

RESUMEN

La aplicación de las técnicas de comunicación institucional permiten detectar deficiencias en los procesos comunicacionales de cualquier institución o empresa pública o privada, para poder plantear, desarrollar y ejecutar soluciones que permitan optimizar dichos procesos. Generar un proyecto efectivo de comunicación institucional es muy importante porque permite a la organización gozar de una identidad propia y posicionarse como líder.

En esta tesis se realiza un diagnóstico de la estructura y el contenido del boletín semanal *UDLA Informa* y se analizan los puntos a favor y áreas de oportunidad para plantear una propuesta de reestructuración que le permita posicionarse, ante la comunidad universitaria, como el medio institucional de comunicación.

Actualmente, las organizaciones que trabajan en busca de la excelencia desarrollan culturas de éxito para responder de forma eficiente a las exigencias del medio. Esto significa que, nunca se podrá afirmar que la cultura de una organización es exitosa si no se contrasta con la imagen que su propia comunidad y el exterior tienen acerca de ella. Esta investigación hace hincapié en la necesidad de escuchar a los clientes (regla de oro del marketing), y saber que no es solamente importante lo que una institución quiere comunicar, sino lo que debe comunicar y cómo hacerlo.

La metodología consistió en una recolección de información sobre los medios impresos que circulan entre la comunidad universitaria, entrevistas con los líderes del proyecto *UDLA Informa*, encuestas de opinión y una revisión del contenido.

Con la información recabada se realizó una propuesta de reestructuración que ofrece soluciones y líneas de acción para que la Universidad de las Américas, Puebla cuente con un eficiente medio impreso de comunicación.