

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



“PROYECTO DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA PARA  
IN MOTION DANCE & FITNESS ACADEMIA”

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentando al Honorable Consejo Directivo por:

Francisco Waldemar Díaz Hernández

201022666

Previo a optar el título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**Francisco Waldemar Díaz Hernández**

Guatemala, Octubre de 2019

**Consejo Directivo:**

**Director:**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

**Representantes Docentes:**

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

**Representantes Estudiantiles:**

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

**Representantes Egresados:**

M.A. Jhonny Michael González Bátres

**Secretaria Administrativa:**

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

**Coordinador EPS Licenciatura:**

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

**Supervisores de EPS Licenciatura:**

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera

Guatemala, 07 de Octubre de 2019.

M.A. Luis Pedroza  
Coordinador  
*Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura*  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el(a) estudiante(a) epesista Francisco Waldemar Díaz Hernández con número de carné: 201022666 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en In Motion Dance & Fitness Academia cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 13 de Mayo al 20 de Julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: Proyecto de comunicación interna y externa para In Motion Dance & Fitness Academia, entregando el material respectivo y debidamente recibido por: In Motion Dance & Fitness.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del (la) epesista y para los usos y procesos siguientes en el EPS de Licenciatura, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA en nuestra institución.

Atentamente,



Licda. María José Borrayo

Directora General



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 22 de octubre de 2019

Estudiante  
Francisco Waldemar Díaz Hernández  
Carné: 201022666  
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **“PROYECTO DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA PARA IN MOTION DANCE & FITNESS ACADEMIA”**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del informe final del EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Lidia Krista Ramirez  
Supervisor EPS de Licenciatura



Vo. Bo. M. A. Luis Pedroza  
Coordinador EPS de Licenciatura

Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad

[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12. Teléfono: (502) 2418-8920 Telefax: (502) 2418-8910



Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.

## **DEDICATORIAS**

### **A DIOS**

Por la vida y todas sus bendiciones; por permitirme culminar este momento tan especial en mi vida. Porque de él, y por él, y para él, son todas las cosas, amen.

### **A MI MADRE**

Julia Hernández, mujer ejemplar, a quien admiro y respeto de todo corazón, por cuidar de mi sin pedir nada a cambio, amor incondicional, puro sin igual. Por enseñarme ha nunca rendirme y ser mejor cada día, a luchar y ser valiente ante las circunstancias de la vida.

### **A MIS HERMANAS**

Por estar en las buenas y en las malas, por demostrarme que las metas y los sueños se pueden alcanzar. Por la bendición de su compañía y cariño.

### **A MIS AMIGOS**

Aldea el Pajarito, Los Planetarios; porque nunca nos imaginamos ser compañeros, amigos, casi hermanos y hermanas de tantos años, una verdadera amistad, sin condiciones y prejuicios, porque siempre me han apoyado a través de todo este proceso. Agradecimiento especial a Wendy Ambrocio, por tu amistad pura y genuina, sencillamente gracias por todo.

## **AGRADECIMIENTOS**

A la UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA donde me he forjado profesionalmente.

A la ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, a todos los docentes que compartieron sus conocimientos con mi persona.

A el M.A. LUIS PEDROZA, a todos los asesores por su dedicación y dirección en este proceso.

A la LIC. KRISTA RAMÍREZ, por su tiempo y dedicación a mi persona.

A INMOTION DANCE & FITNESS ACADEMIA, por la oportunidad de compartir mis conocimientos y por la confianza otorgada.

## INDICE

<b>RESUMEN</b> .....	10
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	11
<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	12
<b>1.DIAGNÓSTICO</b>	13
<b>1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO</b>	13
1.1.1 Objetivo General	13
1.1.2 Objetivos Específicos	13
<b>1.2 INSTITUCIÓN – In Motion Dance &amp; Fitnees Academia</b>	13
1.2.1 Ubicación Geográfica	13
1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas	13
1.2.3 Antecedentes	13
1.2.4 Departamentos o Dependencias	14
1.2.5 Misión	15
1.2.6 Visión	15
1.2.7 Objetivos Institucionales	16
1.2.8 Público Objetivo	16
1.2.9 Organigrama de la empresa	17
<b>1.3 METODOLOGÍA</b>	18
1.3.1 Descripción del Método	18
1.3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección.	18
1.3.3 Cronograma del Diagnóstico	20
1.3.4 Ficha de entrevista	21
1.3.5 Resultados de entrevista	22
1.3.6 Tabla comparativas	23
<b>1.4 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA</b>	24
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>25</b>
<b>2. PLAN DE COMUNICACIÓN</b>	<b>25</b>
<b>2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES</b>	<b>25</b>



<b>2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN</b>	25
2.2.1 Objetivo General	25
2.2.2 Objetivos específicos	25
<b>2.3 PÚBLICO OBJETIVO</b>	26
<b>2.4 MENSAJE</b>	27
<b>2.5 ESTRATEGIAS</b>	27
<b>2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN</b>	28
<b>CAPITULO III</b>	<b>30</b>
<b>3. INFORME DE EJECUCIÓN</b>	<b>30</b>
3.1.1 Financiamiento	30
3.1.2 Presupuesto	30
3.1.3 Beneficiarios	31
3.1.4 Recursos Humanos	31
3.1.5 Áreas Geográficas de Acción	31
<b>3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS</b>	32
<b>3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>	38
<b>3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO</b>	39
<b>4. CONCLUSIONES</b>	40
<b>5. RECOMENDACIONES</b>	41
<b>6. GLOSARIO DE TERMINOS</b>	42
<b>7. BIBLIOGRAFÍA</b>	44
<b>8. ANEXOS</b>	45

## Resumen

**Nombre de la empresa:** In Motion Dance & Fitness Academia.

**Nombre del proyecto:** Proyecto de comunicación interno y externo para Inmotion Dance & Fitness Academia.

### **Objetivos del proyecto:**

**General:** Presentar un plan de comunicación a la empresa In Motion Dance & Fitness, para reforzar la comunicación e información hacia los clientes.

### **Objetivos específicos:**

- ✓ Proyectar un canal de comunicación ordenado.
- ✓ Proponer soluciones comunicacionales para mejorar el vínculo con los clientes.
- ✓ Organizar la información dentro de la empresa In Motion Dance & Fitness, para una comunicación más clara y directa.

### **Sinopsis:**

Las estrategias del plan de comunicación interna y externa en la empresa In Motion Dance & Fitness Academia, fueron implementadas con el fin de reestructurar el canal de comunicación de una forma, ordenada y concreta, simplificando el proceso administrativo en la proyección de información hacia el grupo objetivo de la empresa.

Basando las estrategias comunicacionales; en la identificación, planificación y ejecución de las mismas para renovar el proceso comunicacional de la empresa.

## INTRODUCCIÓN

In Motion Dance & Fitness Academia, es una escuela de baile reconocida a nivel nacional e internacional por su calidad de enseñanza y trayectoria en el medio artístico. Se especializa en ritmos latinos como: salsa, bachata, merengue, cumbia entre otros.

Para lograr los objetivos de la empresa es necesario un plan de comunicación que resuelva las inconformidades de carácter comunicacional interno y externo. Para eso se ha desarrollado estrategias y acciones que nos ayudarán a obtener resultados positivos dentro de dicha empresa.

A continuación se presenta el proyecto ejecutado en dicha empresa, desarrollando la implementación de una pizarra informativa y la elaboración de material corporativo. Dichas acciones para el grupo objetivo interno y externo.

