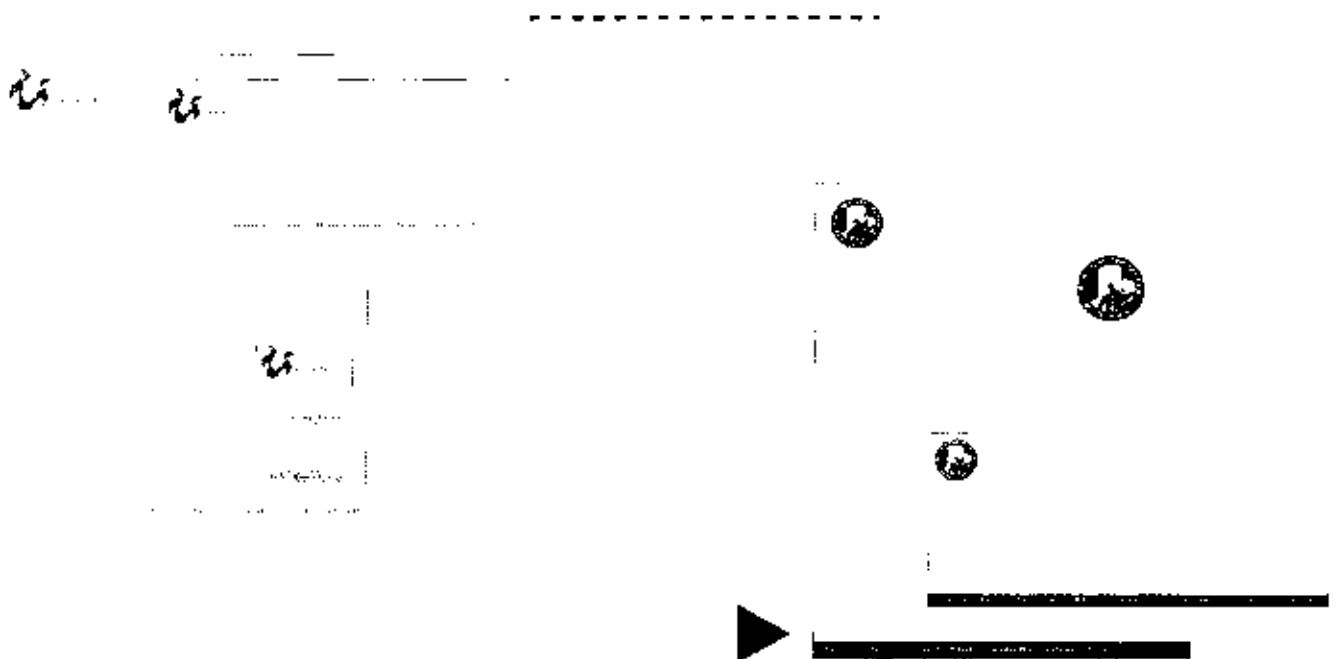
## PAPELERÍA

### Hoja, Sobre Membretado y Tarjeta de Presentación

Se realizaron dos propuestas utilizando pantallas y líneas, y variando de posición los elementos que contiene. Para estos documentos.



En la primera propuesta no se incluyó el símbolo, se descarto por su simpleza y en la segunda propuesta se incluyó la mazonca a la izquierda y la dirección alineada a la derecha con una línea horizontal a un 21% de negro. En la propuesta final la hoja membretada contiene el escudo en el borde superior izquierdo, al centro una pantalla del escudo, la dirección en invertido abajo alineado al centro dentro de una franja verde, la misma forma se uso con el sobre, y en la tarjeta de presentación el nombre y cargo del empleado va arriba, el escudo al centro y la dirección abajo todos alineados al centro.



PROPUESTA FINAL

## OTROS ELEMENTOS

### Gafetes

Al igual que con la papelería, se presentaron tres opciones. El gafete contiene el logotipo, nombre, cargo del empleado y el eslogan. Se incluye este último debido que es una frase de comunicación más directa con el público.

#### Bocetos



En la primera propuesta no se incluyó el símbolo, se descartó por su simpleza; en la segunda propuesta se incluyó la mazorca pero a la izquierda, la dirección se incluyó en ambas propuestas, al centro. En la tercera propuesta el símbolo va a la derecha el nombre y cargo alineados a la izquierda, así también, se agregó la fotografía. En la propuesta final el escudo se coloca en el borde superior izquierdo, la fotografía en el borde superior derecho y el nombre y cargo del empleado abajo hacia el centro.

▶  
PROPUESTA FINAL

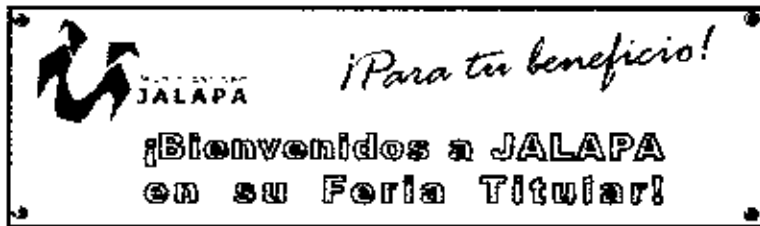




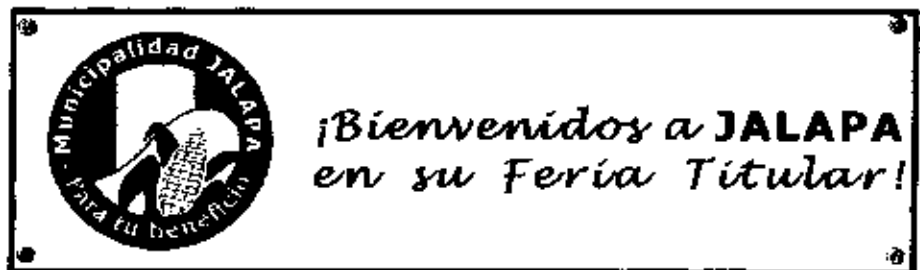
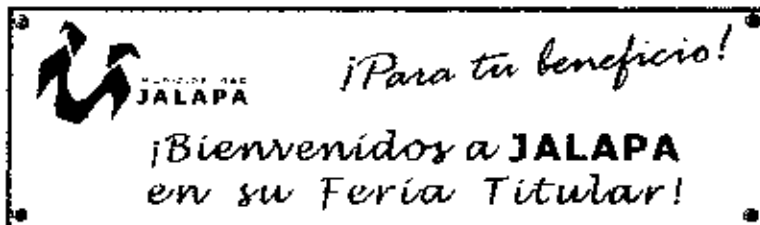
## Manta

Para la elaboración de la manta fue necesario hacer dos propuestas que incluían los mismos elementos tipográficos.

Bocetos



En la primera propuesta la manta se ve muy rígida y, sobre todo no armoniza con el público, mientras que en la segunda propuesta se cambió la tipografía por una más libre, suelta para que se aprecie mejor, el titular a un solo color y Jalapa, con la misma tipografía que la del logotipo. En la propuesta final solo se incluye el escudo a la izquierda y el titular al centro de la misma.



PROPUESTA FINAL ▲

Boceto

## Pin - Botones

Solo se hizo una propuesta para el pin y botones, fue descartado debido al cambio de logotipo. En la propuesta final el diseño del pin-botón es solamente el escudo de la municipalidad de Jalapa.



PROPOSTA FINAL



Bocetos



## Sellos

Se hizo varias propuestas para la elaboración del sello de la Municipalidad de Jalapa, se descartaron; la propuesta final es básicamente el escudo a línea para apreciar mejor sus trazos y para no saturarlo al momento de plasmarse.



PROPOSTA FINAL



## Valla Publicitaria

Boceto



Se realizaron dos propuestas la primera no presenta ningún fondo solo el símbolo de la mazorca a la izquierda como en la papelería y los elementos necesarios para completar la valla. En la segunda propuesta se incluyó una fotografía de fondo y el símbolo a una transparencia lo cual ofrece una vista más agradable además, se cambió la tipografía. En la propuesta final se suprimió el texto para apreciar mejor el fondo, el escudo se colocó al centro y el titular abajo.



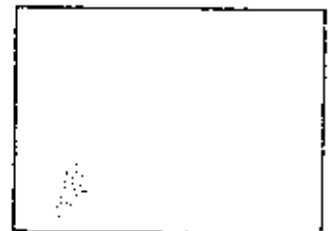
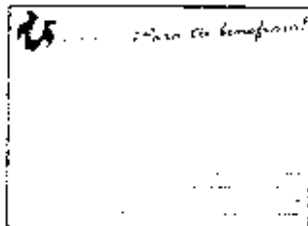
PROPUESTA FINAL

Boceto



## Postales

Se hicieron dos propuestas: la primera con el logotipo y la propuesta final con el escudo de la municipalidad de Jalapa. Las postales están formadas por la fotografía, el titular o tema de la fotografía, y el escudo; en el retiro de la postal se colocó una pantalla del escudo en el borde inferior izquierdo, abajo líneas para poder escribir y en el borde superior derecho el espacio para el sello.



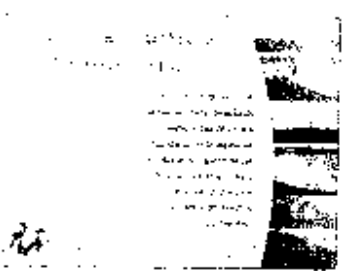
POSTALES

Bocetos

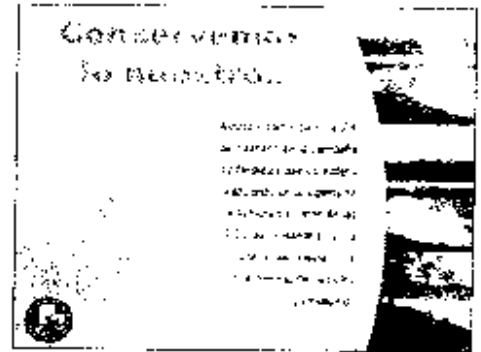


## Volante

Se hicieron dos propuestas la primera en tonos marrón. Se descartó debido a que no tenía unidad con los colores corporativos del logotipo de la Municipalidad de Jalapa. La segunda propuesta se hizo en dos colores amarillo y verde. La propuesta final queda exactamente igual que la segunda, con la diferencia que ésta última incluye el escudo de la municipalidad.



▶  
PROPUESTA FINAL



## Portada del manual de normas gráficas

Bocetos

Las dos primeras propuestas se descartaron debido a que contenían el logotipo que fue rechazado. La propuesta final esta formada por varias fotografías de Jalapa en la parte izquierda y de fondo un degradado de verde a amarillo, el escudo a una transparencia y arriba se colocó el escudo al 100%.



▶  
PROPUESTA FINAL

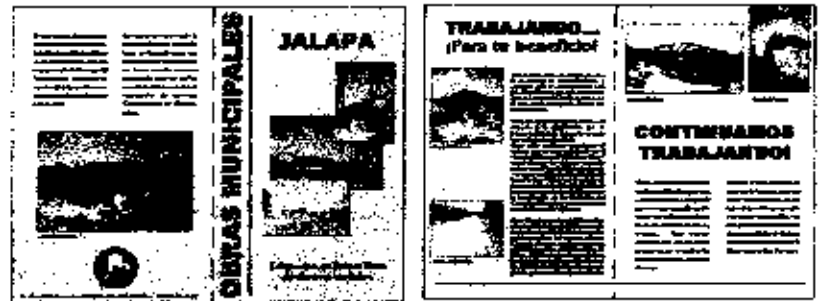


Boceto

## Bifoliar



Solamente se hizo una propuesta la cual fue muy atractiva y lo único que cambia a la propuesta final es que ésta contiene el escudo y no el logotipo, además porque lleva el escudo de pantalla en varias partes.



## PROPOSTA FINAL ▲

## Afiche promocional

Bocetos

Se hicieron dos propuestas las cuales como podemos ver sólo cambia una a otra los colores de fondo, la primera no tenía color por lo cual no llamaba la atención y fue descartada y la segunda se le agregó color de fondo y el símbolo. Y la propuesta final es igual que la segunda con la diferencia que ésta lleva el escudo final de la municipalidad de Jalapa.



