

Archivo de identificación

Sección a la que se dirige el artículo: Monotemático

Autor: Bladimir, Jaramillo, Guayaquil, Ecuador

Título:

Identidad visual corporativa en organizaciones de la Economía Popular y Solidaria. Estudio de casos en Guayaquil, Ecuador

Corporate visual identity in organizations of the Popular and Solidarity Economy. Cases in Guayaquil, Ecuador

Resumen

En siguiente estudio trata sobre la incidencia de la Identidad Visual Corporativa (IVC) en el desarrollo de las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria (EPS). En el Ecuador las EPS están garantizadas en la Constitución de la República, se encuentra regulado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS). El gobierno central viene desplegando ciertas políticas y programas dirigidos a fortalecer este sector, sin embargo, aún persisten muchos problemas que no permiten su desarrollo pleno, entre ellos una adecuada IVC. La definición de una marca como elemento identificador de productos o servicios que ofrece una organización es fundamental, a través de ella se logra la diferenciación en un mercado globalizado y altamente competitivo, sobre esta base buscar el reconocimiento y el posicionamiento en los públicos. El estudio realiza un análisis de varios casos de estas organizaciones en la República del Ecuador, la mayoría de los miembros de estas asociaciones son personas adultas, con un bajo nivel de instrucción, alto grado de analfabetos digitales, la gran mayoría de estas EPS no tiene una estrategia de comunicación que permita expandir su accionar a nuevos mercados.

Palabras clave: *identidad visual corporativa, marca, economía popular y solidaria, comunicación visual, branding.*

Abstract

The following study deals with the incidence of the Corporate Visual Identity (IVC) in the development of the organizations of the Popular and Solidarity Economy (EPS). In Ecuador the EPS are guaranteed in the Constitution of the Republic, is regulated by the Superintendency of Popular and Solidarity Economy (SEPS). The central government has been deploying certain policies and programs aimed at strengthening this sector, however, many problems persist that do not allow full development, including an adequate CVI. The definition of a brand as an identifying element of products or services offered by an organization is fundamental, through it differentiation is achieved in a globalized and highly competitive market, based on this search for recognition and positioning in the public. The study makes an analysis of several cases of these organizations in the Republic of

Ecuador, most of the members of these associations are adults, with a low level of education, high degree of digital illiterate, the vast majority of these EPS does not have A communication strategy that allows to expand its action to new markets.

Keywords: corporate visual identity, brand, popular and solidarity economy, visual communication, branding.

Filiación institucional: Universidad de Guayaquil.

- **Nombre completo:** Jaramillo Escobar – Bladimir. Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social, Carrera de Diseño Gráfico
- **Nombramiento profesional:** Profesor Contratado
- **Cargo en la institución:** Profesor, investigador
- **E-mail:** bladimir.jaramilloe@ug.edu.ec
- **Número de ORCID:** <http://orcid.org/0000-0001-9984-813X>

Curriculum Vitae: Economista, Master en Docencia y Gerencia en Educación Superior.

Declaración de originalidad

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

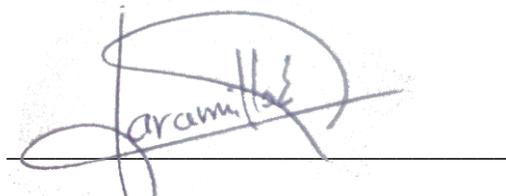
Yo BLADIMIR JARAMILLO ESCOBAR manifiesto mi interés de someter a la evaluación de los dictaminadores que asigne la revista web Razón y Palabra, el texto Identidad visual corporativa en organizaciones de la Economía Popular y Solidaria. Estudio de casos en Guayaquil, Ecuador, del cual soy autor.

Afirmo que ese texto, de mi autoría, es inédito.

Someto a dictamen del Comité Editorial de Razón y Palabra el referido texto el día 27 de junio de 2017.

Declaro que todo comentario y opinión expresado en el citado trabajo es responsabilidad exclusiva de quien suscribe. Lo cual, no necesariamente refleja el punto de vista ni de Razón y Palabra ni de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios.

Declaro que estoy de acuerdo en ceder los derechos de publicación del artículo Identidad visual corporativa en organizaciones de la Economía Popular y Solidaria. Estudio de casos en Guayaquil, Ecuador, de mi autoría, a la revista web Razón y Palabra.



Econ. Bladimir Jaramillo Escobar

C.I. 1708333388