

Congreso Iberoamericano  
**IBERGECYT'25**  
Palacio de Convenciones de La Habana



# **Estrategia de comunicación para la Red universitaria de Gestión para el Desarrollo de la Economía Circular REDEC**

**Autora: Odalis Fundora Arencibia  
Prof. Auxiliar Facultad de Turismo/UH**

Red de Gestión para el Desarrollo de la Economía Circular  
Surge con la propuesta de asignaturas electivas y optativas de la  
Universidad de La Habana y a partir de la presentación de los  
trabajos de estudiantes de varias facultades en TCE.

La creación de la Red ha constituido un nuevo reto para  
profesores, investigadores y estudiantes interesados en una de las  
tendencias actuales de la sociedad, transitar del modelo lineal de  
la economía al modelo circular.

Toda organización que surge debe tener en cuenta la comunicación con las partes interesadas y su público interno, aún más cuando se conoce la incidencia que tiene este proceso que es estratégico y transversal a los procesos de las organizaciones, es a través de la comunicación que se puede incidir sobre la forma de gestionar el desarrollo de la economía circular

Se ha evidenciado a nivel internacional la importancia de la comunicación y las brechas que aun existen para su implementación en las organizaciones públicas y privadas de todos los sectores

# Manual de Comunicación Estratégica

Introducción

Manual de identidad visual

Estrategia de Comunicación

Plan de Comunicación

Plan de medios de Comunicación

- En el contexto cubano actual a partir de la aprobación de la **Ley No. 162/2023 “De Comunicación Social”** en la que se establece en su artículo 1 a) Regular el **Sistema de Comunicación Social para la gestión estratégica e integrada de los procesos de comunicación social en los ámbitos organizacional, mediático y comunitario**, con fines políticos, de bien público, organizacionales y comerciales e los espacios públicos ya sea físicos o digitales, es importante regirse por los **documentos normativos** que establece la **ley** para las organizaciones públicas y privadas y **planificar, organizar, coordinar y evaluar la estrategia y los planes de comunicación y de medios de comunicación.**

# Manual de Comunicación Estratégica

Establece las políticas y directrices de comunicación, estrategia y planes de acción y medios para las actividades de la Red de Gestión para la Economía Circular.

## Objetivo

Garantizar una comunicación efectiva, coherente y alineada con los principios de sostenibilidad y economía circular.

## Creación de la Red de Gestión para el Desarrollo de la Economía Circular

Se asumió la elaboración y presentación de la propuesta de Manual de comunicación el 12 de junio de 2025, el documento contiene además el manual de identidad visual, la estrategia, plan de comunicación y el plan de medios.



# Manual de Identidad

## Signos de identidad

### Contenidos

#### 01. INTRODUCCIÓN

#### 02. DISCURSO VISUAL

#### 03. SIGNOS DE IDENTIDAD

- 3.1. Logotipo
- 3.2. Símbolos
- 3.3. Identificador visual
- 3.4. Paleta de colores
- 3.5. Fuentes tipográficas
- 3.6. Textos de apoyo
- 3.7. Código tipográfico
- 3.8. Símbolos de apoyo
- 3.9. Código negativo
- 3.10. Código compuesto
- 3.11. Código fotográfico

#### 04. APLICACIONES

### El logotipo

Nuestro logotipo es el símbolo fundamental de la marca: la representación visual de nuestra esencia como una red comunitaria, sostenible y comprometida con el medioambiente. Su correcta aplicación es primordial para construir un reconocimiento sólido. Por ello, debe ser empleado consistentemente y no puede ser alterado, distorsionado o reinterpretado bajo ninguna circunstancia.

Se trata de una pieza de lettering exclusiva, un logo tipográfico creado específicamente para las letras de nuestro nombre. Este diseño personalizado asegura su singularidad y refuerza nuestra identidad de forma única.