## PROPOSTA FINAL ▶

## Afiche Informativo

Bocetos

Se realizó una propuesta bastante atractiva, a ésta solamente se le hizo el cambio del titular en altas y en tres líneas para que sea más visible. En la propuesta final se cambió de logotipo a escudo.



PROPUESTA FINAL



Boceto

## Almanaque

Solamente se hizo una propuesta que fue aceptada. Lo que cambia del boceto a la propuesta final es que, donde estaba el logotipo se colocó el escudo, y se suprimió una fotografía.



PROPUESTA FINAL



Boceto



## Señalización de oficinas

Primero se hizo la propuesta de fondo verde, símbolo invertido y tipografía blanca, se descartó por el cambio de logotipo a escudo y, finalmente quedó con fondo blanco, escudo a la izquierda y tipografía verde.



PROPUESTA FINAL ▲

Boceto



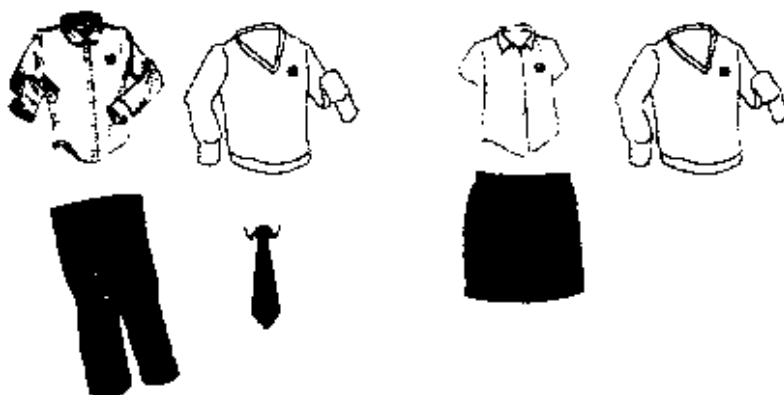
PROPUESTA FINAL ▲

Boceto



PROPUESTA FINAL ▲

Se utilizó sueter debido a que el clima de Jalapa es más frío que cálido, el sueter, la blusa y la camisa llevan bordado el escudo.




---

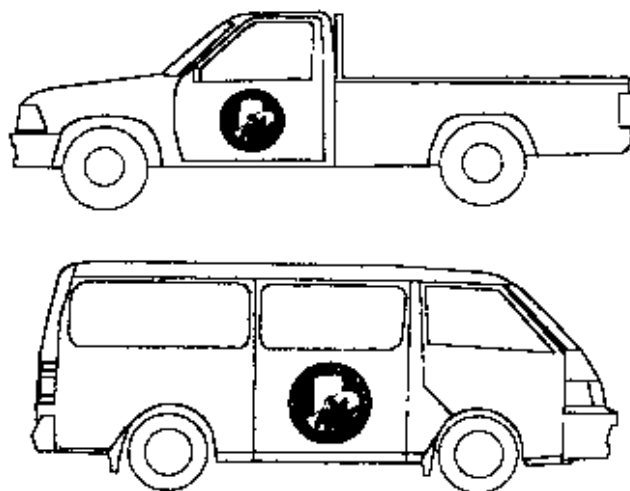
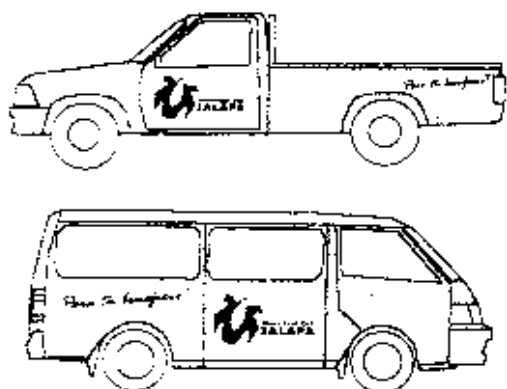
## UNIFORMES ▲

---

## VEHÍCULOS

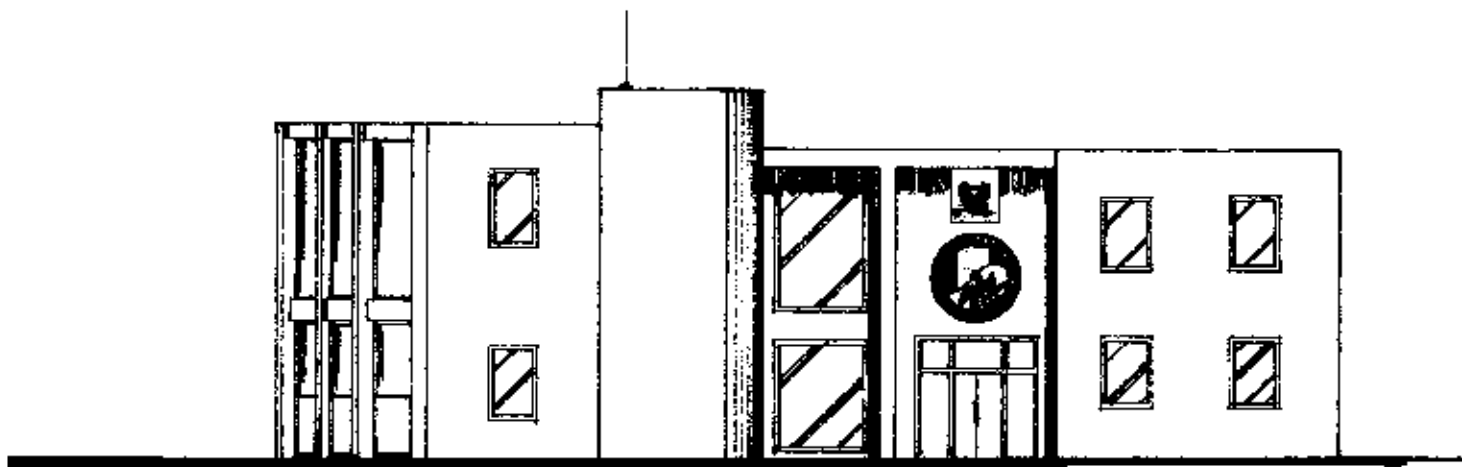
Boceto

En la primera propuesta, los vehículos presentaban un color menos encendido que el amarillo corporativo del logotipo, con el eslogan incluido. En la propuesta final el color del vehículo puede ser amarillo o blanco según el gusto y el escudo se debe colocar las puertas de los vehículos, o lugares más visibles.



▶  
PROPUESTA FINAL





EDIFICIO MUNICIPAL ▲

## ARTÍCULOS PROMOCIONALES



Scan Word by Word



GORRA ▲



Scan Word by Word



PLAYERA - BOTÓN ▲



Scan Word by Word



LLAVEROS ▲



\* Scan Word by Word



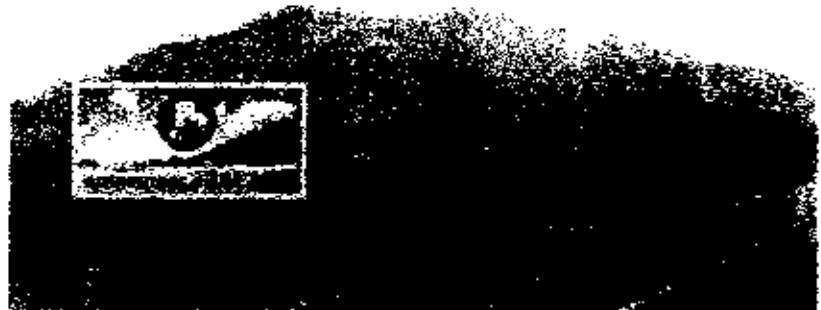
---

CAMISA TIPO POLO ▲

---

IMAGEN CORPORATIVA

▼  
VALLA PUBLICITARIA



\* Fotomontaje

▶  
MANTA PUBLICITARIA



◀  
Fotomontaje



◀  
Fotomontaje

▶  
SEÑALIZACIÓN EXTERNA

▶  
SEÑALIZACIÓN  
DE OFICINAS



◀  
Fotomontaje

## 3.2 Piezas de diseño

### 3.2.1 Manual de normas gráficas

A continuación se presentan las piezas de diseño, reunidas en el Manual de normas gráficas. Estas conforman la propuesta final de la creación del escudo e Imagen Corporativa para la Comuna del Municipio de Jalapa.





**MANUAL  
de NORMAS  
GRÁFICAS**

## ESCUDO



Es un elemento gráfico cuya importancia es ayudar al público a relacionarse con la empresa. Proporciona la imagen de lo que hace la empresa y hacia dónde va. El escudo es el campo, superficie o espacio de distintas formas o figuras en el que se pintan o plasman los blasones de un estado, provincia, región, familia, en este caso los de la municipalidad de Jalapa.

El escudo de la Municipalidad de Jalapa, está formado por la marca y el símbolo de una mazorca, la bandera de Jalapa y el eslogan. Se utilizó la tipografía Verdana debido a que es fácil de leer, se está empleando en bold. La tipografía del eslogan es Bangle, se utiliza en bold y, de ser posible, debe utilizarse siempre a tres colores: el verde pantone 368, el amarillo pantone 109 y el rojo pantone 178.

## SÍMBOLO

El símbolo es por definición un elemento material que está en el lugar de otra cosa ausente a la cual representa por conveniencia.

El símbolo de la mazorca se mantiene como elemento gráfico que representa a la población del Municipio de Jalapa, debido a que en ese lugar se cultiva el maíz y es distribuido a toda la república. Este símbolo es fácil de identificar. Se simplificó al máximo para que fuese efectiva su utilidad. De ser posible debe utilizarse siempre en dos colores el verde pantone 368 y el amarillo pantone 109.





MARCA

Símbolo, logotipo o sello siempre representa a la compañía, normalmente es el elemento principal de una imagen corporativa.

Es la forma de identidad de una institución o empresa en este caso, de la Municipalidad de Jalapa. La marca tiene en primer lugar, el sentido de la información funcional: *Constituye un elemento referencial de orientación en la localización de un producto entre muchos otros.* (COSTA JOAN, 1994:92-93)

USOS DEL  
ESCUDO

Una cinta.







Una tinta con medios tonos.



A color.



## ESLOGAN



Resume el tema de la publicidad de una compañía para comunicar un mensaje en unas cuantas palabras fáciles de recordar. Los eslogans se crean para establecer una imagen de prestigio de una compañía.

Es una frase pequeña que debe comunicar e identificar a la institución que representa. Es una palabra que conecta con el público, se emplea en promociones tales como afiches, anuncios, volantes, anuncios de radio, de televisión, en este caso el eslogan va incluido en el escudo. Se hace uso de la tipografía Bangle en bold para que sea más visible. El eslogan de la Municipalidad de Jalapa es: **-Para tu beneficio-**

## COLORES CORPORATIVOS

Los colores corporativos del escudo de la Municipalidad de Jalapa, son amarillo, verde y rojo; el color amarillo y verde van incluidos en el símbolo, al igual que en la bandera incluyendo el rojo. Estos son los únicos colores que se pueden emplear en el escudo, no deben incluir ningún otro color ni cambiarles color. Lo anterior produciría que se perdiera unidad dentro de la imagen que representa la Municipalidad de Jalapa.

Amarillo  
Pantone 109



Verde  
Pantone 368



Rojo  
Pantone 178



**TIPOGRAFÍA**

**A B C D E F G H I J  
K L M N Ñ O P Q R  
S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k  
l m n ñ o p q r s t u  
v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

Es el tipo de letra específico que se debe emplear en determinada marca, logotipo o escudo.  
La tipografía semi cuadrada que se utilizó en el escudo de la Municipalidad de Jalapa es VERDANA, se emplea en bold para que sea mas visible. Se puede utilizar también en folletería para títulos o sub-títulos, se eligió está tipografía debido a su fácil lectura, ya que es palo seco. Esta tipografía puede emplearse en cualquier color que se desee.

**TIPOGRAFIA  
COMPLEMENTARIA**

La tipografía que se utilizó en el eslogan de la Municipalidad de Jalapa. **-Para tu beneficio-** es; Bangle se emplea en Bold para que tenga más fuerza. Se utilizó esta tipografía debido a su legibilidad, además es firme y connota mucha seguridad. Con la frase hace énfasis en lo que la Municipalidad de Jalapa desea demostrar ante su público.

