

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



**“LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LAS DIFERENTES SEDES DEL
GIMNASIO FEMME FIT FITNESS STUDIO”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

ZABDY CARMINA SIEBENHOR MOTTA

201221067

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

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 Trujillo

Representantes Estudiantiles:

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados:

M.A. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de 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, 20 de 09 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 Zabdy Carmina Siebenhor Motta con número de carné: 201221067 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, realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el departamento Administrativo y Mercado cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 14 de mayo al 19 de julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: "La comunicación interna en las diferentes sedes del gimnasio Femme Fit Fitness Studio" entregando el material respectivo y debidamente recibido por: Licda. Elena De León – Gerente Administrativa.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo de 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,

Firma y sello

Licda. Elena De León

Gerente Administrativa

Femme FIT
SIEMPRE FIT. S.A.



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



Guatemala, 16 de octubre de 2019

Estudiante
Zabdy Carmina Siebenhor Motta
Carné: 201221067
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: **“LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LAS DIFERENTES SEDES DEL GIMNASIO FEMME FIT FITNESS STUDIO”** 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”



Licda. Krista Ramírez
Supervisor EPS de Licenciatura



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

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

DEDICATORIA

A MI DIOS

Porque me dio la bendición de tener vida y con los dones y talentos que me otorgó puedo cumplir mis metas.

A MIS PADRES:

Verónica Motta y Samuel Siebenhor, por dejarme la mejor herencia, el conocimiento, por ser mis maestros de vida y porque formaron a la mujer que hoy soy, y sin ellos esto no hubiera sido posible, porque me han enseñado a soñar en grande y me han guiado.

A MIS HERMANAS:

Karen y Cesiah Siebenhor por ser el mejor ejemplo de vida que tengo por ayudarme desde aprender a hablar hasta un trabajo de universidad, por demostrarme con su ejemplo que el que persevera alcanza y por estar siempre disponible para mí.

A MI CUÑADO Y SOBRINO:

Alejandro Linares porque con su perseverancia y deseos de superación a alcanzado todas las metas propuestas y Benjamín porque siempre te vamos a enseñar a soñar en grande.

A MIS ABUELOS:

Miguel Motta y Blanca Alvarado porque siempre han intercedido ante Dios por mí, porque confiaron en mi hasta llegar aquí, porque me han compartido de la sabiduría que Dios les dio.

A MAMÁ TONITA (Q.E.P.D):

Por sus oraciones, admiración y amor, por sentirse orgullosa de mí y animarme con sabiduría a seguir adelante y sobre todo a seguir a Dios.

AGRADECIMIENTOS

A mi **DIOS**, porque es mi fuente de vida, y me dio la oportunidad de llegar hasta aquí, y me ha bendecido con muchos talentos y cada día me demuestra su propósito en mí.

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, por ser mi alma máter.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, por darme la oportunidad de ser parte de este gremio.

A **FEMME FIT FITNESS STUDIO**, por abrirme las puertas para realizar este trabajo y juntos poder ayudar a la mejora de la empresa y por confiar en mí.

A la **LICENCIADA KRISTA MARÍA RAMÍREZ NÁJERA**, por su asesoría, apoyo, paciencia y comprensión.

A mi **FAMILIA**, porque me animó cuando intenté rendirme, porque me extendieron la mano para ayudarme, por la cantidad de veces que tuvieron que ir a la u por mí y por muchas otras razones, que sin ellos no hubiera sido posible.

A mi abuelito **MIGUEL ALFONSO MOTTA**, por ayudarme a mejorar mis técnicas, por compartirme libros para aumentar mi conocimiento, por siempre hablar de mi carrera con un punto crítico, porque a pesar de no poder ver reconocer mi voz en un audio, en una presentación en cualquier momento.

A **HUGO ROLANDO MOTTA ALVARADO Y DORIS CATALINTA ORTIZ DE MOTTA**, por creer en mí y en mis talentos, por apoyarme en cada evento y por tomarme en cuenta para ser parte de diferentes proyectos y por su amor incondicional.

A ITHAMAR ELIOENAI DE JESÚS SIEBENHOR MÉRIDA Y SUS HIJAS CAROLA Y YOSSELIN por su amor y apoyo durante toda mi carrera, por estar pendientes de cada uno de mis procesos.

A DIANA MÉRIDA Y NOHEMI DONIS, por su amistad, por tantos años compartidos, entre risas y llantos, por tantas experiencias que nos han hecho caer pero ahí hemos estado para levantarnos y sobre todo por creer en mí sin juzgarme.