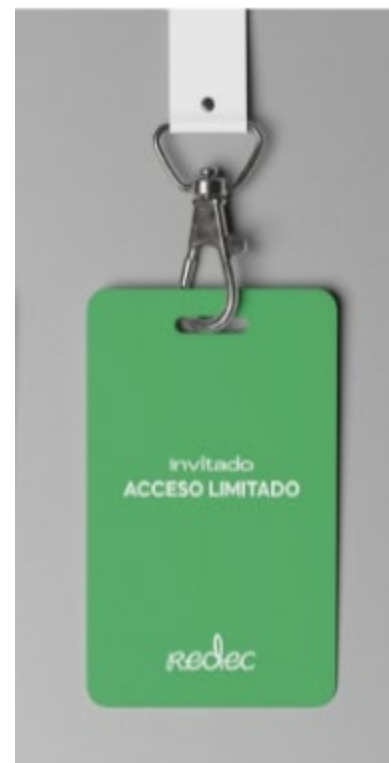
■ Bases a lápiz digitalizado

■ Resultado final

reddec reddec









## Contenidos

### 01. INTRODUCCIÓN

### 02. DISCURSO VISUAL

### 03. SIGNOS DE IDENTIDAD

### 04. APLICACIONES

- 4.1. Recursos identificativos
- 4.2. Recursos complementarios
- 4.3. Recursos digitales
- 4.4. Recursos emblemáticos
- 4.5. Recursos de entorno
- 4.6. Recursos promocionales

## Recursos promocionales

Llavero

Materia:  
Plástico

Técnica de impresión:  
Impresión digital



Logo of the Government of Asturias

### IMAGOTIPO

Es el logotipo en su totalidad, a los conceptos fundamentales de identidad gráfica, además de la marca comercial del proyecto.

Con una geometría particular, dos hojas se unen inconspicuamente para unificar el diseño y la identidad de una institución. El logotipo refleja la estructura y el carácter que promueve la red GEDEC.

Se trata de un diseño gráfico que refleja el carácter y el carácter institucional de la institución. Se trata de un diseño gráfico que refleja el carácter y el carácter institucional de la institución.

GEDEC

Gestión para el Desarrollo de la Economía Circular

Three icons representing different aspects of the circular economy

### LOGOTIPO

Se define como un logotipo que sea fácil de reconocer y que sea fácil de recordar. Se trata de un diseño gráfico que refleja el carácter y el carácter institucional de la institución.

Se trata de un diseño gráfico que refleja el carácter y el carácter institucional de la institución.

### CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

El logotipo se define como un diseño gráfico que sea fácil de reconocer y que sea fácil de recordar. Se trata de un diseño gráfico que refleja el carácter y el carácter institucional de la institución.

Se trata de un diseño gráfico que refleja el carácter y el carácter institucional de la institución.

Diagram showing the construction of the brand mark

### CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

El logotipo se define como un diseño gráfico que sea fácil de reconocer y que sea fácil de recordar. Se trata de un diseño gráfico que refleja el carácter y el carácter institucional de la institución.

Se trata de un diseño gráfico que refleja el carácter y el carácter institucional de la institución.

Diagram showing the construction of the brand mark

- La primera versión del Manual fue aprobada por el Grupo coordinador de la Red. Se logró en tiempo y forma incorporar al Manual de comunicación, el Manual de Identidad visual, cuyo nombre genérico es Gestión para el desarrollo de la Economía Circular y su marca REDEC.
- Aun con el poco tiempo de existencia de la RED se evidencia amplia cobertura por los medios de comunicación.
- La estrategia de comunicación se implementó en su primera etapa y los resultados hasta la fecha se han evidenciado en resultados tangibles a través de la presencia de la REDEC en los medios de comunicación y otros canales y redes digitales.
- Para la segunda etapa de evaluación de los objetivos y con la identidad visual aprobada queda pendiente el diseño de la página web y redes sociales digitales la Red.

Congreso Iberoamericano  
**IBERGECYT'25**  
Palacio de Convenciones de La Habana



# **Estrategia de comunicación para la Red universitaria de Gestión para el Desarrollo de la Economía Circular REDEC**

**Autora: Odalis Fundora Arencibia  
Prof. Auxiliar Facultad de Turismo/UH**