**a b c d e f g h i j k l  
m n ñ o p q r s t u v  
w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
-Para tu beneficio-**

**TIPOGRAFIA  
COMPLEMENTARIA**

**A B C D E F G H I J  
K L M N Ñ O P Q R  
S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k  
l m n ñ o p q r s t u  
v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

Como complemento de la tipografía del escudo de la Municipalidad de Jalapa, se hace uso de la tipografía **ARIAL BLACK**, para titulares en las publicaciones gráficas. Se puede utilizar en el color que se desee así como en los colores corporativos del escudo. Se complementa con esta tipografía debido a que es legible, no pasa inadvertida y demuestra fuerza.

Además se puede hacer uso de la tipografía **Lucida Sans Unico**, la cual se utiliza en la papelería debido a que es una tipografía legible semi delgada no carga los textos y se diferencia perfectamente, se puede utilizar en los textos de los impresos en cualquier color y en el tamaño adecuado.

**A B C D E F G H I J  
K L M N Ñ O P Q R  
S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k  
l m n ñ o p q r s t  
u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

## PAPELERÍA

La papelería de la Municipalidad de Jalapa, debe ser impresa en papel Lino color blanco, y debe ser utilizada únicamente para cartas que requieran el mayor grado de formalidad. Debe ser impresa en tres colores: verde, amarillo y rojo, contiene el escudo de la Municipalidad de Jalapa en el borde superior izquierdo, al centro va una pantalla del escudo al 15% y abajo se encuentra la dirección de la Municipalidad de Jalapa, en invertido sobre una franja verde, se alinea al centro.

Hoja carta

8 1/2"

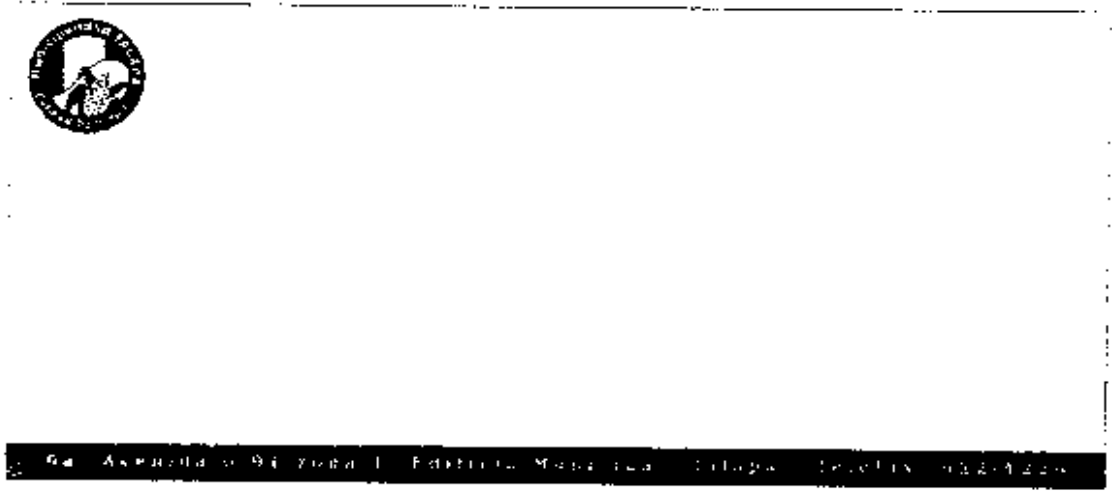


11"

--- PAPELERÍA

La papelería en general esta diagramada con el escudo de la Municipalidad de Jalapa, el sobre contiene el escudo en el borde superior izquierdo, al centro va una pantalla del escudo a un 15% y en la parte de abajo va la dirección de la municipalidad en invertido sobre una franja color verde pantone 368.

Sobre oficio



3 1/2"



Tarjeta de presentación

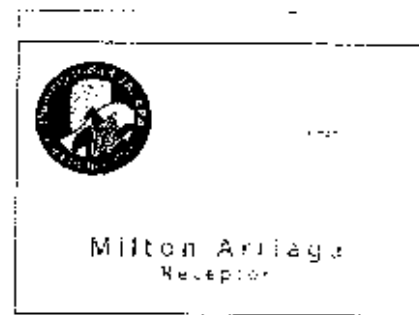
# PAPELERÍA

Las tarjetas de presentación se reproducirán únicamente para los empleados de mayor jerarquía, deben ser verticales, e incluyen los mismos elementos que el sobre. El escudo se coloca en el centro, el nombre del empleado y el cargo, en la parte de arriba y la dirección abajo, éstos dos últimos van alineados al centro de la tarjeta.

# GAFETES

El gafete es una forma de identificación personal, debe incluirse en la imagen para la Municipalidad de Jalapa. Identifica a todo el personal de la misma con su nombre y el puesto que desempeña cada uno dentro de la municipalidad. En este tipo de papelería se incluye la fotografía del empleado, debido a que no es una papelería formal y se hace más fácil la identificación.

3 1/2"



2 1/8"

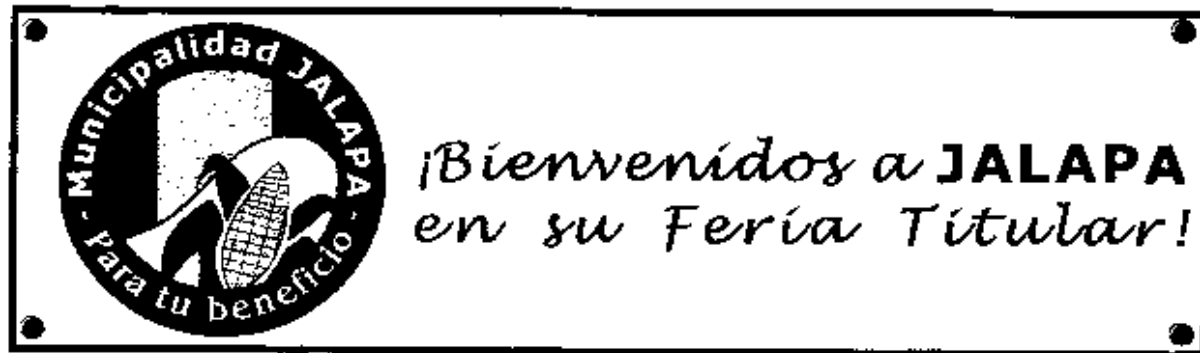
Gafetes

## MANTA

Las mantas son un soporte gráfico que se emplean para mejorar y crear una buena imagen ante el público. Se utilizan en promociones para cualquier evento que se realice dentro y fuera del Municipio de Jalapa. Se incluye un ejemplo apoyando la feria titular del Municipio. En estos eventos la Municipalidad debe colaborar y apoyar en lo que esté a su alcance para reflejar la imagen que se desea establecer dentro y fuera de la Municipalidad. Este formato incluye el escudo de la municipalidad, el titular debe ir en una tipografía Lucida Handwriting para que resalte y se identifique de lejos. Se debe presentar en color verde y al tamaño que se adecue a la manta. La palabra Jalapa, se utilizó en la tipografía del escudo para que destaque más en el titular.

Manta

1.5 mts.



60 cms.



## PIN-BOTONES



Como complemento del uniforme todos los empleados de la Municipalidad involucrados en relaciones públicas deben utilizar el pin. Su diseño es el escudo de la Municipalidad de Jalapa. Debe ser reproducido en tres colores; amarillo, verde y rojo, que son los colores corporativos del escudo.

De igual manera los botones, éstos se utilizarán cuando se trate de una actividad promocional.

## SELLOS

Los sellos son una marca o huella que sirve para dejar constancia de alguna cosa. En este caso sirven para dejar seña de que la municipalidad tuvo en sus manos ese documento o donde se deje huella de este sello. El sello presenta el escudo de la Municipalidad de Jalapa, se puede utilizar con tinta negra o verde. Basicamente el sello va a línea para que se diferencie mejor en sus trazos. Es un sello de hule y se utiliza cuando efectúan algún pago o como constancia de recibido.



## VALLA PUBLICITARIA

Para lograr una buena imagen en la Municipalidad de Jalapa, es necesario colocar varias vallas. Se encontrarán en las entradas al municipio de Jalapa. Constituyen un medio de comunicación con el grupo objetivo. Las vallas se deben reproducir "full color." Contienen el escudo de la municipalidad, de fondo va una fotografía del Estadio Municipal de Jalapa, el titular en altas para que sea más legible; la valla lleva un marco amarillo el cual con la luz de los vehículos llamará la atención y podrá ser vista por los pilotos

Valla

2 mts.

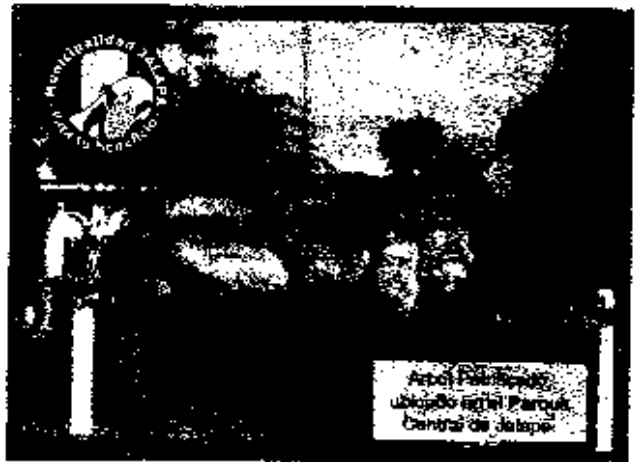


1 mts.

# POSTALES

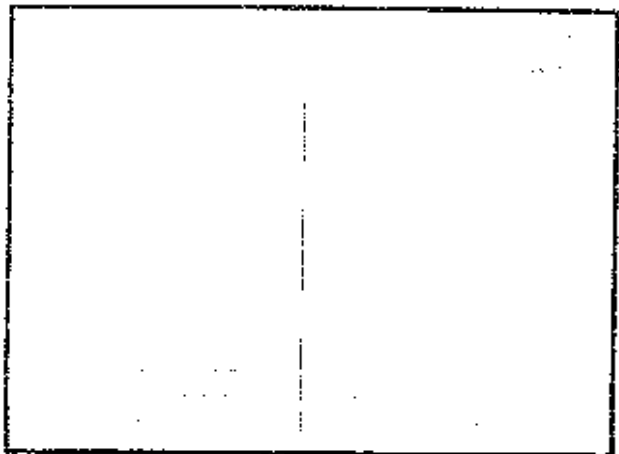
Las postales son complemento promocionales para la Imagen de la Municipalidad de Jalapa. Se deben reproducir a "full color", en papel textote calibre 20; la fotografía se puede reemplazar por cualquier otra; abajo, en el tiro de la postal va un cuadro blanco a una transparencia. Allí se escribe el tema de la fotografía en color negro con la tipografía Verdana. La postal presenta un marco color verde, y el escudo se coloca en el borde superior izquierdo. En el retiro de la postal se incluye en la parte inferior izquierda, el escudo de la Municipalidad de Jalapa en pantalla, abajo van líneas para escribir lo que la persona desee. El uso de las postales lo decide el cliente y serán vendidas en las librerías del municipio y en la recepción de la municipalidad.

Postales



Tiro

5 1/2"



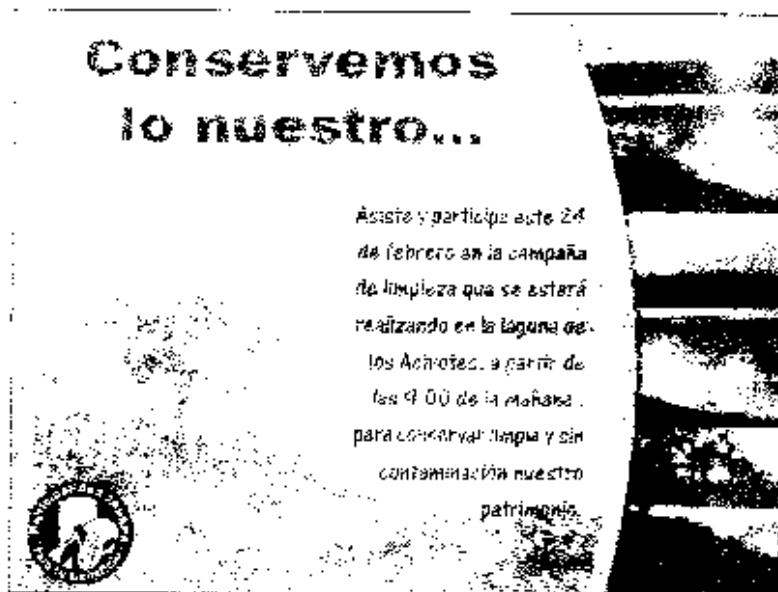
Retiro  
4"

## VOLANTE

Es un medio de comunicación impreso que se elabora con el objetivo de informar al usuario de las campañas de limpieza o cualquier otra información de importancia que el público debe enterarse.