A JORGE LÓPEZ Y GUILLERMO PORÓN, porque fueron los primeros en la universidad que me extendieron la mano y se volvieron parte fundamental de mi carrera y de mi vida porque hemos estado juntos en las buenas y en las malas y siempre estaremos el uno para el otro.

A MIS COMPAÑEROS DE PROMO, porque han pasado más de 9 años de amistad y han sido incondicionales a pesar de la distancia, me han demostrado su lealtad y cariño en cada cosa mala o buena que me ha sucedido

A MIS COMPAÑEROS DE UNIVERSIDAD, de quienes no doy nombre porque puedo olvidar a alguien, por su amistad y compañerismo por esa cantidad de sábados en clase riendo y compartiendo, por el estrés que me brindaron que solo me hizo llegar hasta aquí

A JAIRON DONALDO QUIÑONEZ, que desde que lo conocí me brindó una amistad sincera entre risas de películas y seriedad de trabajos, pero principalmente porque me animó a hacer el EPS juntos y durante todo el proceso me apoyó y ayudó a llegar al final desinteresadamente.

A LOURDES MARÍA FERNÁNDEZ MEJÍA, porque a pesar del poco tiempo de conocernos me ha brindado una amistad sincera e incondicional y me apoyó en todo momento en el trabajo para lograr hacer mi EPS.

ÍNDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III
CAPÍTULO I.....	1
1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. LA INSTITUCIÓN - ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	1
1.2.1 Ubicación Geográfica	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas	1
1.2.3. Antecedentes.....	2
1.2.4. Departamentos	2
1.2.5. Misión	5
1.2.6. Visión	5
1.2.7. Objetivos Institucionales	5
1.2.8. Público Objetivo	5
1.2.9. Organigrama	6
1.3. METODOLOGÍA	7
1.3.1. Descripción del Método	7
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección.....	8
1.3.3. Cronograma del diagnóstico.....	9
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	10
1.4.1. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas	10
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	15
1.5.1. Fortalezas	15
1.5.2. Oportunidades.....	15
1.5.3. Debilidades.....	15

1.5.4. Amenazas	15
CAPÍTULO II.....	16
2. PLAN DE COMUNICACIÓN	16
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	16
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	16
2.2.1. Objetivo General.....	16
2.2.2. Objetivos Específicos.....	16
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	16
2.4. MENSAJE.....	16
2.5. ESTRATEGIAS	17
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	17
CAPÍTULO III	25
3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	25
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	25
3.1.1. Financiamiento	25
3.1.2 Presupuesto.....	25
3.1.3 Beneficiarios.....	26
3.1.4 Recursos Humanos	26
3.1.5 Áreas Geográficas de Acción.....	26
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	27
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	29
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	30
CONCLUSIONES	31
RECOMENDACIONES	32
GLOSARIO DE TÉRMINOS	33
BIBLIOGRAFÍA	36
E GRAFÍA	37
ANEXOS	38

RESUMEN

Nombre de la institución:	FEMME FIT FITNESS STUDIO
Nombre del proyecto:	LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LAS DIFERENTES SEDES DEL GIMNASIO FEMME FIT FITNESS STUDIO
Objetivos del proyecto:	
General:	Examinar los problemas de comunicación interna entre los empleados de Femme Fit Fitness Studio.
Específico:	Detallar la ruta de comunicación más efectiva que existe dentro de la operación diaria de los gimnasios Femme Fit. Identificar deficiencias más frecuentes en la comunicación interna. Establecer parámetros para tener una comunicación interna efectiva.
Sinopsis:	El Proyecto se realizó bajo una estrategia de reforzar la comunicación interna de la empresa ejecutándola por medio de dos estrategias con sus respectivas acciones, la cuales se basó en talleres de aprendizaje sobre la comunicación efectiva y trabajo en equipo, esto guiado en el mensaje confiabilidad, seguridad y práctica con el que se buscaba ampliar y reforzar la comunicación del personal.

INTRODUCCIÓN

El gimnasio Femme Fit Studio es una institución dirigida exclusivamente para mujeres desde los 14 años, cuenta con diferentes sedes ubicados en la capital de Guatemala, se dedica a procurar ser la primera opción de la industria fitness para mujeres en Guatemala. En la actualidad cuenta con siete sedes, manejando un total de cuarenta y cinco empleados distribuidos en los diferentes departamentos así: servicio al cliente cuenta con catorce asistentes de relación con clientas, dieciocho entrenadoras, dos nutricionistas, mantenimiento cuenta con siete mujeres encargadas de limpieza, un mensajero, una persona del área de contabilidad y una del área de soporte de sistemas; estas áreas están dirigidas por el departamento administrativo y de diseño/publicidad.