## **JUSTIFICACIÓN**

Es primordial que las empresas o instituciones estimen una comunicación expedita, clara y eficiente para el logro de objetivos planteados a través del trabajo humano y los recursos materiales que se disponen.

In Motion Dance & Fitness, es una empresa que maneja mucha información de actividades internas y externas, no cuenta con una área específica donde los clientes se informen adecuadamente, existe mucho ruido y desorden de la información dentro de las instalaciones, creando así, una mal canal de comunicación.

Por consiguiente es importante que In Motion Dance & Fitness se implementara un área de información, teniendo como objetivo reforzar la comunicación interna y externa con todos los colaboradores y clientes, ya que muchas personas no tienen acceso a medios digitales para estar informados de las actividades que se presentarán en la empresa.

Así mismo, la información básica en material corporativo para todo el cliente que la visite la academia. El material desarrollado no existía eventualmente. El medio impreso es una herramienta visual de alta efectividad para el público objetivo definido.

## **1. DIAGNÓSTICO**

### **1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

#### **1.1.1 Objetivo General**

Elaborar un diagnóstico de comunicación interna en la empresa In Motion Dance & Fitness Academia.

#### **1.1.2 Objetivos Específicos**

- ✓ Identificar problemas en el proceso de comunicación.
- ✓ Analizar el funcionamiento de la comunicación interna y externa.

### **1.2 INSTITUCIÓN – In Motion Dance & Fitnees Academia**

#### **1.2.1 Ubicación Geográfica**

La empresa In Motion Dance & Fitnees Academia, se encuentra ubicada en 8va calle 28-00 Centro Comercial Las Plazas Majadas zona 11, local 37 de la Ciudad de Guatemala del departamento de Guatemala.

#### **1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas**

In Motion Dance & Fitnees Academia, no cuenta con ningún tipo integración o alianzas.

#### **1.2.3 Antecedentes**

In Motion Dance & Fitness, fue fundada el 19 de noviembre del 2007, originalmente fueron seis fundadores de los cuales actualmente solo continúan dos de ellos.

El nombre inicial de la academia era “Salsa In Motion Academy”, ya que solo se impartía el ritmo de salsa en todos sus horarios. Su primer local estaba ubicado donde antes

era Chuck E Cheese Center, zona 9. En octubre del año 2010 se trasladó a Centro Comercial Las Plazas Outlet zona 11, teniendo como padrino de inauguración a Jorge Melo bailarín profesional reconocido mundialmente de Venezuela.

Con el tiempo se abrieron los cursos de bachata y zumba fitness. En el año 2016 se trasladaron a un local más grande siempre dentro del mismo Centro Comercial, cambiando su nombre a “In Motion Dance & Fitness”. Actualmente se imparten más cursos como lo es: hip hop, ballet, belly dance y MAD Training (entrenamiento funcional).

La academia es una empresa estable con 12 años de trayectoria.

#### **1.2.4 Departamentos o Dependencias**

**Directora General 1:** Es la encargada del área financiera, lleva el control del pago de mensualidades, clases privadas y pagos de servicios de la empresa. Es vital en la toma de decisiones en la empresa, pues cuenta con el título de dueña y Directora.

**Director General 2:** Se encarga del área administrativa, coordina los horarios de clases en los diferentes salones y organiza a los maestros para cubrir cada clase programada. Supervisa y vela por el buen funcionamiento de la base de datos del registro de cada uno de los alumnos y asistencia.

**Organizadora de eventos:** Es la persona encargada de la logística, organización, ejecución, supervisión de cada evento. Tiene relación directa con los contactos para dicha organización. Maneja un itinerario para el buen desarrollo de cada actividad.

**Community Manager:** Es la persona a cargo de las redes sociales, (Facebook, Instagram, YouTube) así como la actualización del contenido en la página de internet y el monitoreo constante de las mismas.

**Diseñadora Gráfica:** Persona encargada del mantenimiento de la línea gráfica y la creación de artes para la publicidad de los eventos o actividades de la empresa. Necesita la aprobación de los directores para poder dar un visto bueno a un arte.

**Maestros:** Personas certificadas con años de experiencia para impartir cursos en diferentes estilos de bailes latinos. Cada uno cuenta con horarios y clases establecidas que deben de impartir, también son encargados de montajes de coreografías y clases personalizadas.

**Recepcionista:** Encargada en manejar la atención al cliente resolviendo dudas que el mismo pueda tener. También da un recorrido por las instalaciones a los clientes potenciales. Atiende llamadas a la empresa y también lleva control de asistencia de alumnos.

**Limpieza:** Persona encargada de mantener el orden y limpieza de las instalaciones. Tiene a cargo la higiene del lugar, velando que los clientes se sientan cómodos en un lugar libre de suciedad.

### **1.2.5 Misión**

Promovemos y buscamos desarrollar en las personas su estado físico, psicológico y artístico por medio del baile. Estamos enfocados en llegar a toda persona interesada en cambiar su estilo de vida sin importar su edad y género; que puedan convivir en un espacio con armonía y amistad.

### **1.2.6 Visión**

Ser la mejor opción como academia de baile en Guatemala complementándolo con varios ritmos y estilos de baile. Que el cliente pueda encontrar en un mismo lugar todo lo relacionado al baile.

### **1.2.7 Objetivos Institucionales**

#### **Objetivo General:**

Promover la cultura del baile en general a través del ejercicio físico, mejorando su estilo de vida y resaltando las expresiones artísticas.

#### **Objetivos Específicos:**

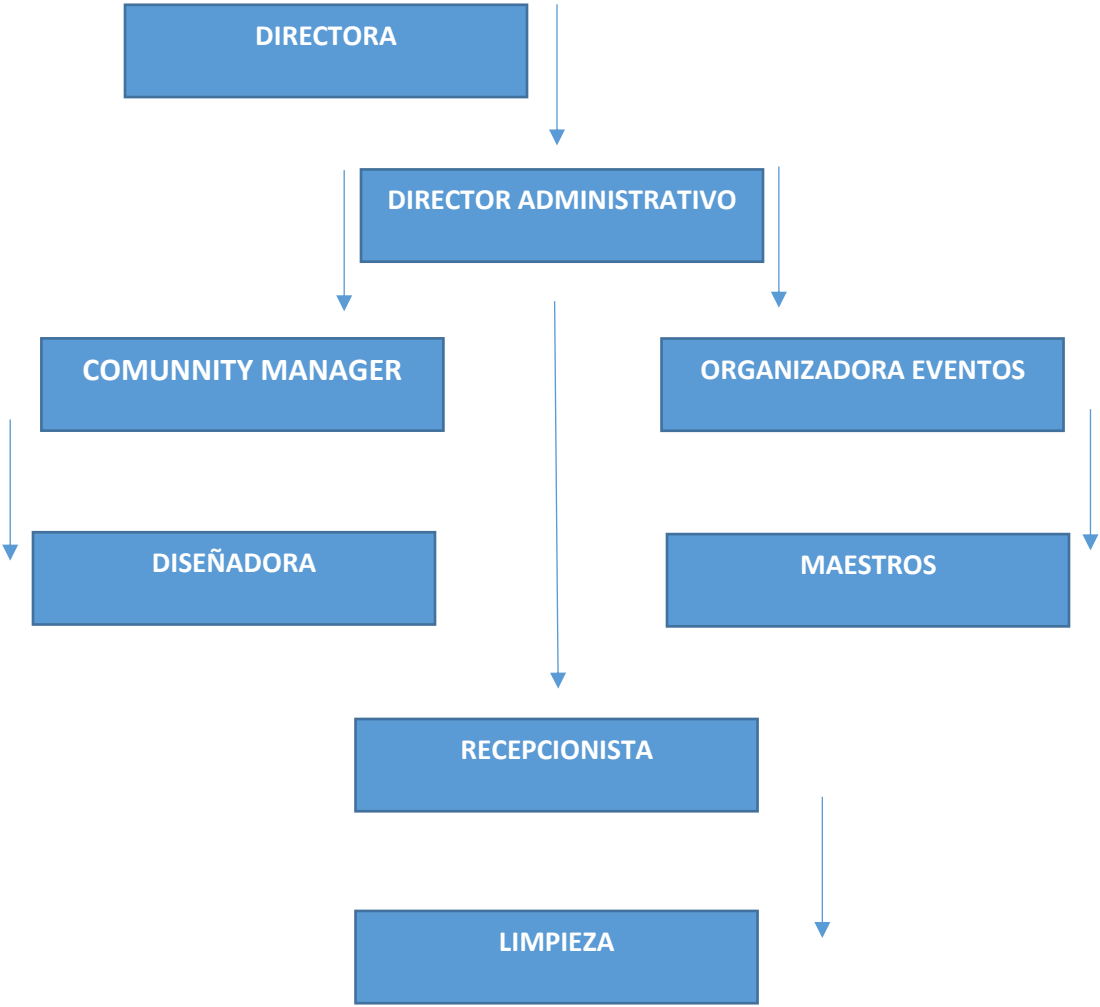
- ✓ Crear hábitos relacionadas con la disciplina artística del baile y fitness.
- ✓ Preparar bailarines que nos representen en competencias, espectáculos o compañías nacionales e internacionales, dejando muy en alto el nombre del país.