El volante se debe imprimir en papel copia. En el fondo va una fotografía de la laguna de los Achíotes ubicada en el departamento de Jalapa. Para esta laguna se está promoviendo una campaña de limpieza para conservarla, la fotografía va a un 25% de amarillo pantone 109, a la izquierda se colocan tres fotografías del mismo lugar a un 75% de color verde pantone 368. Además, debe incluir el escudo de la Municipalidad de Jalapa. El titular en tipografía Arial Black y el texto con la tipografía One Stroke Script, éstas dos últimas a color verde.

Volante



S 1/21

## BIFOLIAR

Además de ser un soporte gráfico que ayuda a crear una mejor imagen corporativa es un medio de comunicación escrito. Sirve para informar o dar a conocer aspectos importantes que la Municipalidad debe tomar en cuenta para lograr una mejor relación con su público.

Los bifoliales deben ser reproducidos en papel cusche blanco en tamaño carta a "full color" para apreciar mejor las fotografías. El espacio de los textos puede variar según la información que contenga. Los textos se imprimen en tipografía Caligraph 421 B1 y los titulares en la tipografía Arial Black. Se pueden utilizar para brindar información de las campañas y obras que la municipalidad está llevando a cabo y para informar de los proyectos que realizarán durante determinado periodo.

Bifoliar  
cero

22"

5 1/2"

5 1/2"

El uso de materiales modernos en el trabajo de las empresas de la Municipalidad de Jalapa se está realizando para que los proyectos habitacionales de Acate y de Amatehines se construyan con el material más moderno y de calidad para una vida mejor.

Asimismo por parte de la Municipalidad de Jalapa se han iniciado trabajos de conservación y mantenimiento en los edificios históricos patrimonio cultural de la ciudad. Se lleva a cabo una buena impresión de la imagen Climatológica de Ciudad Jalapa.



Foto del Acate



© 2010. Todos los derechos reservados. Municipio de Jalapa. Calle Comercio

## JALAPA



8 1/2"

Jalapa con un futuro lleno de obras materiales.

**OBRAS MUNICIPALES**

Bifoliar  
retiro

11'

5 1/2"

5 1/2"

## TRABAJANDO... ¡Para tu beneficio!



Proyecto de agua

Desde hace varios meses trabajamos en la construcción de un sistema de agua potable que se construye en el Municipio de Jalapa por ello con el apoyo de la Municipalidad de Jalapa se han realizado los trabajos de terreno en diferentes zonas.

En las fotografías podemos observar el avance y la dedicación que la Municipalidad de Jalapa ha estado haciendo para tu beneficio.

Entre otras podemos mencionar el trabajo que se está realizando en el Hospital Municipal "Nicolasa Cruz" con el objetivo de mejorar y mantener en buen estado la salud de sus pacientes. Así como también la remodelación del Estadio Las Flores con la ayuda de algunas empresas privadas, la obra de 2 años ya se está haciendo buen uso de la ampliación de la Calzada de Compañía Deportiva que se inauguró el día de Navarrete del 2008.



Trabajo de asfalto

Otro Proyecto que se está haciendo a cargo es el de la Escuela El Encanto, la cual se le está haciendo áreas verdes y drenajes para las nuevas plantas. Además se están asfaltando varias calles y avenidas del Municipio de Jalapa debido a que varias veces se han dado problemas al llegar al municipio se les dificulta mucho pasar por los caminos de todo que se producen por las lluvias.



Puerto Chelapa



Enrique Acosta

## ¡CONTINUAMOS TRABAJANDO!

6 1/2"

Como podemos ver en la foto del Puerto Chelapa, se está construyendo dicho puente por allí pasa un camino nuevo a pesar de que las indicaciones de que "no se debe ir" es del 15 de mayo. Hay algunos trabajos que se están haciendo para que se pueda ir pero en general se ha de ir con mucho cuidado.

Además se está haciendo un pozo en el Ahuate para que cuando los habitantes de ese lugar necesiten agua se les pueda dar agua potable. Este pozo de agua se está haciendo para que se les pueda dar agua potable a los habitantes de ese lugar.

Los afiches deben imprimirse a full color en papel textocote calibre 20. Incluyen el escudo de la municipalidad. Se debe colocar en lugares públicos en interiores y exteriores y el tiempo de vigencia es de cuatro meses.

Este afiche tiene el objetivo de promocionar la belleza jalapaneca para que el visitante se lleve una buena impresión del Municipio. El titular va con una tipografía Arial Black y el texto con la tipografía Dolphin. El titular y el texto van alineados a la izquierda, el fondo va formado por un degradado de amarillo una fotografía del volcán Ixmiquilpan y el escudo, todos estos en transparencia.

Afiche promocional

18\*



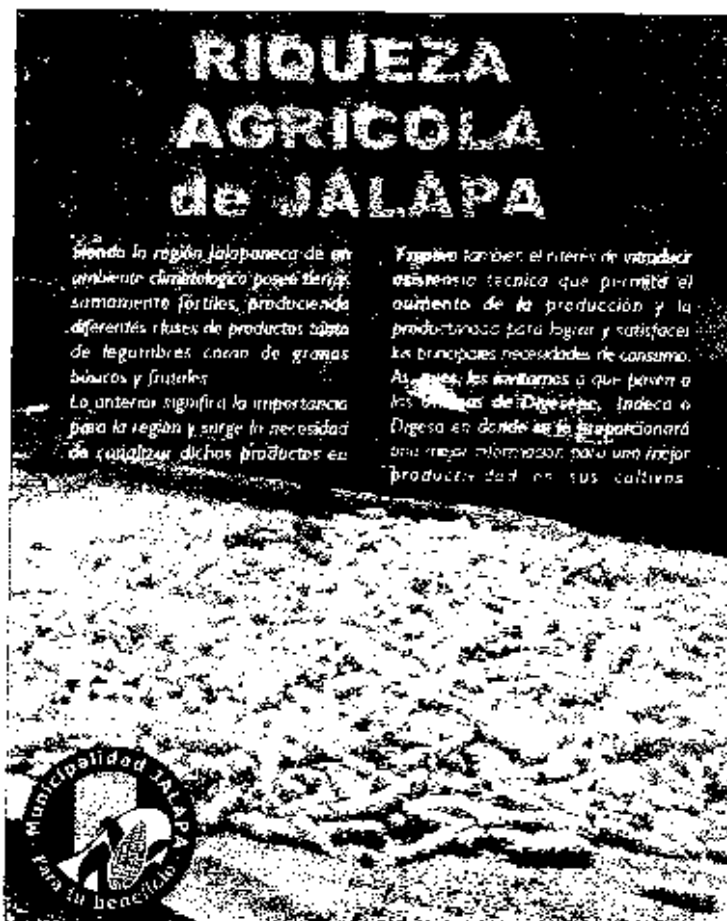
24\*

Los afiches son impresos que sirven para crear una mejor comunicación con el grupo objetivo. Informan de las diferentes campañas que se realizan en la Municipalidad de Jalapa.

Los afiches deben estar impresos a "full color" en papel texcote calibre 10, incluye el escudo de la Municipalidad. Pueden colocarse tanto en interiores como en exteriores, en lugares públicos. El tiempo de vigencia es de cuatro meses. El titular se imprime en la tipografía Arial Black y el texto se distribuye en dos columnas con la tipografía Gill Sans MT.

Afiche informativo

18"



24"



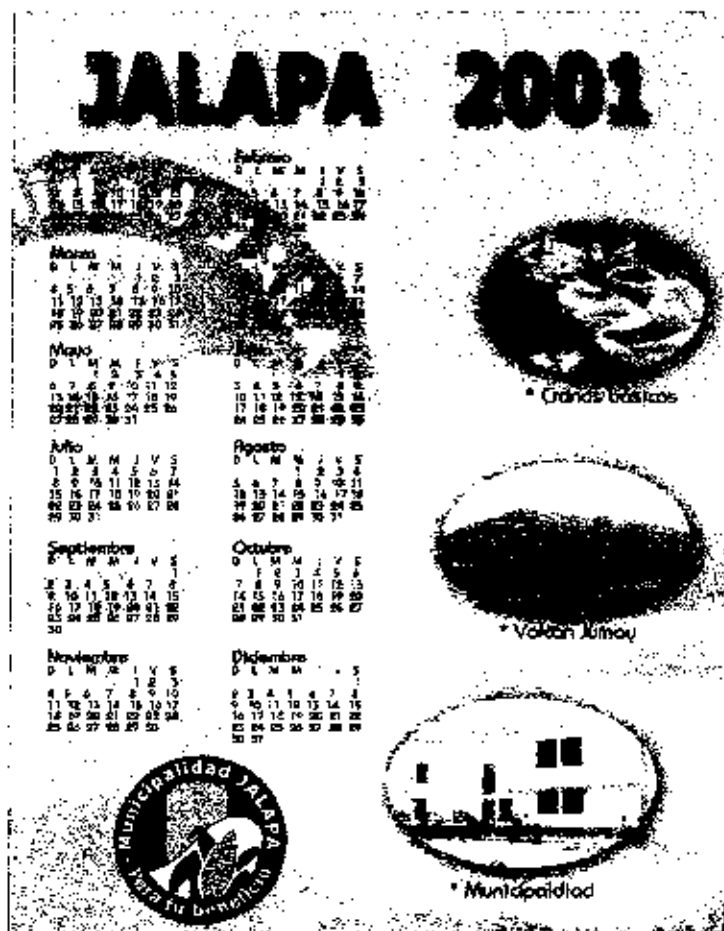
# ALMANAQUE

Son soportes gráficos que ayudan a promocionar la institución así como los valores, además son útiles debido a que su objetivo es brindar la calendarización de todo un año, incluso son un elemento decorativo.

El almanaque debe imprimirse a "full color", en papel textocote calibre 20, presentará el escudo de la Municipalidad. El fondo va formado por tres elementos un degrade amarillo una fotografía de la laguna de los Achiotos en amarilla y el escudo.