Tomando en cuenta que esta institución maneja eventos, promociones, precios, ofertas especiales para la clientela se realizó este trabajo de campo para identificar la ruta de comunicación que esta información tiene, y como se transmite entre los trabajadores y los clientes.

Se planteó como objetivo examinar los problemas de comunicación interna entre servicio al cliente, entrenadoras y nutricionistas, para lo cual se entrevistó en cada departamento al personal, y así crear un vínculo para que todas se pudieran abrir a expresar los problemas que ven más frecuentes, de la misma manera para tener datos específicos.

JUSTIFICACIÓN

La comunicación interna debe ayudar a que todos y cada uno de los empleados sepan cuál es su cometido, qué función cumplen en el contexto global de la empresa, cuales son los procedimientos que deben seguir y qué funciones y tareas realizan las otras personas de la organización.

La empresa Femme Fit Studio cuenta con siete sedes distribuidas en la capital de Guatemala, cuenta con cuarenta y cinco empleados distribuidos en diferentes áreas, por lo que todas deben manejar la misma información sobre eventos, precios, ofertas, casos especiales. Para esto la empresa debe tener una comunicación interna funcional con un proceso adecuado y vías de comunicación viables.

Por lo cual conociendo la cantidad de empleados que la institución Femme Fit Studio posee y las diferentes rutas de información que manejan se realiza este análisis para identificar defectos y fallas en la comunicación interna de esta empresa.

El proyecto es importante para Femme Fit Fitness Studio porque a través de este el ambiente laboral sería más confortable ya que se proyecta terminar con un noventa por ciento de barreras comunicacionales haciendo la comunicación más efectiva.

Se espera que este proyecto genere datos favorables en pro de Femme Fit Fitness Studio sobre el cumplimiento de procesos y la comunicación interna.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

- Examinar los problemas de comunicación interna entre los empleados de Femme Fit Fitness Studio.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Detallar la ruta de comunicación más efectiva que existe dentro de la operación diaria de los gimnasios Femme Fit.
- Identificar deficiencias más frecuentes en la comunicación interna.
- Establecer parámetros para tener una comunicación interna efectiva.

1.2. LA INSTITUCIÓN – FEMME FIT FITNESS STUDIO

1.2.1 Ubicación Geográfica

- Avenida Las Américas 14-28 zona 13 CC Plaza Las Américas
- Diagonal 6 13-01 zona 10 CC Oakland Mall Roof Top

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

En la actualidad Femme Fit Studio cuenta con alianzas solamente con algunos proveedores, cada una de las sedes está ubicada en un pequeño o grande centro comercial, por lo que siempre tienen cerca un salón de belleza con quienes hacen una alianza de promociones para todas las mujeres, además tiene una alianza con Eyebrown Design dando a sus clientas un descuento en la depilación de cejas.

Iniciaron una unión con Hiperactive, esta marca de ropa hizo una línea exclusiva para Femme Fit Studio, donde nadie tiene acceso más que ellos para comprar esta ropa deportiva solo lo pueden hacer a través de las diferentes sedes.

Por último tienen alianza desde sus inicios con una marca muy reconocida GNC quienes les han apoyado y patrocinado en todos los challenges que han tenido y Femme Fit Studio tiene sus productos a la venta en todos los gimnasios.

1.2.3. Antecedentes

En el año 2014 los hermanos Meneses ex atletas (Oscar Meneses con su esposa Paola Marroquín y José Meneses con su esposa Angie Water) inician Femme Fit Américas donde Paola y Angie eran las encargadas de hacer el trabajo de Servicio al cliente, nutrición, ya que Angie Water tiene conocimientos básicos en el tema y de coaches, al ver los resultados positivos deciden contratar al personal y abrir la siguiente sede en Vista Hermosa, en el 2015 abren una sede en Majadas y al seguir creciendo abrieron Oakland y Muxbal siendo la penúltima sede Naranjo aperturada en el año 2018 y San Cristóbal la última sede abriendo sus puertas en septiembre 2018, con el fin de crear atletas de alto nivel.