### **1.2.8 Público Objetivo**

- Hombres y mujeres.
- Trabajadores o estudiantes.
- A partir de los 18 años (que puedan solventar el precio de las mensualidades)
- Nivel socio económico C- / B
- Personas que quieran hacer ejercicio bailando.
- Que transitan por zona 11 (Roosevelt, periférico, majadas).
- Con acceso a redes sociales.
- Con y sin carro.
- Que lleguen solos, en grupo o con la familia.



**1.2.9 Organigrama de la empresa**



### **1.3 METODOLOGÍA**

“Procedimiento lógico de considera la realidad, que permite obtener, en forma ordenada y sistemática, verdades objetivamente validas acerca del universo” (Piloña.2018.p33)

La metodología orienta la manera en que vamos a enfocar una investigación y la forma en que vamos a recolectar, analizar y clasificar los datos, con el objetivo de que nuestros resultados tengan validez y pertinencia, y cumplan con los estándares de exigencia del estudio a realizar.

#### **1.3.1 Descripción del Método**

“Enfatiza la aplicación del método, propone ideas y preguntas previas sobre el entorno, las condiciones explicitas e implícitas del medio o contexto (geográfico, cultural, social, económico, político, ético. etc) en el que se desarrolla el fenómeno, considerando el grado de influencia en el mismo.” (Piloña, 2018, p13)

Dado este concepto, se utilizó el método cualitativo ya que se recolectarán datos de forma minuciosa de eventos, hechos, personas, situaciones, comportamientos, interacciones de los procesos actuales de la empresa

#### **1.3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección.**

Sabino (1992), en su libro El proceso de la investigación, edición Panapo. Caracas, dice que un instrumento de recolección de datos es, en principio, cualquier recurso de que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. Dentro de cada instrumento concreto pueden distinguirse dos aspectos diferentes: forma y contenido.

“Como su nombre lo indica, estas técnicas se dirigen a la recolección de datos cuya fuente es secundaria; es decir, fuentes que describen, conservan y transmiten por algún medio físico, un evento, un hecho o un fenómeno.” (Piloña, 2017, p44)

Para este diagnóstico se implementó una comunicación ascendente, utilizando los siguientes instrumentos:

**Observación:**

Observar, en investigación, significa fijar los sentidos sobre un determinado aspecto, total o parcial, de la realidad del fenómeno que se estudia, y registrar mental, gráfica y descriptivamente éste, para su análisis posterior” (piloña, 2017, p67)

De esta manera se evidenció la necesidad de realizar una observación participativa dentro de la empresa In Motion Dance & Fitness Academia analizando la comunicación en el equipo de trabajo.

En la etapa de la investigación donde se aplicó la observación, se detectó la falta de comunicación y ruidos ocasionales entre los colaboradores de la empresa.

Así como el desconocimiento de las atribuciones reales de cada puesto de trabajo, lo cual crea dificultad para el desarrollo de los eventos.

**Entrevista:**

“La entrevista tiene carácter personal, por cuanto que, para realizarse, deben comunicarse verbalmente las personas que en ella participan (físicamente una frente a otra, o por otros medios de comunicación simultánea: Videoconferencia interactiva, teléfono, internet-chats, etc.) Una, la persona entrevistada, posee el conocimiento, la experiencia del fenómeno que se analiza. La otra, el entrevistador, la técnica para realizar esta actividad con un fin y objetivo específico” (Piloña, 2017. P 69)

En este diagnóstico se optó por la entrevista no estructurada ya que se pretendió dar al entrevistado mayor libertad para expresarse.

### 1.3.3 Cronograma del Diagnóstico

Actividad	TIEMPO DE DURACIÓN					
	Enero				Febrero	
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2
Reunión para conocer los antecedentes de la empresa						
Entrevistas						
Observación						
Recopilación de datos						
Elaboración de Diagnóstico						

Elaborado por E pesista: Francisco Díaz

### 1.3.4 Ficha de entrevista



**Universidad de San Carlos de Guatemala**

**Escuela de Ciencias de La Comunicación**

**Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura EPSL**

#### **Entrevista**

**Muestra:** Alumnos In Motion Dance & Fitness Academia

**Tipo de Entrevista:** No estructurada

1. ¿Cómo percibe la comunicación dentro de la academia?
2. ¿Usted, qué medios de comunicación utiliza usualmente para comunicarse?
3. ¿Cree que la forma de transmitir información en la academia es efectiva, por ejemplo afiches y pantallas digitales?
4. ¿La información que se maneja dentro de la academia es ordenada, clara y sencilla?
5. ¿Qué opciones propone para mejorar la comunicación en la academia?
6. ¿Cuál es su opinión respecto a la forma de comunicarse de los maestros hacia los alumnos?
7. ¿Cuál cree que podrían ser los inconvenientes que afectan el proceso de comunicación interna y externa de la academia?
8. ¿Qué peligro corre la academia al no tener una comunicación eficaz hacia sus clientes?

### **1.3.5 Resultados de entrevista**

#### **Entrevista 1**

Claudia de León, alumna activa de la academia, indica lo fundamental que es la comunicación interna y externa de dicho lugar. Hace la observación que se debe mejorar el proceso comunicacional ya que existen muchos ruidos durante el desarrollo del mismo.

“Los clientes desean información rápida, clara y concreta” así lo indico. Actualmente se trabaja la comunicación a través de las redes sociales y vía telefónica, pero existe un grupo de personas que no tienen acceso a dichas plataformas, por lo cual, la información queda en el aire y no llega a todos los públicos objetivos.

El ambiente es muy agradable y el profesionalismo de los maestros es excelente, solo queda trabajar en el mejoramiento de la comunicación para un proceso mucho más fluido y eficaz.

#### **Entrevista 2:**

Astrid Paredes, alumna activa con años de experiencia dentro de la academia, menciona que la comunicación es un pilar importante en la vida personal y profesional cada uno, “si existe una buena comunicación las personas encuentran lo que busca y queda satisfecha”, así lo menciono.