## Almanaque

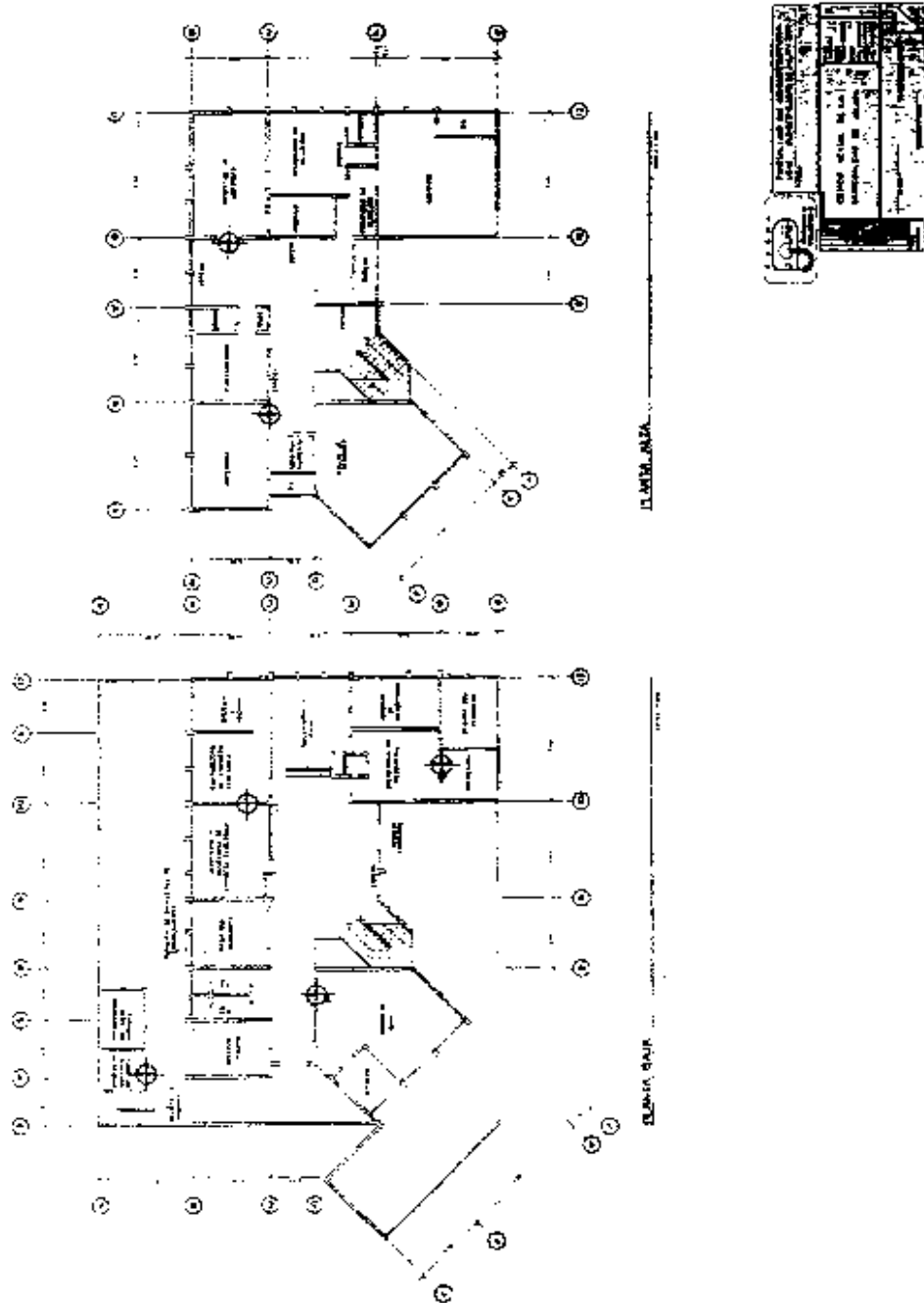
18'



24'

# PLANOS

Esta es una copia de los planos del Edificio Municipal de Jalapa, sirven para identificar el lugar donde se ubicará la señalización que corresponde al interior de la Municipalidad de Jalapa. Se divide en dos plantas: planta alta y planta baja. Aquí se encuentra en forma horizontal para apreciarla mejor.



## SEÑALIZACIÓN

La señalización de oficinas es necesaria para facilitar la ubicación de cada uno de los ambientes en los que se divide la Municipalidad de Jalapa. Así se facilitará a los usuarios la ubicación de cada uno de los departamentos en que ésta se divide.

Su reproducción es sobre base de PVC fondo blanco, debe incluir el escudo de la Municipalidad, con pintura de aceite.

El nombre del cargo o ambiente se imprime en tipografía Arial Black color verde a una o dos líneas. De forma rectangular con bordes redondos. Se colocarán en la parte de arriba de la puerta a tres pulgadas de donde empieza la pared con tornillos de una pulgada.

Señalización de oficinas

12'

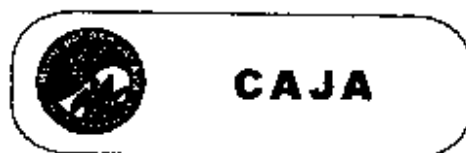


**DESPACHO  
MUNICIPAL**

7 1/2'



**TESORERÍA**

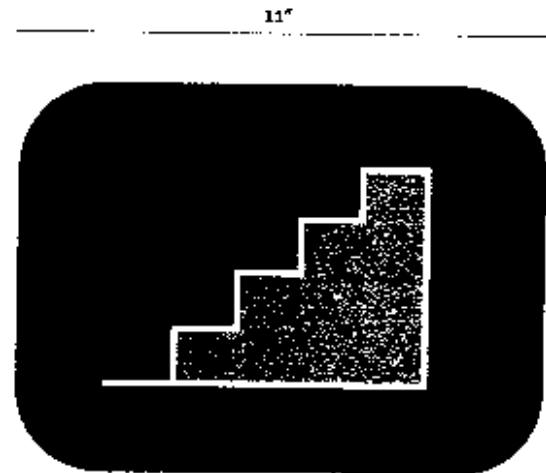


## SEÑALIZACIÓN

La señalización interna aporta factores de identidad y diferenciación, además refuerza la imagen empresarial.

Debe ser reproducida sobre base de PVC, de fondo color verde, el resto de color amarillo con una línea de contorno blanca con pintura de aceite. La tipografía que se debe emplear en la señalización es Arial Black. Este tipo de señalización va colocada en el interior de la municipalidad.

Señalización interna



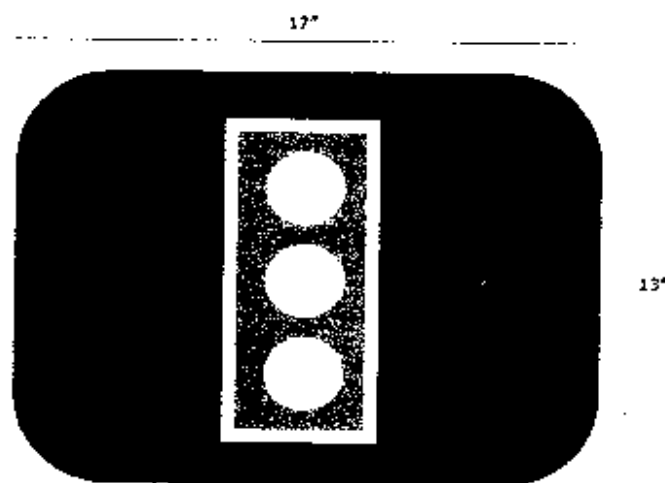
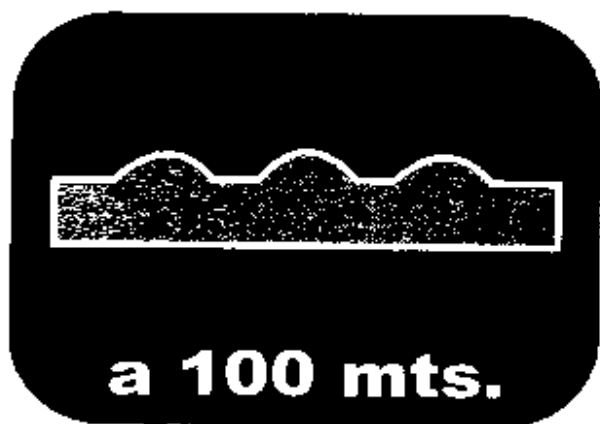
9 1/2"

## SEÑALIZACIÓN

Tiene por objeto la regulación de flujos humanos y motorizados en el espacio exterior. Es un sistema universal y determinante de conductas que facilitan el entorno en que transitan los usuarios.

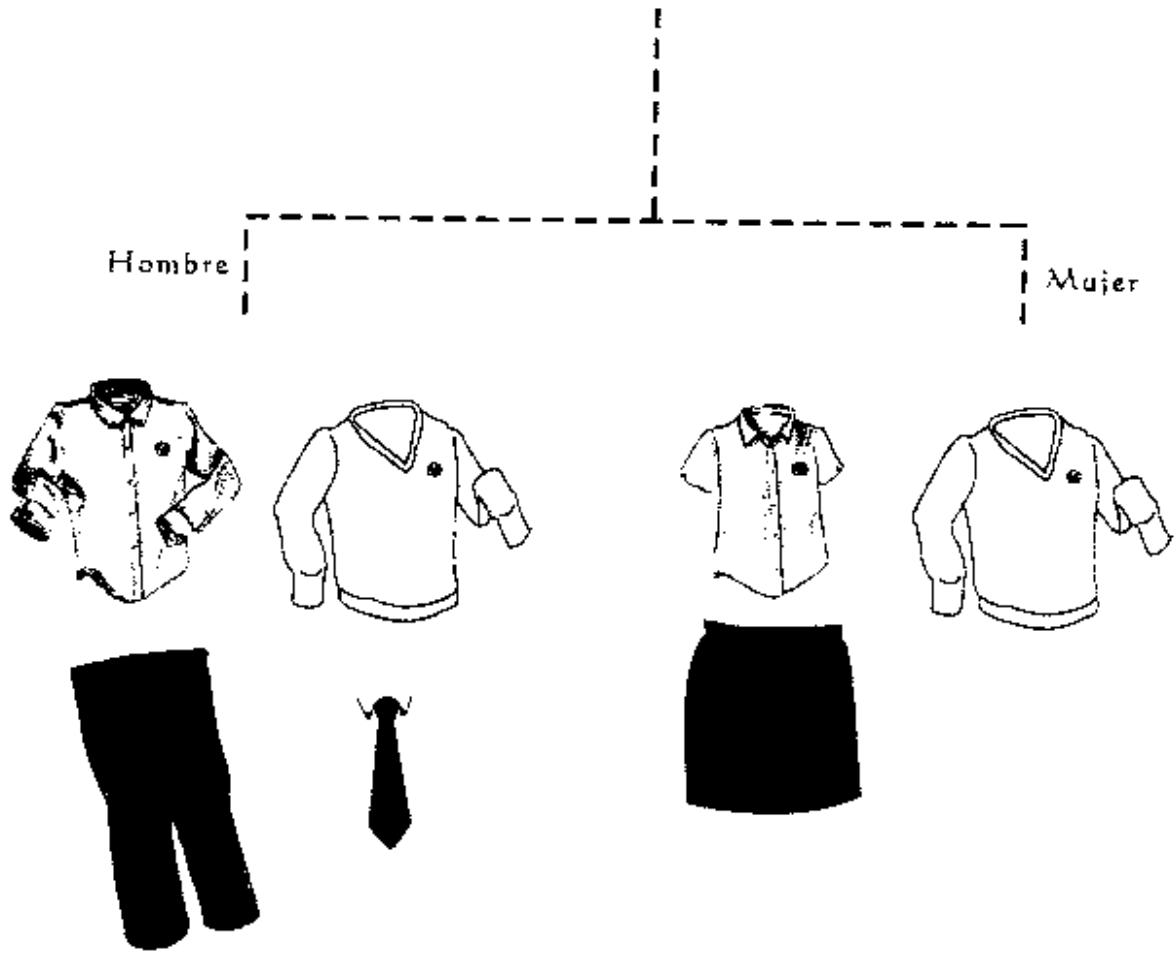
- Señalización Externa: además de reforzar la imagen pública nos facilita la ubicación de las cosas. Esta, debe ser reproducida en base de PVC, el fondo verde, el resto en amarillo con una línea de contorno blanca con pintura de aceite. La tipografía que se debe emplear es la Arial Black, sus esquinas redondeadas y se colocan en las principales calles y avenidas del municipio de Jalapa.