1.2.4. Departamentos

Femme Fit cuenta con el Departamento de Administración el cual está dividido por Gerencia Administrativa a cargo de Elena María De León desde Julio del 2018 quien es la encargada de velar por beneficios para la empresa y revisar estadísticas de ingresos y egresos de cada una de las sedes, así como hacer contacto con patrocinadores para beneficios de las clientas, a cargo del personal de Asistente de relación con clientas y de conserjería. Trabajando en conjunto con área de Diseño y Publicidad a cargo de Cristina Valdez quien se encarga de crear todas las promociones y de las publicaciones de redes sociales, Facebook e Instagram y la página web oficial de Femme Fit,

Servicio al Cliente - Recepcionista: Esta área cuenta con catorce señoritas divididas dos por gimnasio en dos horarios iniciando el de am de 5:00am a 1:30 pm y el horario de pm iniciando de 1:00pm a 8:45pm, los sábados el horario es de 7:00 am a 11:30 am, rotándose por sede un sábado la de horario matutino y el otro la de horario vespertino están a cargo de ventas de paquetes, promociones, challenges enlazado con retención de clientas, además manejan la base de datos también llevar el control de asistencia según la sede correspondiente, creación de facturas con sus respectivos cobros y recepción de llamadas para brindar servicio al cliente, y manejan reportes semanales y mensuales de cobros y estadísticas, y el control diario de caja chica.

Una de las tareas más importante que tienen las señoritas es dejar en una agenda todos los pendientes y liquidaciones de caja chica, ventas y más para poder entregarlo a la del siguiente turno, las mismas deben firmar de recibido y es su responsabilidad ver la agenda como su primer pendiente.

Para poder capacitar al equipo de servicio al cliente, y/o ver problemáticas que se estén teniendo, servicio al cliente tiene una reunión mensual todos los últimos miércoles del mes, con Elena de León, Claudia Quezada y los Gerentes Generales.

El área de mantenimiento y mensajería: Cuenta con esta área en conjunto, en mantenimiento trabajan siete mujeres divididas una por cada sede, siendo el horario de las mismas mixto 6:00am a 10:00am y de 3:00pm a 7:00 pm, su responsabilidad es mantener el área de ejercicios y recepción en limpieza, por otra parte el mensajero de todas las sedes hace también trabajo de mantenimiento que las mujeres no pueden, como reparaciones de todo tipo y en mensajería es el encargado de recoger papelería en recepción para llevarla a oficina, además de recibir cheques y repartir, depósitos y mandados varios.

Femme fit cuenta con su área operativa dirigido por Claudia Quezada en el puesto de Head Coach quien inició labores en el 2014 es la encargada de la coordinación de las coaches y nutricionistas, trabaja en las promociones nutricionales y los workouts semanales, además de velar por el orden y necesidades de las coach y nutricionistas.

El área de nutrición está dividido por dos nutricionistas en un horario de dos turnos de 6:00am a 10:00 am y de 4:00pm a 8:00pm dividiéndose las siete sedes según horario establecido el cual es autorizado mensualmente por la Headcoach, ellas están a cargo de hacer los planes nutricionales personalizados según los gustos de las clientas, además de llevar el control respectivo de las mismas, realizar evaluaciones antropométricas a clientas de nuevo ingreso, reevaluaciones cada dos meses, cumplir con las metas y objetivos trimestrales y brindar resultados semanales según las metas establecidas.

En el área de entrenamiento Femme Fit cuenta con diecisiete coaches hay dos fijas por cada gimnasio y cuentan con tres jumpers en horario de am y pm, las coaches de am tienen un horario de 5:00 am a 11:00am y las sedes de San Cristóbal, Vista Hermosa, Oakland Mall y Américas teniendo en exclusiva el horario de 12:30pm a 1:30pm, las coaches velan por que las clientas hagan los ejercicios de manera adecuada, conforme a sus condiciones físicas y metas personales. Si alguna clienta tiene una lesión el equipo de femme fit está capacitado para brindarles ejercicios alternativos de acuerdo a su necesidad.

El horario pm es de 3:30 pm a 8:30pm, estas coaches tienen las mismas responsabilidades que las de am, tomando en cuenta que ellas tienen la responsabilidad de dejar todo preparado para el otro día como el equipo, la clase lista y velar porque el gimnasio quede completamente en orden. El horario de los sábados es de 7:00 am a 1:30pm realizando la misma mecánica que las señoritas de servicio al cliente.

Para poder capacitar al equipo de coaches, y/o ver problemáticas que se estén teniendo, servicio al cliente tiene una reunión mensualmente todos los primeros miércoles del mes, con Elena de León, Claudia Quezada y los Gerentes Generales.

1.2.5. Misión

Ofrecer a nuestras clientas la mejor experiencia que un gimnasio pueda ofrecer para impactar positivamente su estilo de vida.

1.2.6. Visión

Ser la marca líder en Latinoamérica en la industria fitness para mujeres.