La comunicación es buena y fluida a través de la redes sociales, sin embargo considera como una mejora a la comunicación interna el implementar un “Bulletin Board” (pizarra de anuncios), con el fin de publicar noticias, horarios, eventos de manera visual e impresa para las personas sin acceso a plataformas virtuales.

### 1.3.6 Tabla comparativas

No	Pregunta	Puntos de encuentro	Puntos de disenso
1	¿Cómo percibe la comunicación dentro de la academia?	Buena, pero necesita mejorar en cierta áreas.	
2	¿Usted, qué medios de comunicación utiliza usualmente para comunicarse?	Redes sociales y vía telefónica.	
3	¿Cree que la forma de transmitir información en la academia es efectiva, por ejemplo afiches y pantallas digitales?	Si, son más rápidos y directos.	
4	¿La información que se maneja dentro de la academia es ordenada, clara y sencilla?	No, siempre hay afiches e información pegado por todos lados.	
5	¿Qué opciones propone para mejorar la comunicación en la academia?	Áreas específicas de información.	
6	¿Cuál es su opinión respecto a la forma de comunicarse de los maestros hacia los alumnos?	Muy buena, por la cercanía con la gente.	
7	¿Cuál cree que podrían ser los inconvenientes que afectan el proceso de comunicación interna y externa de la academia?	Interna, organización en la comunicación e información y externa la atención al cliente.	

8	¿Qué peligro corre la academia al no tener una comunicación eficaz hacia sus clientes?	Pérdida de clientes.	
---	--	----------------------	--

## 1.4 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA

### Fortalezas

- ✓ Mantiene una base de datos de sus clientes para una comunicación más directa.
- ✓ La comunicación es interpersonal.
- ✓ Posee reconocimiento en medios de comunicación masivos (radio, tv, prensa, redes sociales).

### Oportunidades

- ✓ Estrategias de comunicación interna para un mejor desempeño del equipo de trabajo.
- ✓ Alcance masivo al grupo objetivo a través de medios de comunicación.
- ✓ Empresa comprometida al buen servicio al cliente.

### Debilidades

- ✓ Ruidos en el proceso comunicacional interno.
- ✓ Material corporativo.
- ✓ Deficiencia en la información hacia el grupo objetivo.

### Amenazas

- ✓ Otras empresas dentro del rubro con mejor comunicación.
- ✓ Desinterés del cliente hacia la empresa por la falta de información.
- ✓ Falta de procesos.



## **CAPÍTULO II**

### **2. PLAN DE COMUNICACIÓN**

#### **2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES**

In Motion Dance & Fitness Academia hasta la fecha no evidencia ningún plan de comunicación.

#### **2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN**

##### **2.2.1. Objetivo General**

Presentar un plan de comunicación a la empresa In Motion Dance & Fitness, para reforzar la comunicación e información hacia los clientes.

##### **2.2.2. Objetivos específicos**

- ✓ Proyectar un canal de comunicación ordenado.
- ✓ Proponer soluciones comunicacionales para mejorar el vínculo con los clientes.
- ✓ Organizar la información dentro de la empresa In Motion Dance & Fitness, para una comunicación más clara y directa.

## 2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Público Interno: Estudiantes activos.

<b>Criterios</b>	<b>Variables Utilizadas</b>	<b>Público Objetivo</b>
Demográficos	Edad	Personas a partir de 15 años
	Sexo	Hombres y Mujeres
Geográficos	Región o comunidad	Ciudad
	Hábitat urbano o rural	Urbano y rural
	Nivel de ingresos	C- / B
Socioeconómico	Profesión	Abierto a todos
	Nivel de estudio	Abierto a todos
	Clase Social	Media – Alta
Psicográficos	Personalidad	Entusiasta, introvertidos, extrovertidos
	Estilo de vida o valores	Deportistas y atletas, que buscan actividades sanas y responsables de su salud.

Elaborado por: Francisco Díaz

Público Externo: Clientes que visitan las instalaciones.

<b>Criterios</b>	<b>Variables Utilizadas</b>	<b>Público Objetivo</b>
Demográficos	Edad	Personas a partir de 18 años
	Sexo	Hombres y Mujeres
Geográficos	Región o comunidad	Ciudad
	Hábitat urbano o rural	Urbano y rural
	Nivel de ingresos	C- / B
Socioeconómico	Profesión	Abierto a todos
	Nivel de estudio	Abierto a todos
	Clase Social	Media – Alta
Psicográficos	Personalidad	Entusiasta, introvertidos, extrovertidos
	Estilo de vida o valores	Deportistas y atletas, que buscan actividades sanas y responsables de su salud.

Elaborado por: Francisco Díaz

## **2.4. MENSAJE**

**“La comunicación visual en In Motion Dance & Fitness, genera mejores resultados”.**

La comunicación clara y concreta crea un proceso comunicacional sin ruidos, enfocado en la generación de buenos resultados internos y externos para beneficiarse ellos mismos y a la empresa.

## **2.5. ESTRATEGIAS**

### **1. Reestructurar información interna.**

Dentro de la empresa se maneja cierta cantidad de información de eventos, noticias, promociones etc. Recopilar toda esa información en un área específica, ayudará a que la comunicación entre la empresa y los clientes internos será clara, directa y sencilla.

Se trabajará utilizando medios impresos y digitales, aprovechando las áreas de mayor tráfico de personas y puntos estratégicos para captar la atención del público objetivo. La actualización constante de la información en dichos medios, será el factor clave para el mejoramiento de la comunicación.

### **2. Fortalecer la comunicación externa**

In Motion Dance & Fitness es una empresa que es visitada por variedad de clientes al día, solicitando información de cursos, horarios, precios, entre otros. Llevarse consigo la información solicitada, es parte de la atención profesional que toda empresa posicionada en el mercado debe de poseer.

Contactos, usuarios en redes sociales y todo aquel material que pueda ayudar al cliente a recordar la información sobre la empresa, es vital para el posicionamiento de dicha marca en la mente del cliente potencial.

## 2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

### Estrategia 1 - Reestructurar información Interna

Se asignará un área específica para la implementación de una pizarra informativa y se dará mantenimiento y actualización a las pantallas digitales en los salones de clases.

<b>Acción 1</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Reestructurar información Interna.
<b>Problema</b>	No existe pizarra informativa
<b>Producto</b>	Implementación de pizarra informativa
<b>Objetivo Comunicacional</b>	Fortalecer el canal de comunicación
<b>Tipo de mensaje</b>	Inductivo
<b>Público Objetivo</b>	Alumnos de In Motion Dance & Fitness Academia
<b>Medio de Difusión</b>	Impreso

Elaborado por: Francisco Díaz

Previo a la instalación de la pizarra, se realizará una evaluación del área a instalar, para mejor alcance del público objetivo.

<b>Acción 2</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Reestructurar información Interna.
<b>Problema</b>	Falta de mantenimiento y actualización a pantallas digitales
<b>Producto</b>	Mantenimiento y actualización a pantallas digitales
<b>Objetivo Comunicacional</b>	Fortalecer el canal de comunicación
<b>Tipo de mensaje</b>	Inductivo
<b>Público Objetivo</b>	Alumnos de In Motion Dance & Fitness Academia
<b>Medio de Difusión</b>	Digital

Elaborado por: Francisco Díaz

Las pantallas digitales se actualizarán cada semana con la información de eventos, noticias, promociones, entre otros.

## **Estrategia 2 - Fortalecer la comunicación externa**

Se desarrollara el material corporativo para una mejor presentación, identificación e información sobre la empresa, detallando contactos y servicios que se ofrecen de la misma.