Señalización externa



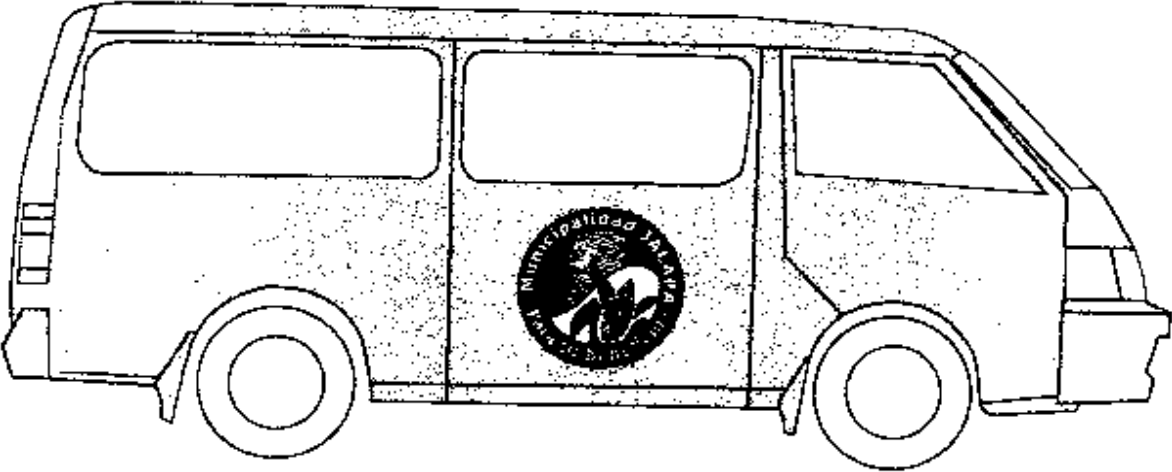
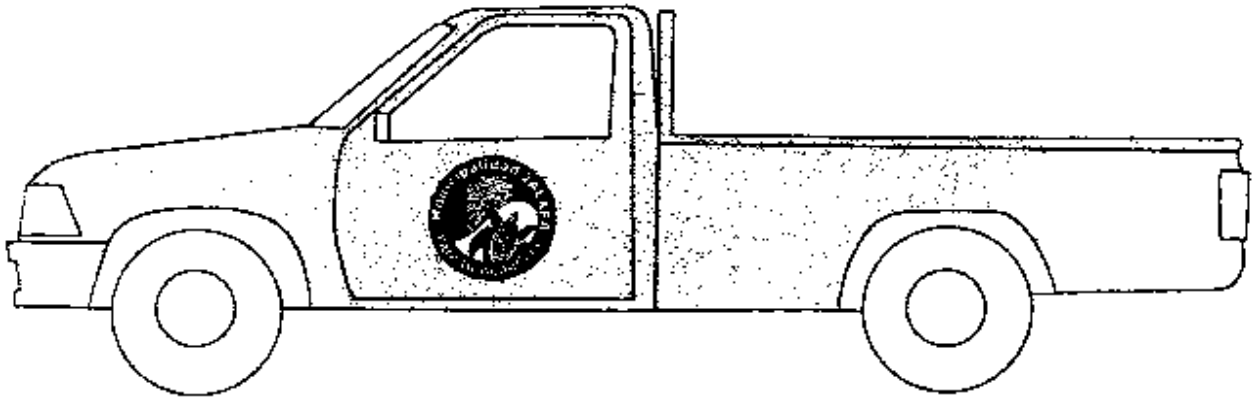
# UNIFORMES

Los uniformes se confeccionarán en tela cómoda, duradera para su mantenimiento. Los colores de las telas deben, en lo posible, elegirse dentro de la gama de los colores corporativos. El color verde puede ser más oscuro debido a que el verde corporativo es demasiado encendido y no luciría en el uniforme. El color blanco se utilizará en la blusa y camisa, el uniforme incluye un sueter amarillo pálido que combina muy bien con el verde. El sueter presenta bordado el escudo de la Municipalidad de Jalapa en la parte superior izquierda así, como la blusa y la camisa.



## VEHÍCULOS

Los automóviles, al igual que cualquier otra implementación, deben ser utilizados para promover los servicios e identificar la imagen de la Municipalidad de Jalapa. Los vehículos presentan el escudo de la Municipalidad en los lugares más visibles, por ejemplo las puertas y el capó; el color de los vehículos puede ser blanco o amarillo.

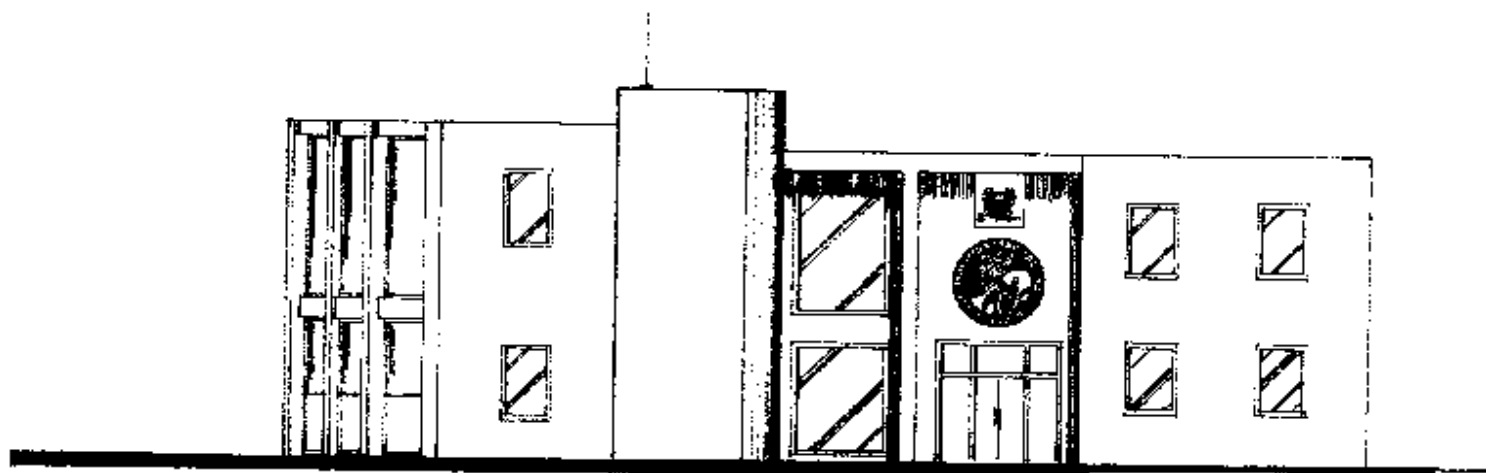




## MUNICIPALIDAD

El edificio Municipal puede pintarse de amarillo crema y verde olivo con pintura a base de agua. El amarillo crema de fondo y el verde olivo en los zócalos, las puertas y las columnas así como el zócalo de las gradas, en la parte frontal de la entrada principal del edificio municipal se pintará el escudo de la Municipalidad y el escudo del departamento de Jalapa.

Edificio Municipal



## Otras Aplicaciones

La imagen corporativa se crea mediante los diversos soportes gráficos y promocionales que es necesario reproducir para que la mente del público tenga una imagen clara y adecuada de la municipalidad. Estos promocionales se distribuirán en todas las actividades que la Municipalidad realice.

### Artículos promocionales



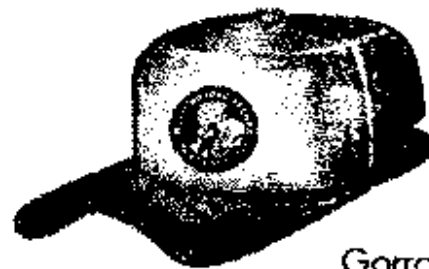
Piayera



Llovero



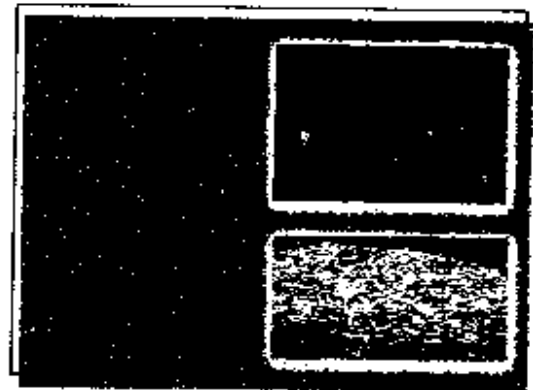
Botón



Gorra

### 3.3 Justificación de los elementos gráficos

El símbolo que presenta el escudo es una abstracción de un elote o una mazorca. Se utilizó este elemento debido a que en el departamento se cosecha principalmente el maíz que luego es distribuido a toda la república de Guatemala. El maíz es la mayor fuente económica para todos los campesinos del municipio de Jalapa, por lo que se consideró un elemento muy representativo para la Municipalidad. El 80% de los encuestados respondió que sí es un elemento funcional para representar a la Municipalidad. En el fondo se colocó la bandera de Jalapa, para hacerlo más representativo de la Municipalidad de este municipio.



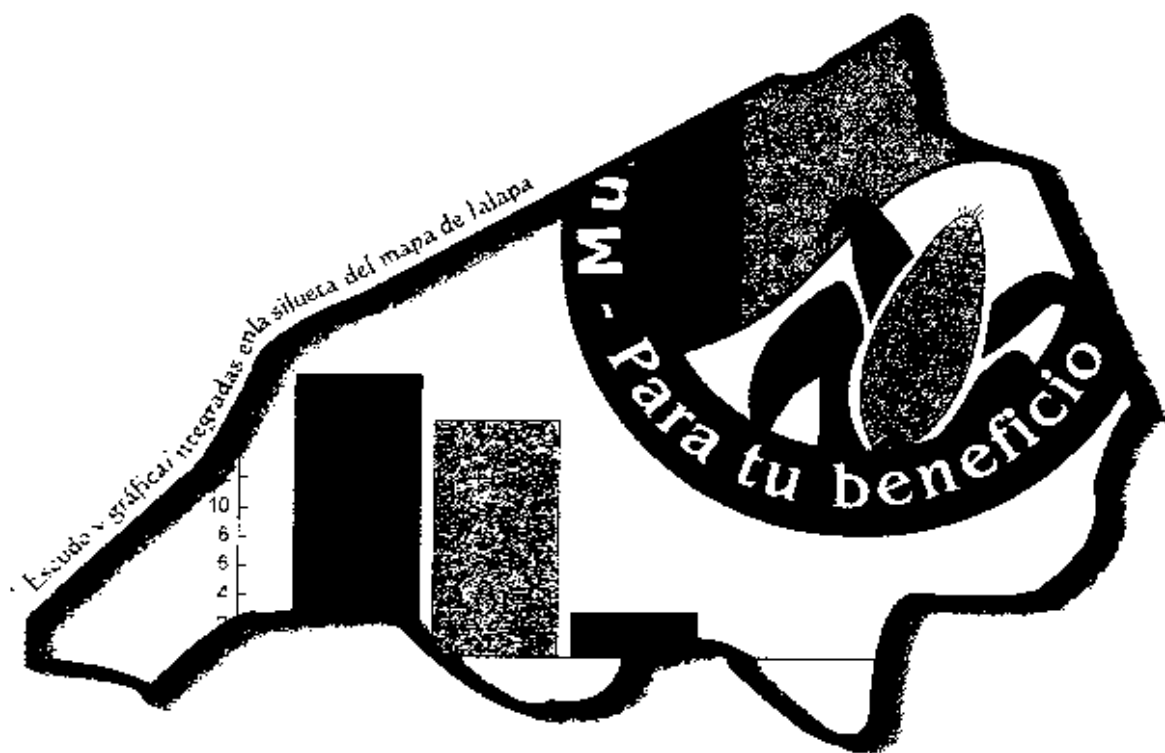
La tipografía utilizada en el escudo es Verdana es palo seco por lo cual no se dificulta su lectura, es diferenciable y muy legible. Municipalidad se empleó en altas y bajas mientras que Jalapa se empleó solo en altas, para que connotara más fuerza y resaltara. También se incluyó el eslogan ya que se hacia más fácil integrarlo que dejarlo suelto. Se logró una combinación armoniosa entre el símbolo y la tipografía debido a que es un escudo adecuado y representativo de la Municipalidad, para que el público se identificara con él.

El escudo se utilizó en tres colores, el símbolo en dos: el color amarillo pantone 109 y el verde pantone 368, ya que son los colores que parecido presentan con la mazorca o el elote. El tercer color, que es el rojo pantone 178, se incluye solamente en la bandera de Jalapa.

En el diseño de página se colocó una pantalla del escudo a un 12 % de negro, se juega con la posición para no hacer el diseño muy marcado y el numeral se ubica en la parte superior izquierda. De esta manera es más fácil que el lector lo ubique, además, se incluye una línea horizontal que llega al numeral con el fin de guiar el ojo hacia el número.

La línea punteada es una forma de guiar la vista a determinado objeto sobre el que se desea llamar la atención.

# CAPÍTULO 4



## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LAS PIEZAS

## 4.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN MUNICIPALIDAD DE JALAPA

### Concepto básico

Establecer unidad gráfica en todos los materiales de comunicación de la municipalidad de Jalapa, generando una personalidad de marca que refleje seriedad y dinamismo.