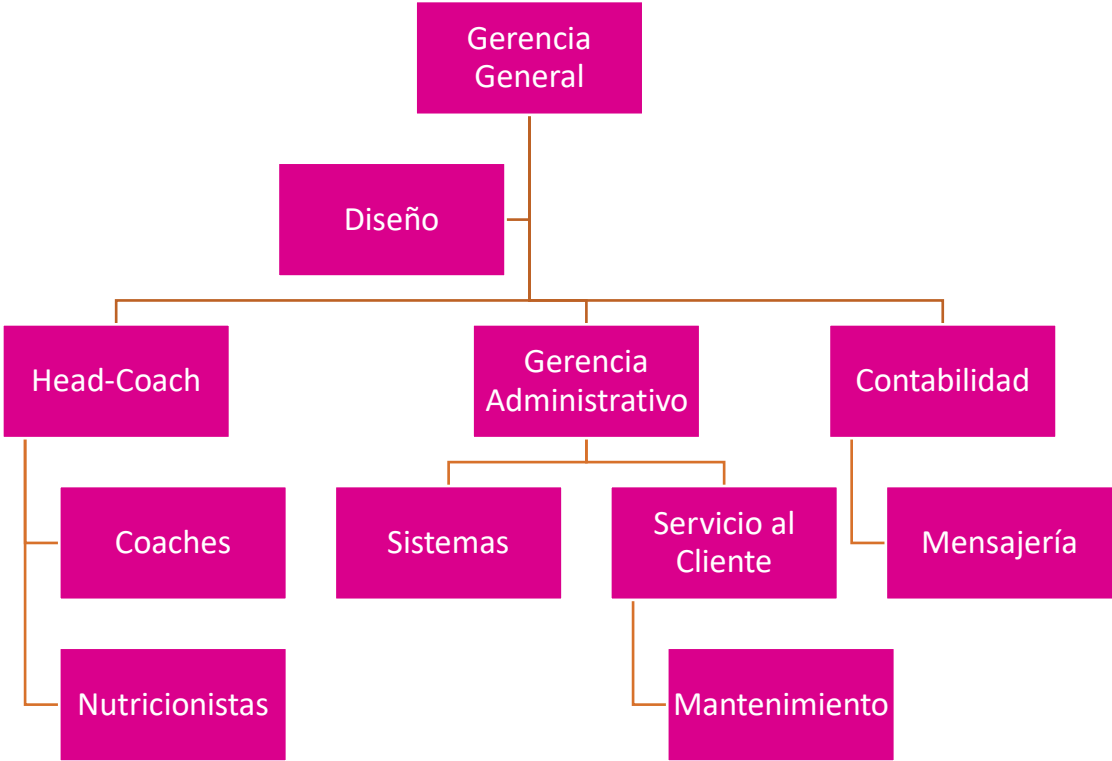
1.2.7. Objetivos Institucionales

Ser la primera opción en Guatemala para que las mujeres se sientan cómodas en la industria del fitness.

1.2.8. Público Objetivo

El público objetivo de este gimnasio es exclusivamente para mujeres desde los 14 años en adelante que estén interesada en cambiar su estilo de vida y tener una vida saludable a base de ejercicio y una buena nutrición, para mujeres que deseen hacer ejercicio funcional.

1.2.9. Organigrama



1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

Metodología cualitativa

La investigación cualitativa, se plantea, por un lado, que observadores competentes y cualificados pueden informar con objetividad, claridad y precisión acerca de sus propias observaciones del mundo social, así como de las experiencias de los demás. Por otro, los investigadores se aproximan a un sujeto real, un individuo real, que está presente en el mundo y que puede, en cierta medida, ofrecernos información sobre sus propias experiencias, opiniones, valores... etc. Por medio de un conjunto de técnicas o métodos como las entrevistas, las historias de vida, el estudio de caso o el análisis documental, el investigador puede fundir sus observaciones con las observaciones aportadas por los otros. (Monje Álvarez, 2011, Guia-didactica-metodolgia-de-la-investigacion.pdf).

Este enfoque también se conoce como investigación naturalista, fenomenológica, interpretativa o etnográfica, y es una especie de “paraguas” en el cual se incluye una variedad de concepciones, visiones, técnicas y estudios no cuantitativos. (Sparkes y Smith, 2014). Y (Savin-Baden y Major, 2013)

Se empleó el método cualitativo ya que es una técnica que es utilizada en las ciencias sociales y según algunas fuentes también se utiliza en investigación de mercado, pues se apoya en describir eventos, hechos, personas, situaciones, comportamientos e interacciones, por ende es que se dice que la investigación cualitativa hace referencia a las cualidades. (Venemedia Comunicaciones C.A. 2011-2019).

En esta oportunidad se decidió utilizar el método cualitativo ya que basados en entrevistas al personal de Femme Fit Studio se puede observar comportamientos tanto funcionales como no funcionales en la comunicación interna de esta empresa. Lo cual posterior al análisis de los datos obtenidos nos puede ayudar a crear nuevas hipótesis, y determinar las cualidades que la empresa puede utilizar para mejorar la comunicación interna. (Hernández, 2014).

