







La magia de la comunicación radica en su capacidad para conectar, para poner en relación y movilizar la fuerza creadora de posibilidades entre las personas, y entre ellas y sus organizaciones.

Para lograr esa "puesta en común", la comunicación se vale de diversas tácticas y estrategias. Una de estas estrategias, a veces la más olvidada, es la de la comunicación de la identidad de marca, concepto que engloba definiciones sobre quiénes somos, de dónde venimos y hacia dónde vamos.

En tiempos en que abunda la información, comunicar la identidad es una acción imprescindible si queremos generar vínculos emocionales con quienes deseamos nos vean, nos conozcan, valoren, elijan y recomienden.

¿Cómo lograrlo? Los caminos, técnicamente hablando, son muchos y variados; sin embargo, todos, absolutamente todos, pasan por la piedra angular de definir quiénes somos y cómo nos comportamos en consistencia con esa forma de ser.

De allí que uno de los primeros esfuerzos de la recientemente creada Dirección de Comunicación Estratégica de la Universidad de La Serena (ULS) fue precisamente, explorar la memoria documental y viva de la comunidad, para encontrar su esencia, aquella en la que convergemos mayoritariamente los que aquí trabajamos, aquella que nos hace estar en ULS y no en otro lugar, entregando lo mejor de nosotros.

Este documento, es el resultado de ese trabajo. Define el Relato Corporativo ULS, es decir, quiénes somos, en qué creemos y por qué nos levantamos cada día para hacer de la ULS no solo un trabajo, sino nuestro proyecto de vida.

Confiamos en que será de utilidad para las comunicaciones que cada uno de los funcionarios ULS despliega a diario.



¿QUÉ ES EL RELATO CORPORATIVO?

El relato de marca corporativa es la narración que subyace a la actuación de una institución, articulando la consistencia en todo lo que hace y comunica.

Es la historia que hay detrás y que garantiza la coherencia de su Ser, Hacer y Comunicar.

¿CUÁL ES LA FINALIDAD DEL RELATO CORPORATIVO?

Garantizar la coherencia entre el Ser y el Hacer de una organización, esto es, alineando la identidad (quiénes somos, de dónde venimos, hacia dónde vamos) con el comportamiento, proporcionando a la comunidad interna y externa, una idea de quién es y qué esperar de ella.

¿QUÉ ELEMENTOS SON PARTE DEL RELATO CORPORATIVO?

Está integrado por el propósito, la esencia y los atributos de la marca. Todo ello se expresa luego en un "manifiesto de marca", una declaración que conecta con las audiencias desde la emoción.

Es importante precisar que el relato corporativo es la expresión comunicativa de la filosofía de la institución, que también se expresa en la misión, visión y valores declarados en la estrategia.

¿CÓMO CONSIGUE SU FINALIDAD UN RELATO CORPORATIVO?

Activándolo a través de comunicaciones que describan, narren, destaquen aquellas historias que hacen creíble el relato de la marca; esto es, son expresión genuina y auténtica del propósito institucional, su esencia y atributos.

/ORIENTACIONES COMUNICACIONALES

Universidad de La Serena (ULS) es la "marca madre" en la comunicación estratégica de la institución. No existe otra marca más relevante que ella y, bajo su relato corporativo, tienen cabida y se alinean los relatos de sus unidades académicas y administrativas.

Esta definición compromete a todos los integrantes de la comunidad ULS a comunicar su quehacer, enlazándolo al relato corporativo.

¿Cómo lograrlo? Haciendo alusión, en las intervenciones comunicacionales, a palabras, frases, iconografías, estilos gráficos u otros elementos propios de la identidad. Por ejemplo, aludiendo a conceptos clave contenidos en este documento de relato corporativo.