### Tratamiento

Se propone una línea de comunicación que proyecte a la marca identificada con los valores tradicionales del lugar y que alcance con efectividad a un grupo objetivo tan heterogéneo como la población y los visitantes, por lo mismo, el código básico del lenguaje debe ser muy directo y claro. No se recomienda, por ejemplo, el uso de titulares de doble connotación, o que requieran complejidad en la decodificación del mensaje.

### Potencial de posicionamiento

El potencial de posicionamiento es directamente proporcional al margen de uso y de inversión del concepto general, de aquí que bajo la propuesta actual, y utilizando eventualmente medios de comunicación locales para apoyar el concepto se logra el potencial de posicionamiento.

### Unidad

De esta necesidad de comunicación emana, precisamente, el requerimiento de un manual de normas gráficas, de tal forma que no permita que se vea, por ejemplo el escudo utilizado con otros colores, otra forma, otra disposición de elementos etc. Por lo tanto la propuesta fue creada con total unidad en todos sus elementos.

### Aprovechamiento de mención de marca

En publicidad, se conoce como "share of voice" el grado de mención de una marca o un concepto determinado en los medios masivos o alternativos, expuestos de una forma u otra al público.

En este planteamiento específico se busca incrementar el "share of voice" actual de la municipalidad por medio de la maximización de sus recursos, por lo que se recomienda el uso del escudo, eslogan, unidad gráfica y conceptual en todo aquello que pueda estar expuesto al grupo objetivo.

La identificación de las unidades móviles, por ejemplo producen un "share of voice" de bajo costo, ya que no se debe pagar una pauta en medios, para que la gente vea el escudo, de aquí que se recomienden artículos promocionales, y la aplicación del concepto general en todos aquellos materiales posibles. La idea es no desperdiciar ninguna oportunidad de exposición de marca.

Nota final: la estrategia de comunicación publicitaria y gráfica no es absoluta en cuanto a que, aisladamente, pueda lograr un cambio total de percepción o una meta específica en la mente del grupo objetivo. (No debe olvidarse que una sana mezcla de mercado comprende: el precio, el producto, la plaza y la promoción) de aquí pues, que es indispensable que la gente en un alto porcentaje, esté conforme con la inversión de sus impuestos, y con la honestidad de sus autoridades (que, en este caso, juegan el papel del producto), de la forma en que son recibidos cuando se acercan al PoP o plaza (que, en este caso, es la sede municipal). El fundamento del éxito no está únicamente en contar con una estrategia sólida y consistente de comunicación, para que los resultados sean permanentes se requiere que no exista desmercadotecnia (o la decepción del grupo objetivo en grado significativo).

## 4.2 Estrategia para la recolección de datos

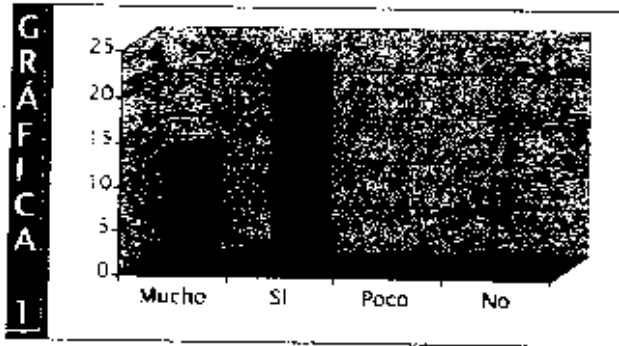
Los datos que sirvieron para la comprobación de la eficacia de las piezas que conforma la imagen corporativa de la municipalidad de Jalapa, fueron obtenidos de la siguiente manera.

- Se tomó en cuenta, principalmente la opinión de los directivos del consejo municipal, se les explicó ampliamente la función del manual de normas gráficas y el beneficio que podría significar para la institución. Posteriormente, fueron encuestados.
- Además de los directivos fue necesario encuestar a varios empleados de la Municipalidad, después de haberles expuesto en qué consistía dicho manual.
- Por último se tomó en cuenta la opinión de varios vecinos del lugar, exponiéndoles la propuesta, previo a explicarles la encuesta.
- Es importante aclarar que se dio prioridad a la opinión del Consejo Municipal, por ser quienes conocen a fondo las necesidades de la municipalidad y el mensaje que ésta quiere transmitir, además de ser los posibles ejecutores del proyecto. La opinión de los pobladores, así como la de los empleados, no es representativa pero sirvió de complemento.

## 4.3 Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta. (Etapa Evaluativa)

A continuación se presenta la interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas.

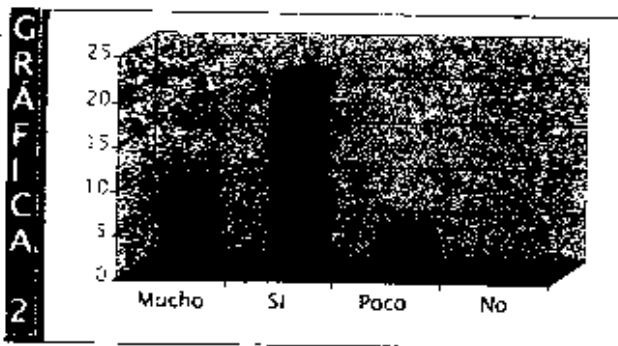
## Pregunta # 1



- ¿Cree que la Municipalidad, como autoridad de Jalapa, debe presentar una imagen adecuada y atractiva para identificarse con la población?

- Trece de las personas encuestadas contestaron que es muy importante que la Municipalidad represente una imagen adecuada y atractiva mientras que otras veintitres contestaron que sí y una persona contestó que poco.

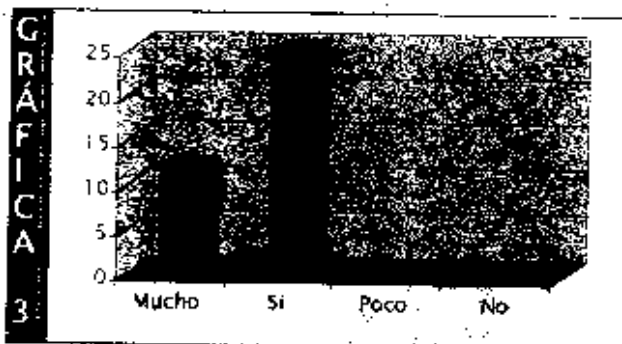
## Pregunta # 2



- ¿Considera que el escudo propuesto representa a la Municipalidad y es atractivo?

- Diez personas contestaron que el escudo propuesto es muy representativo, veintidos personas contestaron que sí y cinco de ellas contestaron que poco.

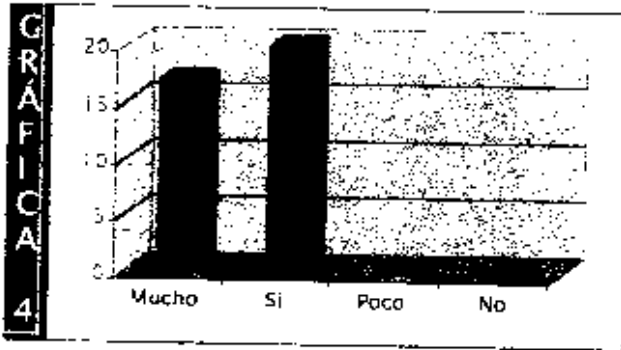
## Pregunta # 3



- ¿Cree que los colores utilizados son adecuados y agradables?

- Doce personas contestaron que los colores utilizados son adecuados y agradables y las otras veinticinco personas respondieron que sí.

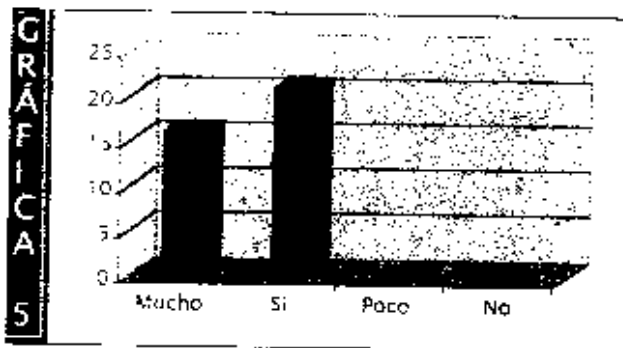
### Pregunta # 4



- ¿Considera que la letra que se utilizó en el escudo es legible?

- Doce de las personas encuestadas respondieron que la tipografía que se utilizó es muy legible mientras que el resto que son veinticinco personas respondieron que sí.

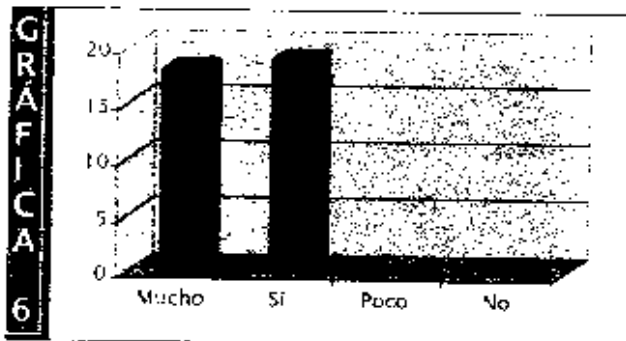
### Pregunta # 5



- ¿Considera que el eslogan "¡Para tu beneficio!", es el mensaje que la Municipalidad quisiera transmitir al pueblo?

- Dieciséis de las personas encuestadas respondieron que el eslogan ¡Para tu beneficio! es una frase que conecta mucho con el pueblo, mientras que las otras veintiuna personas respondieron que sí.

### Pregunta # 6

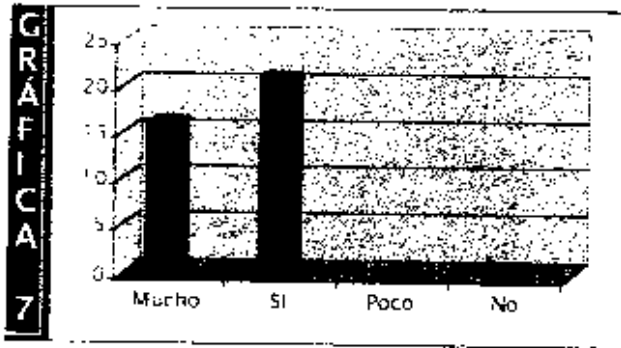


- ¿Cree usted que es atractiva la portada del manual de normas gráficas?

- Dieciocho personas respondieron que la portada del manual de normas gráficas es muy atractiva y el resto que son diecinueve personas respondieron que Sí.



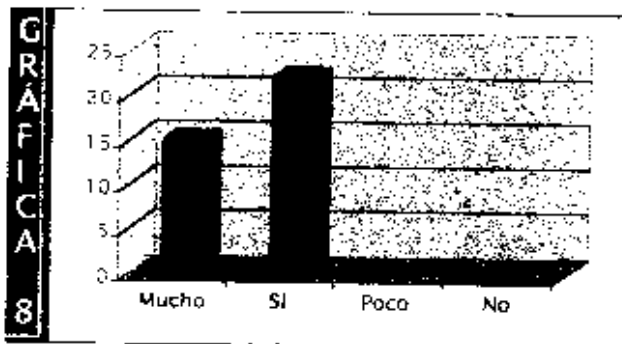
### Pregunta # 7



- ¿El conjunto de la señalización interna y externa le parece adecuado y atractivo?

- Dieciséis personas contestaron que es muy atractiva y adecuada la señalización interna y externa, mientras que las otras veintiuna personas respondieron que sí.

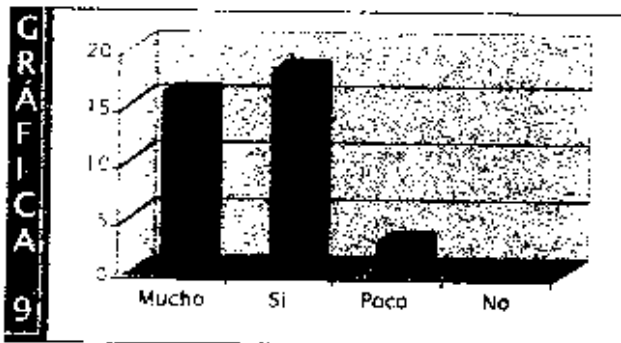
### Pregunta # 8



- ¿Considera usted que el conjunto de la valla, manta, afiches, bifoliar y almanaque son atractivos?