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

Técnica de la observación: Se observó el mecanismo de difusión de la información en los diferentes departamentos de manera pasiva, sin intervención directa para identificar si las rutas y medios de comunicación utilizados por los empleados son efectivas o no.

Técnica de la entrevista: se utilizó una entrevista dirigida semiestructurada, primero se entrevistó a la encargada de la gerencia administrativa para conocer un poco más sobre la empresa y la relación entre el personal; posteriormente se realizó una entrevista muy general a entrenadoras, nutricionistas, recepcionistas y personal de mantenimiento con la finalidad de identificar las rutas que utilizan para la comunicación interna y evidenciar fallas en la misma.

Recursos:

Humanos:

- Encargada de Gerencia Administrativa
- HeadCoach
- Recepcionistas
- Nutricionistas
- Coaches

Equipo/ Materiales:

- Computadora
- Impresora
- Celular
- Hojas
- Lapiceros
- Tinta
- Cuaderno de notas

1.3.3. Cronograma del diagnóstico

ACTIVIDAD	Enero														Febrero								
	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	
Semana	14	15	16	17	18	21	22	23	24	25	28	29	30	31	1	4	5	6	7	8	11	12	
Propedéutico EPS	■																						
Acercamiento a Femme Fit						■																	
Entrega de solicitud de carta										■			■										
Proceso de Observación													■	■	■	■	■						
Proceso de realización de diagnóstico																	■	■	■	■			
Encuestas																				■	■		
Construcción de diagnóstico																				■	■		
Entrega de diagnóstico en classroom																							■

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Gráficas e interpretaciones del resultado de las entrevista

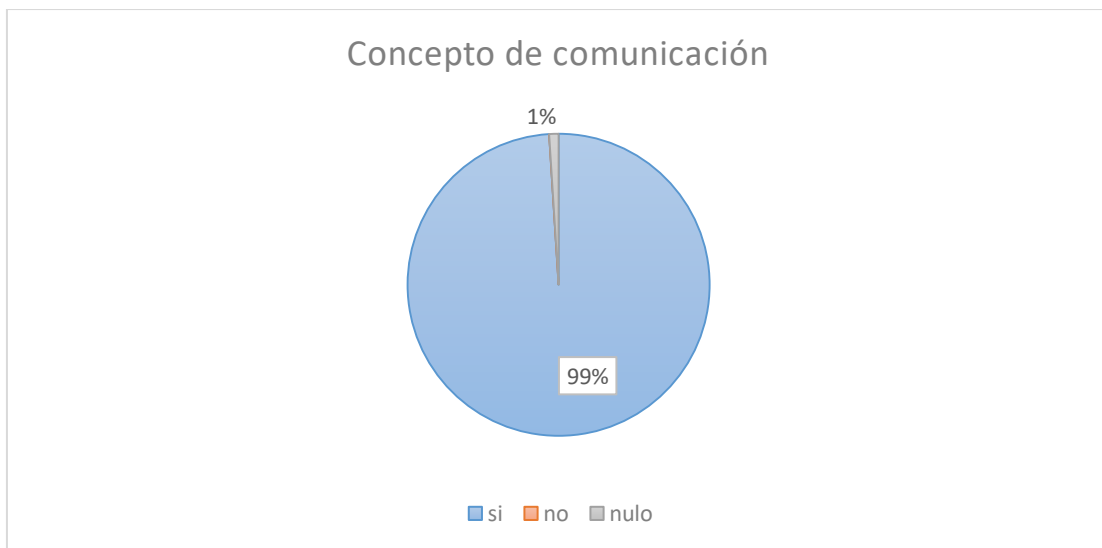
Categorías	Enunciados
Concepto de comunicación	Conocimiento de los empleados sobre el concepto de comunicación en general
Comunicación departamental	Relación de los diferentes departamentos para mantener comunicación interna.
Medio de comunicación	Medio o vía de comunicación más efectivo entre el personal
Frecuencia de reuniones	Frecuencia con la que se realizan reuniones generales entre los empleados de los diferentes departamentos
Métodos de confirmación	Métodos que se utilizan para confirmar que la información sea recibida de manera correcta.

Categorías	Entrenadoras	Nutricionistas	Recepcionistas	Mantenimiento	Resumen conclusivo
Concepto de comunicación (ver gráfica 1)	Es la acción de intercambiar información entre dos o más personas, unas transmiten y otras reciben la información.	Exponer de forma oral y escrita, en señas un concepto.	Es la manera en la que nos transmitimos con los demás.	Hablar con las demás personas.	Es una acción de intercambiar información ya sea oral, escrita, presencial entre dos o más personas.