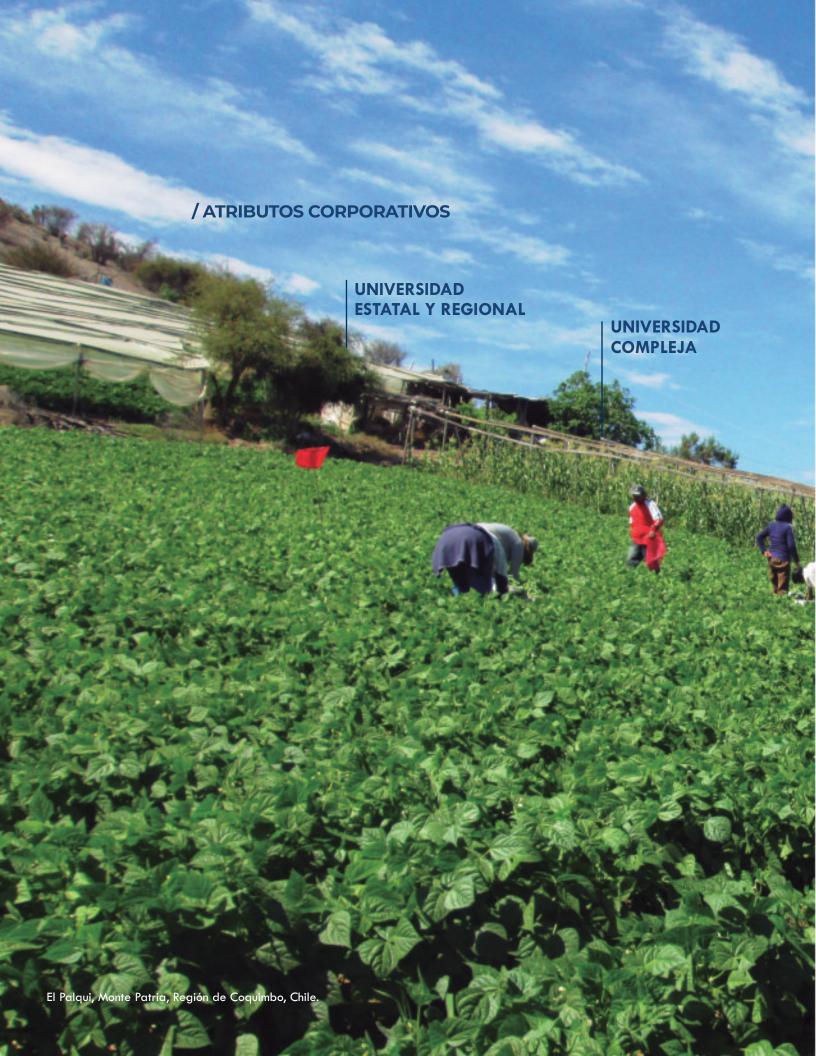
Es muy importante que todos y cada uno de los integrantes de la comunidad ULS conozcan y se apropien del relato corporativo, resguardando que su quehacer y la comunicación de éste, sean siempre una expresión irrefutable de lo que ULS es y declara.