- Quince personas encuestadas respondieron que son muy atractivos los elementos anteriormente mencionados y las otras veintidos personas contestaron que sí son atractivos.

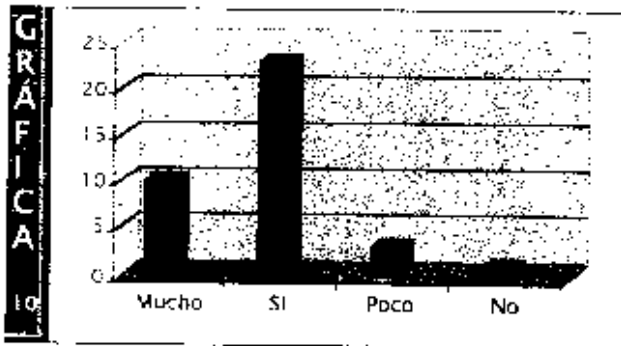
### Pregunta # 9



- ¿Considera usted que es necesario utilizar uniforme en la Municipalidad y además ofrece una mejor imagen pública?

- Dieciséis personas respondieron que es muy necesarios utilizar uniforme para dar una mejor imagen ante el público, mientras que dieciocho personas respondieron que sí y tres de ellas respondieron que muy poco.

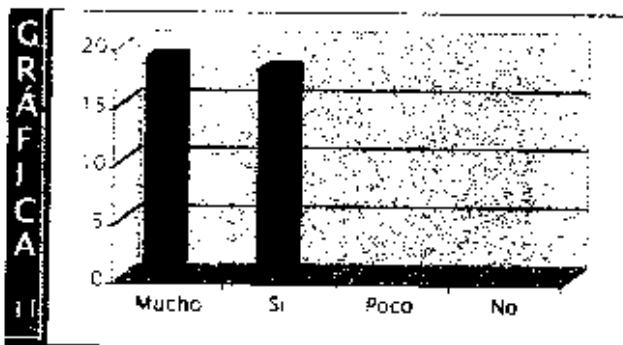
## Pregunta # 10



- ¿Cree usted que son necesarios los artículos promocionales para tener una mejor imagen ante la población?

- Diez de las personas encuestadas respondieron que son muy necesarios, mientras que veintitres personas respondieron que sí, tres de ellas dijeron que muy poco y una persona dijo que no.

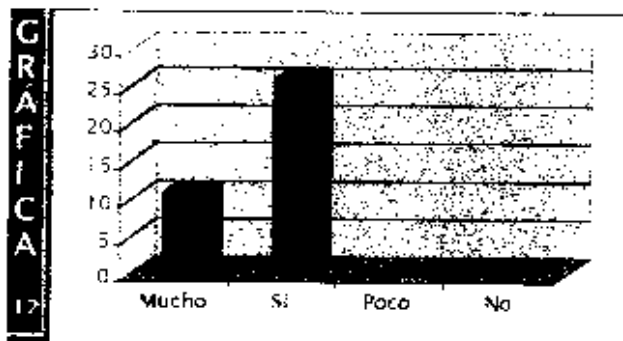
## Pregunta # 11



- ¿Cree usted que todo el material presentado tiene unidad y es atractivo?

- Diecinueve personas respondieron que todo el material presentado tiene mucha unidad mientras que dieciocho personas respondieron que sí tiene unidad.

## Pregunta # 12



- ¿Cree usted que la imagen corporativa que se le presenta, además de ser atractiva, se adapta a las funciones de la Municipalidad de Jalapa?

- Once personas encuestadas respondieron que la imagen corporativa que se les presentó, además de ser atractiva, se adapta a las funciones de la Municipalidad de Jalapa, mientras que veintiseis de ellas respondieron que sí.

- Con base en los resultados de la encuesta y en la observación de la reacción positiva de las personas encuestadas ante la propuesta de la Imagen Corporativa que se les presentó, se concluye que queda comprobada la eficacia de la misma reunida en el manual de normas gráficas. Con esto finaliza la validación y queda como último paso la reproducción y aplicación de las piezas propuestas, por parte de la Municipalidad de Jalapa.

## CRÉDITOS

### Julieta Guerra Recinos

- \* Diseño y Diagramación
- \* Scans, Diccionario Ilustrado de Inglés Word by Word
- \* Fotografías
- \* Fotomontajes
- \* Investigación

## CONCLUSIONES

- Se obtuvo resultados positivos de la propuesta gráfica para la imagen corporativa de la Municipalidad de Jalapa, puesto que está basada en investigaciones reales que permitieron conocer el pueblo, su cultura y aspectos relevantes. Además las funciones de la Municipalidad y la relación con su público. Estos, aspectos permitieron encontrar una solución adecuada y funcional en el Manual de normas gráficas.
- Sobre la base de los resultados de las encuestas se puede afirmar la utilidad de las piezas diseñadas para crear la Imagen Corporativa de la Municipalidad de Jalapa.
- Los diseños de las piezas gráficas causan un efecto positivo y funcional debido a la aceptación del público encuestado. Los colores que se utilizaron fueron los más adecuados en virtud del símbolo que se utilizó en el escudo así como los colores de la bandera de Jalapa, por ello se trabajó en tres colores.
- Con este proyecto se impulsa el surgimiento de una comunicación visual, sobre todo, con los vecinos de Jalapa, ya que la Municipalidad es la autoridad del pueblo y es responsable de varias de sus acciones.

## RECOMENDACIONES

- Para la elaboración de una Imagen Corporativa es necesario tener un amplio conocimiento del municipio al que va dirigida, su cultura y aspectos sociales, ya que son aspectos claves para la aceptación de las piezas diseñadas, las cuales solucionarán el problema que se está estudiando.
- Es importante que el escudo que represente a la Municipalidad como autoridad de un pueblo, sea reconocido entre la población y se identifiquen con él, ya que el efecto será positivo en tanto se logre la identificación.
- Es necesario que la Municipalidad de Jalapa, tome en cuenta los beneficios que surgirán al emplear una imagen adecuada y funcional que traerá ventajas no sólo a nivel institucional sino social, colectivo o comunal.
- Debe tomarse en cuenta que una Imagen Corporativa es creada para durar un mínimo de diez años, por lo que se le recomienda a la Municipalidad de Jalapa que sean planteados estos aspectos y se realice al iniciar el gobierno de una directiva.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Camacho Cuellar, Jairo  
1992 Curso de Diseño Gráfico. Educación Cultural S.A.: Ediciones Orbis Tomo 1 y 3.
2. Costa, Joan  
1994 Imagen Global. España, 3ra. Ed. Grupo Editorial CEAC. S.A.
3. Código Municipal, Decreto No. 58-88 del Congreso de la República de Guatemala: Librería Jurídica.
4. 1985 Cumbre, Enciclopedia Ilustrada, Tomo V. España, Editorial Cumbre S.A.
5. Hugh Aldersey, Williams  
1998 Identidad Corporativa. Barcelona, España: Parramón Ediciones S.A.
6. Interiano, Carlos  
1995 Semiología y Comunicación. Guatemala C.A.: Ediciones Paz.
7. Jurado Duarte, Luis Gustavo  
1997 El Diseñador Gráfico frente al Lenguaje Visual y sus Elementos Constructivos. Material didáctico obtenido en el curso de Teoría de la Imagen, Usac. Diseño Gráfico.
8. Mérida, Lorena  
1999 Diseño de un Impreso. Material distribuido en el curso de Seminario, Usac. Diseño Gráfico.
9. Prah Redondo, Carlos E.  
1991 Aproximación a los Símbolos Patrios. Guatemala, Centro América.
10. Recopilación de Leyes Relacionadas con el Quehacer Municipal. Librería Jurídica.
11. Russel, Thomas/Lane Ronald  
1995 Manual de Publicidad Kleppner, tomo 2 y 3. Editorial Prentice Hall Hispano Americano, S.A. Ediciones.

## GLOSARIO

- Armería            Ciencia del blasón, o arte heráldico.
- Arquetipos        Modelo o ejemplar de alguna cosa.
- Arte Final        Es la estructura final de un boceto aprobado, que esta listo para mandar a ser reproducido en cualquier momento que se disponga.
- Blasón            El arte de explicar y describir los escudos de armas.
- Blasonar         Disponer el escudo de armas, según las reglas del arte.
- Boceto            Bosquejos iniciales y finales de una gráfica que marcan el desarrollo de un arte final, los cuales deben ser visualizados y necesitan de una asesoría gráfica.
- Diagramación    Es la forma o estructura que se le da a un formato o área en el cual se trabajará.
- Enajenante        Pasar o entregar el dominio de una cosa. Privar a uno del uso de la razón o de los sentidos.
- Escudo de Armas    El campo, superficie, o espacio de distintas figuras y en que aparecen los blasones de algún reino, país, ciudad, o familia.
- Espoleta         Clave primordial del inicio de una cosa o proyecto a realizarse.

# ANEXOS

## Encuesta.

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Programa de Diseño Gráfico

IMAGEN CORPORATIVA  
MUNICIPALIDAD DE JALAPA

Objetivos: las siguientes preguntas pretenden conocer su opinión acerca del material gráfico que se le presenta, que describe una propuesta de la imagen corporativa para la municipalidad de Jalapa

Edad: \_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_ Ocupación: \_\_\_\_\_

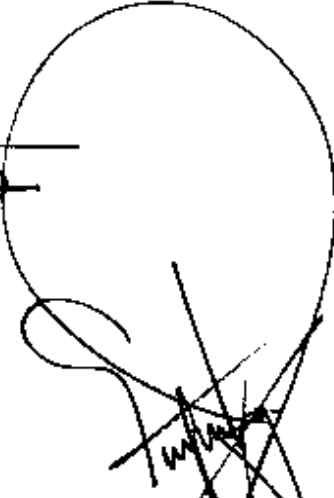
1. Cree que la municipalidad como autoridad de Jalapa debe presentar una Imagen adecuada y atractiva para identificarse con la población?  
Mucho  Si  Poco  No
2. Considera que el escudo propuesto representa a la municipalidad y es atractivo?  
Mucho  Si  Poco  No
3. Cree que los colores utilizados son adecuados y agradables?  
Mucho  Si  Poco  No
4. Considera que la letra que se utiliza en el escudo es legible?  
Mucho  Si  Poco  No
5. Considera que el slogan "Para tu beneficio!" es el mensaje que la municipalidad quisiera transmitir al pueblo?  
Mucho  Si  Poco  No
6. Cree usted que es atractiva la portada del manual de normas graficas?  
Mucho  Si  Poco  No
7. El conjunto de la señalización interna y externa le parece adecuado y atractivo?  
Mucho  Si  Poco  No
8. Considera usted que el conjunto de la valla, manta, afiches, bifoliar y almanaque son atractivos?  
Mucho  Si  Poco  No
9. Considera usted que es necesario utilizar uniforme en la Municipalidad y además da una mejor imagen pública?  
Mucho  Si  Poco  No
10. Cree usted que son necesarios los artículos promocionales para tener una mejor imagen ante la población?  
Mucho  Si  Poco  No
11. Cree usted que todo el material presentado tiene unidad y es atractivo?  
Mucho  Si  Poco  No
12. Cree usted que la imagen corporativa que se le presenta, además de ser atractiva se adapta a las funciones de la Municipalidad de Jalapa?  
Mucho  Si  Poco  No



**IMPRIMASE**



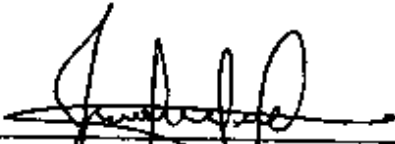
**ARQ. RODOLFO PORTILLO**  
/DECANO



**D.G. EMPERATRIZ PÉREZ**  
ASESOR GRÁFICO



**ARQ. BRENDA PENADOS BALDIZÓN**  
ASESOR METODOLÓGICO



**JULIETA GUERRA RECINOS**  
SUSTENTANTE