<p>Comunicación departamental (ver gráfica 2)</p>	<p>Tenemos más comunicación con las jefas inmediatas y menos con el área de mantenimiento.</p>	<p>No tenemos dificultad con ningún área, mantenemos buena comunicación con todos.</p>	<p>Tenemos más comunicación con el departamento de administración, y menos con diseño y publicidad.</p>	<p>Tenemos comunicación con todos.</p>	<p>En general todos los empleados tienen más comunicación con el departamento de administración.</p>
<p>Medios de comunicación (ver gráfica 3)</p>	<p>WhatsApp</p>	<p>Correo</p>	<p>Teléfono y WhatsApp</p>	<p>Presencial</p>	<p>El teléfono y los mensajes por WhatsApp son el medio de comunicación que más utilizan y es la más efectiva.</p>
<p>Frecuencia de reuniones (ver gráfica 4)</p>	<p>Cada mes</p>	<p>Cada dos meses</p>	<p>Cada dos meses</p>	<p>Ninguna</p>	<p>Según el departamento, así es la frecuencia con la que se reúne el personal. Realizan una reunión anual de todo el personal</p>

Métodos de confirmación (ver gráfica 5)	Teléfono, WhatsApp y llamadas	WhatsApp	WhatsApp, llamadas telefónicas	Presencial	El método de confirmación más utilizado es vía telefónica o mensaje por WhatsApp.
---	-------------------------------	----------	--------------------------------	------------	---

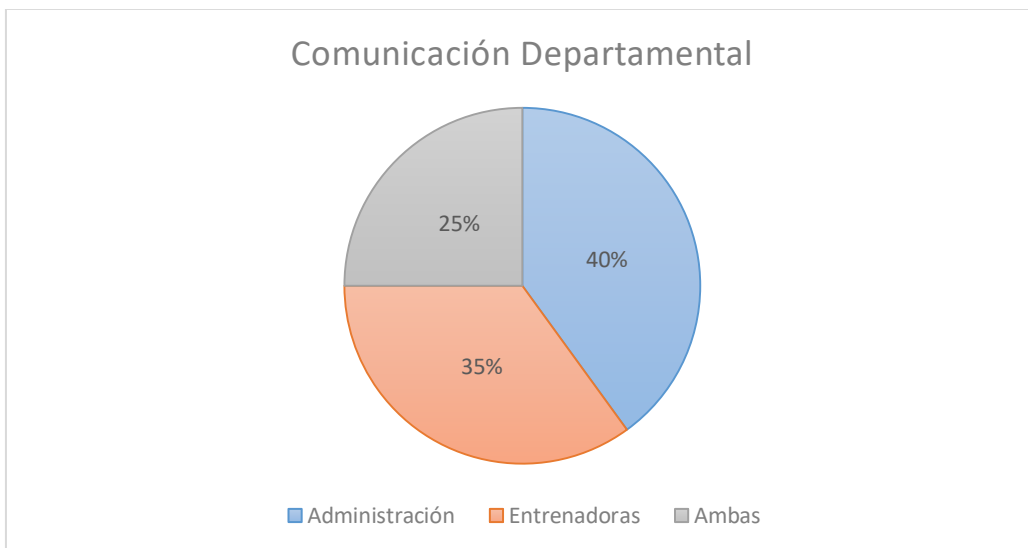
Gráfica No. 1



Interpretación:

El 99% de las personas dentro de la empresa conocen el concepto de comunicación .