<b>Acción 1</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Fortalecer la comunicación externa
<b>Problema</b>	No existe material corporativo
<b>Producto</b>	Tarjetas de presentación y bifoliales
<b>Objetivo Comunicacional</b>	Explicar de forma ordenada y concreta toda la información de la empresa.
<b>Tipo de mensaje</b>	Inductivo
<b>Público Objetivo</b>	Clientes que visitan In Motion Dance & Fitness
<b>Medio de Difusión</b>	Impreso

Elaborado por: Francisco Díaz

Se desarrollará y presentará material corporativo a los directores de la empresa para su aprobación previo a su ejecución. Este material, está dirigido específicamente al público externo, personas que solicitan información de la empresa.

## CAPITULO III

### 3. INFORME DE EJECUCIÓN

#### PROYECTO DESARROLLADO “PROYECTO DE COMUNICACIÓN INTERNO Y EXTERNO PARA IN MOTION DANCE & FITNESS ACADEMIA”

##### 3.1.1 Financiamiento

Se presentó la propuesta a la empresa donde se llevó a cabo el plan de comunicación, se logró tener el apoyo económico del 95% del costo total del proyecto, dejando así con el 5% de gasto al epesista presente.

##### 3.1.2 Presupuesto

<b>PRESUPUESTO</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>	<b>Financiamiento</b>
1	Pizarra	Q 300.00	Q 300.00	Empresa
1	Mantenimiento pantallas digitales	Q 0.00	Q 0.00	Epesista
1	Tarjetas de presentación	Q 250.00	Q 250.00	Empresa
1	Bifoliares	Q 300.00	Q 300.00	Empresa
1	Reunión Informativa	Q 200.00	Q 200.00	Empresa
1	Asesoría Comunicacional	Q7,500.00	Q7,500.00	Epesista
<b>Total proyecto Comunicacional</b>			<b>Q8,550.00</b>	

<b>Integrado de gastos</b>	
<b>Epesista</b>	Q7,500.00
<b>Empresa</b>	Q1,050.00
<b>Total</b>	Q8,550.00

Elaborado por: Francisco Díaz

### 3.1.3 Beneficiarios

Beneficiarios Primarios	Beneficios
Alumnos de la empresa In Motion Dance & Fitness	Proceso de comunicación claro, directo y sencillo, información ordenada y actualizada.
Beneficiarios Secundarios	Beneficios
Dirección	Información clara y eficiente de las actividades que se realizan en la empresa.

### 3.1.4 Recursos Humanos

Persona	Departamento	Actividad
Licda. Maria Jose Borrayo	Dirección	Apoyo en planificación y supervisión del desarrollo del EPS dentro de la empresa.
Giovani Contreras	Diseño	Apoyo en elaboración de diseños para el desarrollo del EPS

### 3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

Todo el proyecto se desarrolló en las instalaciones de In Motion Dance & Fitnees (8va calle 28-00 Centro Comercial Las Plazas Majadas zona 11, local 37 de la Ciudad de Guatemala).

## 3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

**Estrategia 1:** Ordenar la Información Interna

**Objetivo Comunicacional:** Fortalecer el canal de comunicación.

**Descripción:** Organizar toda la información en una pizarra informativa, resuelve la problemática de todos los afiches o anuncios esparcidos en diferentes áreas dentro de la empresa.

Se realizó un estudio a base de la observación, determinando el área adecuada para la instalación de la pizarra. Dicha pizarra, cumple la función de mantener toda la información de en forma impresa, visible y ordenada para todos los clientes internos de la empresa.

Se hizo entrega personalmente de la pizarra a los directores, detallando el uso adecuado y seguimiento que se debe de realizar a dicho elemento.

Por otro lado, dentro de la empresa ya existían pantallas digitales para proyectar todo tipo de anuncio. Dentro de la estrategia de ordenar la información interna, también se aprovechó los elementos existentes y se dio mantenimiento a las pantallas y se actualizaron con anuncios, noticias e informes semanales, dando con ello un mejor alcance a todo el público objetivo.

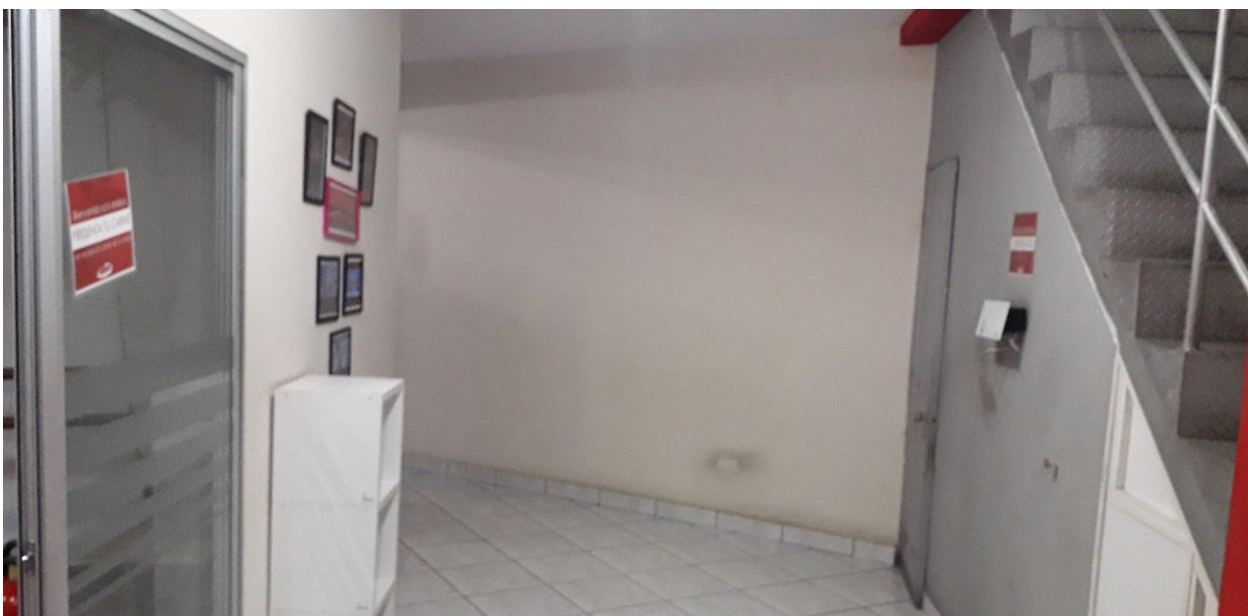
Para dicha actividad digital, se asignó personal para darle continuidad a la acción de actualizar semana con semana las pantallas.

Cabe mencionar que se trabajó de las dos formas anteriores mencionadas, impreso y digital, porque el rango de edad del público objetivo va desde la adolescencia hasta adulto mayor, dando así, una mejor imagen de orden y profesionalismo dentro de las instalaciones.