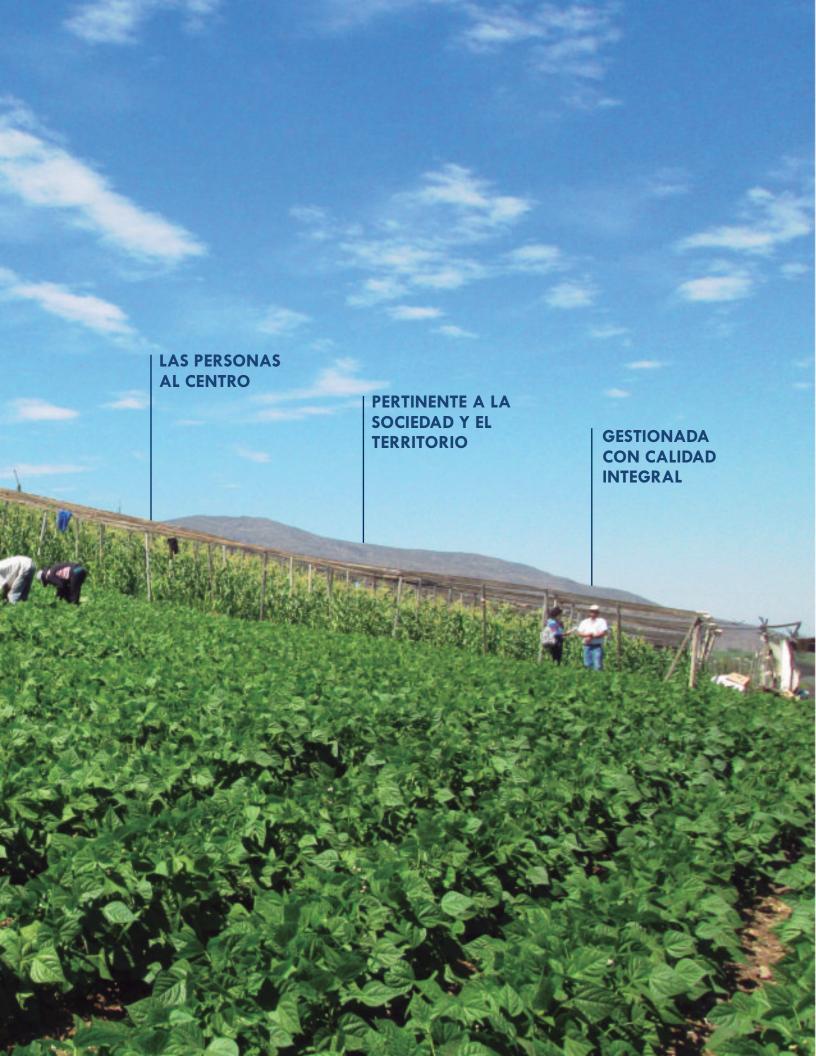
El relato corporativo de una organización no es un documento escrito en piedra. Evoluciona conforme evoluciona también la institución, su estrategia y entorno. Sin embargo, como el relato expresa la esencia identitaria, no es aconsejable que se deseche o cambie con frecuencia. La identidad organizacional, tal como en una persona, se construye conforme transcurre su ciclo de vida, sin embargo, mantiene una esencia que, habitualmente, proviene de su herencia fundacional.

Así, los cambios del relato son más bien a nivel de la expresión comunicacional de éste; con eso aseguramos que la personalidad comunicacional de la marca ULS se mantenga enérgica y vital.













/ MANIFIESTO ULS

Somos una Universidad estatal y regional a la que nos apasiona compartir los conocimientos con la mayor cantidad posible de personas.

Lo hacemos porque creemos que el acceso libre a los conocimientos mejora la vida de las personas y de la sociedad.

