

## 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 |
| <br>  |    |
| 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 |
| <br>  |    |
| Conclusiones  | 92 |