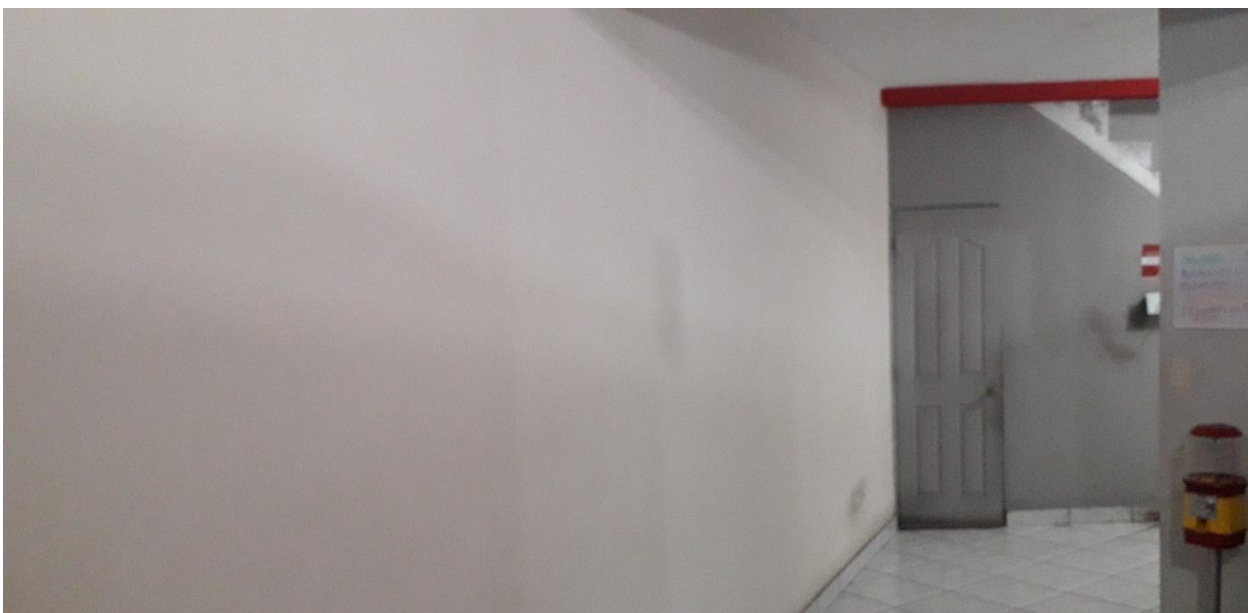


**Acciones desarrolladas:**

- Instalación de pizarra informativa.
- Mantenimiento y actualización a pantallas digitales.



Área asignada para la instalación de la pizarra informativa.



Área asignada para la instalación de la pizarra informativa, desde otra perspectiva.



Pizarra instalada en área asignada (vista 1).



Pizarra instalada en área asignada (vista 2).



Pantalla digital, salón #2.



Pantalla digital, en funcionamiento salón #1.

**Estrategia 2:** Fortalecer la información exterior.

**Objetivo Comunicacional:** Explicar de forma ordenada y concreta toda la información de la empresa.

**Descripción:** Se determinó a base de la observación, la necesidad de crear material corporativo como tarjetas de presentación y bifoliales, para que los clientes que visitan las instalaciones puedan llevar consigo toda la información necesaria a quienes somos, cursos, horarios, precios, en otros.

La primera acción, fue desarrollar el diseño gráfico de las tarjetas de presentación y bifoliales, de mismo modo fueron presentadas a los directores y aprobadas por ellos mismos.

Las tarjetas de presentación fueron únicamente entregadas a los directores con la información básica para sus contactos y puestos dentro de la empresa.

Los bifolios, fueron redactados con mucha más información específica detallando de una forma ordenada y concreta todo lo respecto a la empresa.

Luego de la aprobación de los diseños, se puso en práctica la entrega del material y seguimiento de la acción, obteniendo buenos resultados y satisfacción de los clientes externos.

**Acciones desarrolladas:**

- Diseño de material corporativo.
- Entrega y seguimiento.



Material corporativo elaborado para In Motion Dance & Fitness, elaborado por el epesista Francisco Díaz.



Entrega de material corporativo a Majo y Alex, directores de In Motion Dance & Fitness Academia.

### 3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

MES	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO
ACTIVIDAD	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1
Planeación	■	■											
Reunión Informativa			■										
Acción 1				■									
Acción 2					■								
Implementación de Pizarra Informativa						■	■	■	■	■			
Reunion Informativa							■						
Implementación de Material Corporativo								■	■	■	■	■	
Presentación de Material Corporativo									■				
Reunión Informativa													■

Elaborado por: Francisco Díaz

### 3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

CONTROL Y SEGUIMIENTO		
Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
Ordenar la información interna.	Se realizó una pregunta a 10 personas para conocer la opinión sobre la instalación y el funcionamiento de la pizarra informativa y las pantallas digitales.	"Ahora es mucho más fácil dirigirme a la pizarra e informarme sobre las actividades semanales de la academia" <b>Claudia de Leon – Alumna Activa.</b> "Proyectar la información y anuncios en la pantallas, nos facilita la comunicación con los alumnos" <b>Danielle Amor Linares – Maestra Ritmos Latinos.</b>
Fortalecer la información exterior.	Se desarrolló el diseño de la tarjeta de presentación y bifoliar, se entregaron 50 ejemplares de cada uno de los materiales a los 2 directores de la academia.	"Hemos entregado con gratitud los bifolios a las personas que han solicitado información de la academia, resolviendo dudas con respecto a la misma" <b>Alex Aquino– Director</b> "Las tarjetas de presentación serán de mucha ayuda para los contactos, presentaciones empresariales y clases privadas" <b>María José Borrado - Directora</b>

#### **4. CONCLUSIONES**

Es importante que la comunicación se implemente de manera correcta, seleccionando las estrategias y los medios idóneos, basados en los objetivos que se pretenden alcanzar.

Una comunicación adecuada es la clave para mejorar el canal de información entre una empresa y sus clientes internos y externos.

El material corporativo transmite presencia, seriedad y confiabilidad, es importante contar con los recursos necesarios para que los colaboradores representen con responsabilidad una organización, marca o empresa.



## **5. RECOMENDACIONES**

Generar siempre un canal claro y efectivo de comunicación entre empresa y cliente, desarrollara un crecimiento empresarial y profesional.

Identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa, ayudara a desarrollar mejores planes de acción para ejecutar dentro de la empresa.

Dar seguimiento a la ejecución de acciones, conllevan a buenos resultados entre empresa y clientes.

Mantener el orden de la información dentro de la empresa, para una mejor presentación a los nuevos y potenciales clientes.

Realizar actualización del material corporativo cuando se realicen cambios en la información básica de la empresa.

Actualizar y dar mantenimiento a las pantallas digitales, con toda la información semanal para un mejor alcance a nuestro grupo objetivo.

## 6. GLOSARIO DE TERMINOS

**Afiche:** Impreso, generalmente de gran tamaño, que se emplea para propaganda o con fines informativos y que se fija en paredes y lugares públicos.

**Análisis:** Examen detallado de una cosa para conocer sus características o cualidades, o su estado, y extraer conclusiones, que se realiza separando o considerando por separado las partes que la constituyen.

**Bifoliar:** Impreso formado por una lámina de papel o cartulina que se dobla en dos o tres partes, Ideal para promocionar los productos o servicios de su empresa, o bien para comunicar algún evento, impresos a todo color.

**Colaboradores:** Persona que está siempre dispuesta a colaborar con otros.

**Comunicación:** Acción de comunicar o comunicarse. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

**Comunnity Manager:** Es el profesional responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en Internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans y, en general, cualquier usuario interesado en la marca.

**Diagnóstico:** Como diagnóstico se denomina la acción y efecto de diagnosticar. Como tal, es el proceso de reconocimiento, análisis y evaluación de una cosa o situación para determinar sus tendencias, solucionar un problema o remediar un mal.

**Eficaz:** Que produce el efecto esperado, que va bien para determinada cosa.

**Expedita:** Que carece de obstáculos, estorbos o inconvenientes.

**Idóneo:** Que reúne las condiciones necesarias u óptimas para una función o fin determinados.

**Implícito:** Que está incluido en una cosa, sin que esta lo diga o lo especifique.

**Pizarra:** Placa de pizarra oscura y pulimentada o de otro material convenientemente tratado, que se usa para escribir o dibujar cuando es necesario que lo vea un conjunto de personas, como en las aulas, en una reunión, etc.; para escribir o dibujar se utiliza tiza o ciertos rotuladores que permiten borrar en seco.

