

# Diseño de sistema de identidad para la organización Cristiana Ministerio Venga tu Reino

Memoria para optar al título de Diseñador Gráfico

**Por :**

**Michelle Fajardo Switt**

Profesor guía :

Rudy Morales

**2010**

No autorizado por el autor para ser publicada a texto completo en Cybertesis.



<b>Resumen . .</b>	<b>4</b>
<b>Indice . .</b>	<b>5</b>
<b>NO DISPONIBLE A TEXTO COMPLETO . .</b>	<b>8</b>

# Resumen

Este proyecto se enmarca dentro de la labor realizada por organizaciones civiles sin fines de lucro, específicamente, organizaciones cristianas evangélicas que buscan ser agentes de cambio dentro de la comunidad cristiana y la sociedad, entregando herramientas de desarrollo, valores y principios, que permitan el crecimiento espiritual y valórico de la comunidad en las que están insertas.

El tema de este proyecto se inspira en la labor realizada por una organización cristiana denominada Ministerio Venga Tu Reino, cuyo objetivo se centra en cumplir con la comunidad y su generación, a partir de su credo religioso cristiano para intervenir y promover un cambio en la sociedad sin importar edad, nivel socioeconómico, tendencias y creencias. De este modo la organización lleva a cabo instancias que promueven este cambio tanto en las comunidades cristianas como en la sociedad.

Este trabajo busca facilitar la labor de esta organización haciendo uso de las herramientas del diseño y la comunicación, con el fin de que esta pueda cumplir con sus objetivos de impacto a la comunidad.

Comienza definiendo la necesidad que impulsó el desarrollo de este proyecto y el valor que tiene tanto a nivel de diseño como a nivel personal.

Con el fin de establecer bases firmes para el desarrollo de una solución efectiva es que este proyecto comienza definiendo antecedentes de referencia temática con los cuales se puede establecer a la organización dentro de su contexto específico. Dentro de esto se define a las organizaciones sin fines de lucro como tal, las organizaciones cristianas y finalmente a la organización Ministerio Venga Tu Reino, con sus objetivos y los principios y bases que definen su identidad como organización.

Continúa con el desarrollo de un marco de referencia disciplinario en el cual se definen temas concernientes al diseño y comunicación que nos ayudarán en una futura propuesta. Comienza definiendo los conceptos de Identidad Corporativa desde una perspectiva global dentro de una empresa u organización. Sigue con la definición de los conceptos de Marca, Branding y Comunicación completando así las bases teóricas para el siguiente proyecto.

Completando el marco de referencia se encuentra el análisis de la tipología existente en cuanto a identidad corporativa y aplicación de la comunicación en distintas organizaciones cristianas internacionales.

Por último se realizará una propuesta de diseño, con la cual se buscará dar solución al problema planteado en el inicio de la investigación y que permitirá a la organización Ministerio Venga Tu Reino cumplir con sus objetivos como organización.

# Indice

## INTRODUCCIÓN7

### PLANTEAMIENTO9

Definición del problema

Justificación

### OBJETIVOS13

Generales

Específicos

## MARCO METODOLÓGICO14

## MARCO TEÓRICO

### I. ANTECEDENTES DE REFERENCIA TEMÁTICA

#### 1. ORGANIZACIÓN SIN FINES DE LUCRO17

1.1. Definición de Organización sin fines de lucro

1.2. Contexto de las organizaciones sin fines de lucro en Chile

#### 2. ORGANIZACIONES CRISTIANAS19

#### 3. ORGANIZACIÓN MINISTERIO VENGA TU REINO21

3.1. Historia

3.2. Misión

3.3. Visión

3.4. Objetivo Principal

3.5. No es

3.6. Estructura de la Organización

3.7. Como se financia

3.8. Experiencia de la organización

3.9. Identidad y comunicación actual de la organización

3.10. Análisis F.O.D.A de la organización

### II. ANTECEDENTES DE REFERENCIA DISCIPLINARIA

#### 1. IDENTIDAD CORPORATIVA30

1.1 Soportes de la identidad

1.2 Los 7 vectores de la Identidad

1.3 Objetos principales a alcanzar con la estrategia de identidad corporativa

#### 2 IMAGEN CORPORATIVA34

#### 3 LA MARCA36

3.1 Funciones de la Marca	
4 BRANDING	38
5 COMUNICACIÓN	39
5.1 Branding y comunicación de la Identidad Corporativa	
III. ANTECEDENTES DE REFERENCIA TIPOLOGICA	
1. JOEL OSTEEN MINISTRIES	43
1.1 Identidad y estrategias de comunicación	
2. THE POTTER'S HOUSE	47
2.1 Identidad y estrategias de comunicación	
3. CATEDRAL DE CRISTAL	51
3.1 Identidad y estrategias de comunicación	
IV. CONCLUSIONES	55
ETAPA PROYECTUAL	
1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO	59
2. OBJETIVOS COMUNICACIONALES GENERALES	60
2.1 Objetivos generales	
2.2 Objetivos específicos	
3. ESTUDIO DEL PUBLICO OBJETIVO DE LA ORGANIZACIÓN	
4. PROPUESTA DE DISEÑO DE LA MARCA	63
4.1 Conceptos	
4.2 Desarrollo de la marca	
4.3 Marca final	
4.4 Material Corporativo	
4.4.1 Papelería	
4.4.2 Marcadores de Libros	
5. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	78
5.1 Definición de la estrategia	
5.2 Propuesta de elementos de difusión de Identidad	
5.2.1 Libro de Crónicas	
5.2.2 Sitio Web	
5.2.3 Newsletter y Hoja carta virtual	
5.2.4 Redes Sociales	
5.3 Propuesta del Evento	
5.3.1 Descripción del Evento	
5.3.2 Marca Evento	
5.3.3 Difusión del Evento	

CONCLUSION113  
ANEXOS115  
BIBLIOGRAFÍA120

# NO DISPONIBLE A TEXTO COMPLETO

No autorizado por el autor para ser publicada a texto completo en Cybertesis.