

Indice

Introducción

2

Primera Parte: Antecedentes Teóricos

Capítulo I

I.1 De la empresa a la institución

5

I.2 La comunicación institucional

11

I.3 Identidad institucional e imagen corporativa

15

Capítulo II

II.1 Política de comunicación

29

II.2 Necesidad de una política de comunicación

29

II.2.1 ¿Por qué comunicar?

30

II.3 Formulación de una política de comunicación

32

II.3.1 Los Públicos

33

Capítulo III

III.1 Organizaciones Sin Fines de Lucro

37

III.2 Características de las OSFL

38

III.2.1 La misión	39
III.2.2 El factor humano	42
III.2.2.1 La Junta Directiva	42
III.2.2.2 El voluntariado	42
III.2.2.3 El líder	44

Capítulo IV

IV.1 Antecedentes históricos de la ONU	47
IV.2 Organos principales de la ONUS	51
IV.3 Cooperación entre la ONU y las organizaciones no gubernamentales	52

Segunda Parte: Asociación Chilena Pro Naciones Unidas

Capítulo I

I.1 Descripción de la organización	56
I.1.1 Antecedentes generales	56
I.1.2 La misión	57
I.1.3 Los valores	57
I.1.4 Servicios	59
I.1.5 Usuarios	60
I.1.6 Ambitos de acción	61
I.1.7 Liderazgo y líder	62
I.1.8 Percepción del entorno	63
I.1.8.1 Entorno socioeconómico	64
I.1.9 Situación de la competencia	65
I.1.10 Imagen Corporativa	67
I.1.10.1 La marca	67
I.1.10.2 El uso del color	68

I.1.10.3 Tipografía	69
I.1.10.4 Logotipo	71
I.1.10.5 Isotipo	72
I.1.10.6 Señalética en los edificios	73
I.1.10.7 Soportes gráficos	73
I.1.10.8 Percepción externa	74
I.1.10.9 Atributos que se relacionan con la institución	75
I.1.10.10 Comunicación interna	77
I.1.11 Estructura organizacional	77
I.1.11.1 Estructura de cargos	78
I.1.12 Organizaciones afiliadas	79
I.1.13 Proceso de selección	80
I.1.14 Motivación	81
I.1.15 Clima	82
Capítulo II	
II.1 Análisis del Proyecto “AL HABLA”	83
II.1.1 Voluntariado	85
II.1.2 La capacitación	86
II.2 Difusión y política comunicacional	88
II.2.1 Con el Estado	89
II.2.2 Con la empresa privada	90
II.2.3 Relaciones con medios de prensa y televisión	90
Conclusiones	92