**Primordial:** Que es muy importante o fundamental.

**Promover:** Fomentar o favorecer la realización o el desarrollo de una cosa, iniciándola o activándola si se encuentra paralizada o detenida provisionalmente.

## 7. BIBLIOGRAFIA

- García Jiménez, Jesús. 1998. La Comunicación Interna, Ediciones Díaz de Santos. España.
- Hernández Sampieri, R. (2010). Metodología De La Investigación, Quinta Edición. México.
- Piloña Alfredo, (2018). Guía práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo. Onceava edición. Guatemala.
- Costa, Joan. (2008). Diseñar para los Ojos. Grupo editorial Design. La Paz, Bolivia.
- Swann, Alan. (1993). El color en el diseño gráfico. Editorial Gustavo Gill, S.A, España.
- Adler, R. y Marquardt, J. (2005). Comunicación organizacional: principios y prácticas para negocios y profesiones. Octava edición. McGraw-Hill. México.
- Guillén, C. y Guil, R. (2000). Psicología del trabajo para las relaciones laborales. McGraw-Hill. México.

## EGRAFÍA

- De Guadalupe, Ana (2010). Comunicación Organizacional. Recuperado de: <<https://www.researchgate.net>> consultado el: 05 de marzo 2019.
- Sabino Carlos (1992). El proceso de Investigación. Caracas: Ed Panapo. Recuperado de: <<https://metodoinvestigacion.files.wordpress.com> > consultado el: 8 de mayo 2019.
- Diccionario de la Real Academia Española (2017).Glosario. Recuperado de: <<http://dle.rae.es> > consultado el 30 de Julio 2019.

## 8. ANEXOS

### MODELO DE LA ENTREVISTA (Anexo 1)



**Universidad de San Carlos de Guatemala**

**Escuela de Ciencias de La Comunicación**

**Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura EPSL**

#### **Entrevista**

**Muestra:** Alumnos In Motion Dance & Fitness Academia

**Tipo de Entrevista:** No estructurada

1. ¿Cómo percibe la comunicación dentro de la academia?
2. ¿Usted, qué medios de comunicación utiliza usualmente para comunicarse?
3. ¿Cree que la forma de transmitir información en la academia es efectiva, por ejemplo afiches y pantallas digitales?
4. ¿La información que se maneja dentro de la academia es ordenada, clara y sencilla?
5. ¿Qué opciones propone para mejorar la comunicación en la academia?
6. ¿Cuál es su opinión respecto a la forma de comunicarse de los maestros hacia los alumnos?
7. ¿Cuál cree que podrían ser los inconvenientes que afectan el proceso de comunicación interna y externa de la academia?
8. ¿Qué peligro corre la academia al no tener una comunicación eficaz hacia sus clientes?

**FOTOGRAFIAS (Anexo 2)**



Entrega de material corporativo a Majo y Alex, directores de In Motion Dance & Fitness Academia.

## TARJETAS DE PRESENTACIÓN (Anexo 4)

# MAJO BORRAYO

Directora / In Motion Dance & Fitness Academia

Cel.: 502 5699 5606

 info@inmotiongt.com

 In Motion Dance & Fitness

 @inmotiongt



*#bailandosevivemejor*

Tarjeta de presentación desarrollada para la directora de la academia María José Borrayo, elaborado por epesista Francisco Díaz.

# ALEX AQUINO

Director / In Motion Dance & Fitness Academia

Cel.: 502 4226 3000

 info@inmotiongt.com

 In Motion Dance & Fitness

 @inmotiongt



*#bailandosevivemejor*

Tarjeta de presentación desarrollada para el director de la academia Alex Aquino, elaborado por epesista Francisco Díaz.





## MUESTRA DE ENTREVISTAS (Anexo 6)



**Universidad de San Carlos de Guatemala**

**Escuela de Ciencias de La Comunicación**

**Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura EPSL**

### **1 Entrevista: Amor Linares**

**Muestra:** Alumnos In Motion Dance & Fitness Academia

**Tipo de Entrevista:** No estructurada

1. ¿Cómo percibe la comunicación dentro de la academia?  
Buena, ya que se utilizan redes sociales para esto.
2. ¿Usted, qué medios de comunicación utiliza usualmente para comunicarse?  
Celular, redes sociales.
3. ¿Cree que la forma de transmitir información en la academia es efectiva, por ejemplo afiches y pantallas digitales?  
Si ayuda ver la información cerca de donde pasan las personas que llamen la atención y en la pantalla que sea dinámico.
4. ¿La información que se maneja dentro de la academia es ordenada, clara y sencilla?  
Si, se maneja información clara y de igual manera se explica.
5. ¿Qué opciones propone para mejorar la comunicación en la academia?

Tener más acercamiento con alumnos nuevos, comentarles de los grupos y páginas de redes sociales para que estén enterados de las actividades a realizar.

6. ¿Cuál es su opinión respecto a la forma de comunicarse de los maestros hacia los alumnos?

Buena, puede mejorar tomando pequeños espacios para preguntar sobre si entienden lo enseñado en clases o bien lo informado de actividades.

7. ¿Cuál cree que podrían ser los inconvenientes que afectan el proceso de comunicación interna y externa de la academia?

La información a medias, suponer que se entiende todo lo explicado, mal interpretación de la información, pena de los alumnos de preguntar.

8. ¿Qué peligro corre la academia al no tener una comunicación eficaz hacia sus clientes?

Que los alumnos se sientan mal informados sobre clases, horarios, costos, actividades y prefieran dejar de asistir.



**Universidad de San Carlos de Guatemala**

**Escuela de Ciencias de La Comunicación**

**Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura EPSL**

## **2 Entrevista: Claudia de León**

**Muestra:** Alumnos In Motion Dance & Fitness Academia

**Tipo de Entrevista:** No estructurada

1. ¿Cómo percibe la comunicación dentro de la academia?

La comunicación dentro de la academia es bastante buena, los maestros hacen anuncios verbalmente, y se mantienen muy activos en la redes sociales, pero hay poca información por escrito en los alrededores.

2. ¿Usted, qué medios de comunicación utiliza usualmente para comunicarse?

Celular, redes sociales (Fb, Instagram, Whatsapp)

3. ¿Cree que la forma de transmitir información en la academia es efectiva, por ejemplo afiches y pantallas digitales?

Si creo que es bastante efectiva con el sector juvenil que se maneja por las redes sociales, pero con el sector más adulto tal vez no es el mejor ya que para ellos hay que colocar afiches o algo así ya que no todos cuentan con redes sociales.

4. ¿La información que se maneja dentro de la academia es ordenada, clara y sencilla?

La información que se transmite dentro de la academia considero que si es ordenada y clara.

5. ¿Qué opciones propone para mejorar la comunicación en la academia?  
Yo pienso que deben mejorar en los medios escritos, tal vez incluir un pequeño boletín, después de las competencias o talleres para que al ver eso, nuevas personas se animen a participar.
  
6. ¿Cuál es su opinión respecto a la forma de comunicarse de los maestros hacia los alumnos?  
Creo que los maestros se comunican bastante bien, pero cuando deben realizar algún tipo de anuncio lo deben realizar de forma diaria ya que las personas no siempre llegan todos los días de la semana.
  