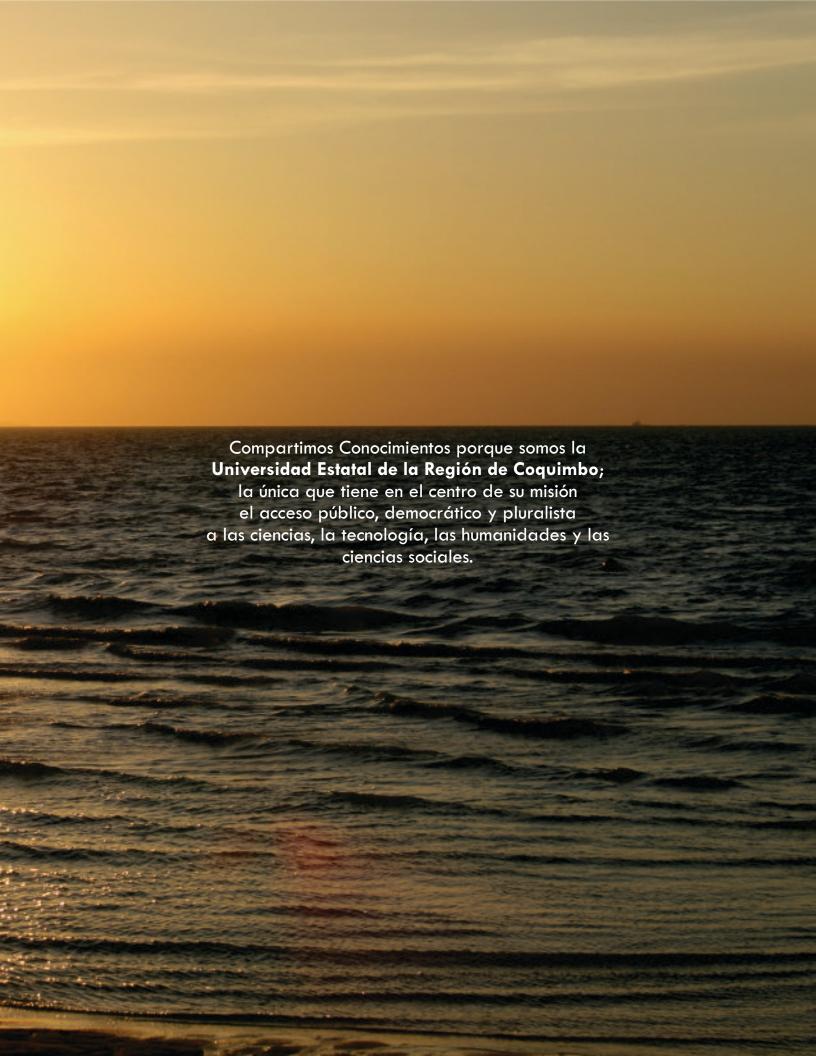


Compartimos Conocimientos cuando nuestros investigadores generan, discuten y comunican sus ideas y hallazgos, a través de publicaciones científicas o eventos académicos.

Compartimos Conocimientos cuando facilitamos el acceso a bienes artísticos-culturales-musicales, generándolos o preservándolos.







/ VISIÓN Y MISIÓN / VISIÓN ULS La Universidad de La Serena es una universidad regional del Estado de Chile que, consolidada en su quehacer académico, aspira a ejercer un rol protagónico en el desarrollo de la Región de Coquimbo y del país, y a ser reconocida en el sistema de educación superior por la calidad de sus actividades en el ámbito de la Docencia, la Investigación y la Vinculación con el Medio. Parques Eólicos Canela I y II, Región de Coquimbo, Chile.



/ MISIÓN ULS

La Misión de la Universidad de La Serena tiene como misión cultivar, generar, desarrollar y transmitir el saber superior en las diversas áreas del conocimiento y dominios de la cultura, por medio de la docencia, investigación, la creación, la innovación, extensión universitaria y vinculación con el medio.

Como rasgo propio y distintivo de su misión, la Universidad de La Serena, debe contribuir a satisfacer las necesidades de intereses generales de la sociedad, colaborando, como parte integrante del Estado, en todas aquellas políticas, planes y programas que propendan al desarrollo cultural, social, territorial, artístico, científico, tecnológico, económico y sustentable del país, a nivel nacional y regional, con una perspectiva intercultural.

Asimismo, como elemento constitutivo e ineludible de su misión, la Universidad debe asumir con vocación de excelencia la formación de personas con espíritu crítico y reflexivo, que promuevan el diálogo racional y la tolerancia, y que contribuyan a forjar una ciudadanía inspirada en valores éticos, democráticos, cívicos y de solidaridad social, respetuosa de los derechos humanos, de la equidad de género, de los pueblos originarios y del medio ambiente.

La Universidad debe promover que sus estudiantes tengan una vinculación con los requerimientos y desafíos del país y su región durante su formación profesional.

La Universidad de La Serena reconoce, promueve e incorpora como parte de su quehacer la cosmovisión de los pueblos originarios asentados en su ámbito de influencia regional.

/ VALORES CORPORATIVOS La RESPONSABILIDAD La LIBERTAD ACADÉMICA, entendida en su doble dimensión: SOCIAL, manifestada de espacio abierto para ejercer principalmente en la la función académica, y de límite preocupación por la movilidad ético y procedimental de las social de sus estudiantes, prácticas llevadas a cabo en el la preservación del medio cumplimiento de los objetivos ambiente y el desarrollo académicos. sustentable. Estrellas de Vicuña, Región de Coquimbo, Chile.