7. ¿Cuál cree que podrían ser los inconvenientes que afectan el proceso de comunicación interna y externa de la academia?  
Como mencione en el punto anterior, puede afectar que los alumnos no llegan todos los días o la misma hora por lo que no todos tendrán acceso a los anuncios verbales.
  
8. ¿Qué peligro corre la academia al no tener una comunicación eficaz hacia sus clientes?  
Al momento de realizar algún evento, fiesta o taller puede que no lleguen muchos alumnos por no tener la información necesaria.



**Universidad de San Carlos de Guatemala**

**Escuela de Ciencias de La Comunicación**

**Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura EPSL**

### **3 Entrevista: Mafer Alarcon**

**Muestra:** Alumnos In Motion Dance & Fitness Academia

**Tipo de Entrevista:** No estructurada

1. ¿Cómo percibe la comunicación dentro de la academia?

La comunicación de los encargados de la academia con la mayoría de alumnos es buena, pero podría mejorarse, sin embargo con posibles clientes, la comunicación y atención es muy buena. Igualmente en redes sociales, la comunicación y publicidad es buena y constante.

2. ¿Usted, qué medios de comunicación utiliza usualmente para comunicarse?

Whatsapp, Facebook, Instagram y la comunicación oral de persona a persona.

3. ¿Cree que la forma de transmitir información en la academia es efectiva, por ejemplo afiches y pantallas digitales?

Considero que la manera de transmitir información de manera tradicional no es del todo efectiva, ya que los afiches se encuentran desactualizados y a veces se encuentran en lugares que no llaman la atención por lo que pasan desapercibidos, sin embargo la transmisión de información por redes sociales es muy buena y constante, me parece muy bien que se incentive a la participación e interacción entre los alumnos, clientes potenciales y maestros.

4. ¿La información que se maneja dentro de la academia es ordenada, clara y sencilla?  
Si, especialmente en redes sociales.
  
5. ¿Qué opciones propone para mejorar la comunicación en la academia?  
Incentivar la participación de los alumnos en distintas actividades, y que esto pueda ser publicado en redes. Variar el tipo de publicaciones, mostrar los rostros nuevos de la academia.
  
6. ¿Cuál es su opinión respecto a la forma de comunicarse de los maestros hacia los alumnos?  
Creo que la comunicación de los maestros hacia los alumnos depende del grado de confianza que se tenga entre ellos. Algunas veces suele ser muy buena, pero en ciertas ocasiones algunas personas son un poco pesadas.
  
7. ¿Cuál cree que podrían ser los inconvenientes que afectan el proceso de comunicación interna y externa de la academia?  
En el caso de los maestros, el dejarse llevar por sentimientos o situaciones personales que afectan de manera negativa en su trato profesional hacia sus clientes. Además, siento que no se busca ver a la academia como una familia donde todos estén incluidos, haciendo que existan grupos y que los alumnos vayan perdiendo el interés, y les sirvan como mala referencia.
  
8. ¿Qué peligro corre la academia al no tener una comunicación eficaz hacia sus clientes?  
En mi opinión, encuentro dos problemas principales: la pérdida de clientes potenciales, así como la pérdida o desinterés de alumnos ya inscritos en continuar con sus clases.



**Universidad de San Carlos de Guatemala**

**Escuela de Ciencias de La Comunicación**

**Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura EPSL**

#### **4 Entrevista: Jose Medina**

**Muestra:** Alumnos In Motion Dance & Fitness Academia

**Tipo de Entrevista:** No estructurada

1. ¿Cómo percibe la comunicación dentro de la academia?  
Buena, siempre hay alguien para resolver dudas.
2. ¿Usted, qué medios de comunicación utiliza usualmente para comunicarse?  
Whatsapp y personalmente.
3. ¿Cree que la forma de transmitir información en la academia es efectiva, por ejemplo afiches y pantallas digitales?  
Si usualmente lo hacen más por redes sociales.
4. ¿La información que se maneja dentro de la academia es ordenada, clara y sencilla?  
Es sencilla pero depende mucho que tan bien informado esta uno respecto a las promociones de cada mes.
5. ¿Qué opciones propone para mejorar la comunicación en la academia?  
Aplicación Movil.
6. ¿Cuál es su opinión respecto a la forma de comunicarse de los maestros hacia los alumnos?

Respetuosa y de confianza.

7. ¿Cuál cree que podrían ser los inconvenientes que afectan el proceso de comunicación interna y externa de la academia?

Problemas personales entre los maestros y administradores de la academia.

8. ¿Qué peligro corre la academia al no tener una comunicación eficaz hacia sus clientes?

Perder clientes.





**Universidad de San Carlos de Guatemala**

**Escuela de Ciencias de La Comunicación**

**Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura EPSL**

### **5 Entrevista: Jenifer Castro**

**Muestra:** Alumnos In Motion Dance & Fitness Academia

**Tipo de Entrevista:** No estructurada

1. ¿Cómo percibe la comunicación dentro de la academia?  
Regular.
2. ¿Usted, qué medios de comunicación utiliza usualmente para comunicarse?  
Whatsapp, Instagram, Facebook y Twitter.
3. ¿Cree que la forma de transmitir información en la academia es efectiva, por ejemplo afiches y pantallas digitales?  
Considero eficaz hacer uso de ese tipo de comunicación porque las personas que asisten a clases ven la información en el momento oportuno sin necesidad de recurrir o estar pendiente de una red social por cualquier cambio o aviso.
4. ¿La información que se maneja dentro de la academia es ordenada, clara y sencilla?  
Si, cuando hay.
5. ¿Qué opciones propone para mejorar la comunicación en la academia?

Considerar a todo tipo de clientes desde los que no usan redes sociales como lo que la usan para que no queden clientes insatisfechos por falta de conocimiento.

6. ¿Cuál es su opinión respecto a la forma de comunicarse de los maestros hacia los alumnos?

Se dirigen a los alumnos de manera respetuosa y pacientemente.

7. ¿Cuál cree que podrían ser los inconvenientes que afectan el proceso de comunicación interna y externa de la academia?

Olvidar la demografía de sus clientes.

8. ¿Qué peligro corre la academia al no tener una comunicación eficaz hacia sus clientes?

Inconformidad y pérdida de clientes como consecuencia.

# FICHA DE REGISTRO HORAS PRACTICAS (Anexo 6)



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019



## Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

**Nombre del Alumno (a):** Francisco Waldemar Díaz Hernández  
**No. Carné y DPI:** 201022666 / 2449 53791 1805  
**Jefe o Encargado (a):** Licda. María José Borrayo / Directora  
**Institución o Empresa:** In Motion Dance & Fitness Academia  
**Supervisor de EPSL:** Licda. Krista Ramírez

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 13 / Al: 18	Mayo	6	6	6	7		5	30 hrs.
2	Del: 20 / Al: 25	Mayo	6	6	6	7		5	30 hrs.
3	Del: 27 / Al: 01	Mayo/junio	6	6	6	7		5	30 hrs
4	Del: 03 / Al: 08	Junio	6	6	6	7		5	30 hrs
5	Del: 10 / Al: 15	Junio	6	6	6	7		5	30 hrs
6	Del: 17 / Al: 22	Junio	6	6	6	7		5	30 hrs
7	Del: 24 / Al: 29	Junio	6	6	6	7		5	30 hrs
8	Del: 01 / Al: 06	Julio	6	6	6	7		5	30 hrs
9	Del: 08 / Al: 13	Julio	6	6	6	7		5	30 hrs
10	Del: 15 / Al: 20	julio	6	6	6	7		5	30 hrs
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA ACUMULADAS</b>									300 hrs.

(f)   
Licda. María José Borrayo

(f)   
Supervisora EPS Licda. Krista Ramírez