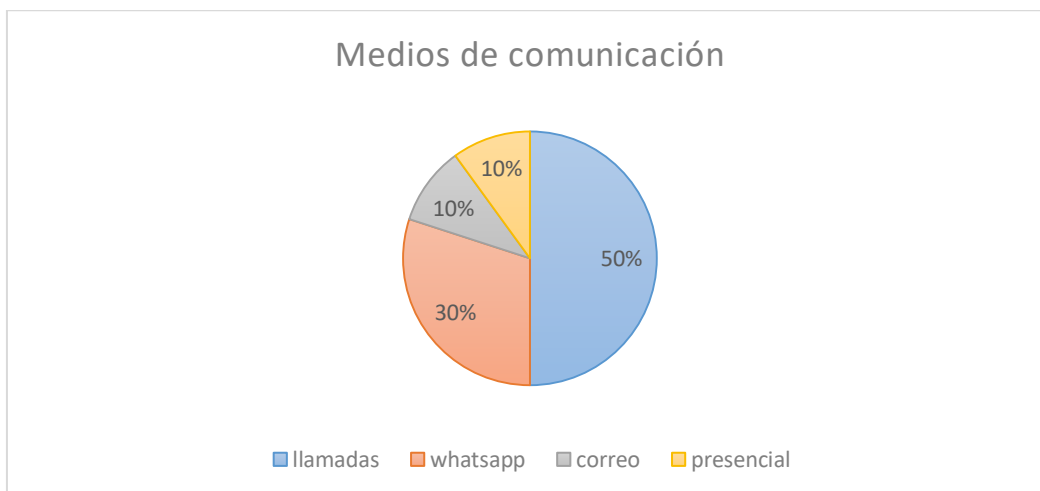
Gráfica No. 2



Interpretación:

El 40% de las personas dentro de la empresa tiene más comunicación con el área de administración el 35% con las entrenadoras y un 25% tiene comunicación con ambas áreas.

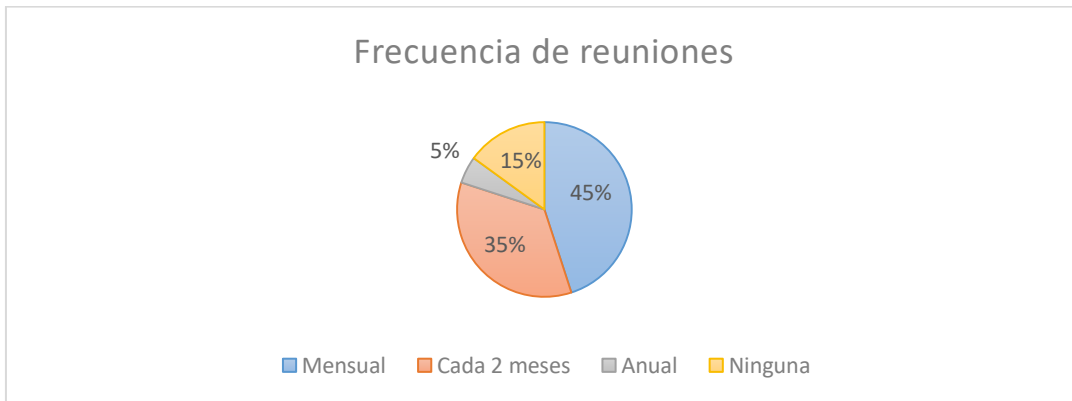
Gráfica No. 3



Interpretación:

El 50% de las personas dentro de la empresa utiliza más las llamadas telefónicas ya que es más efectiva la comunicación por esta vía, el 30% utiliza el WhatsApp para comunicarse, un 10% correo y el otro 10% presencial.

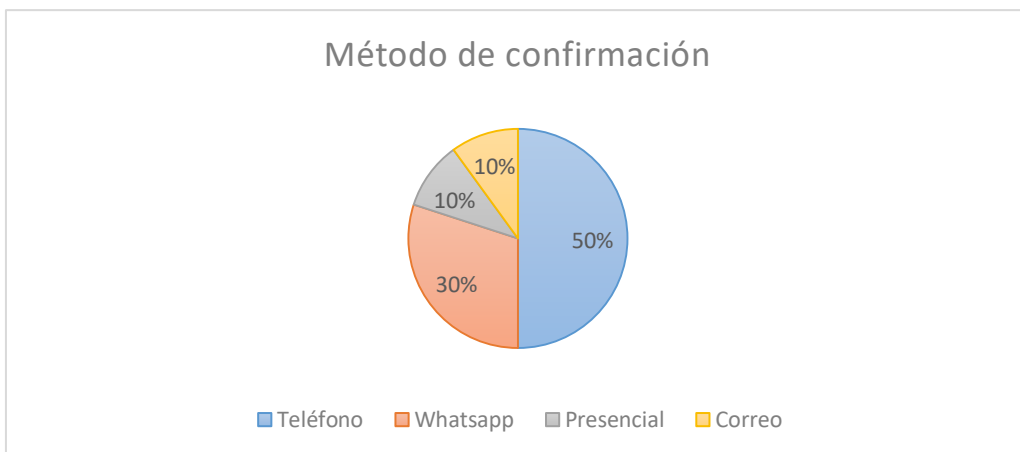
Gráfica No. 4



Interpretación:

El 45% de las personas dentro de la empresa indica que la frecuencia con la que se tienen reuniones es mensual, el 35% dice que cada 2 meses, un 15% indica que las reuniones son anuales y el otro 5% que es mantenimiento indica que no hay reuniones para ellas.

Gráfica No. 5



Interpretación:

El 50% de las personas dentro de la empresa indica que el método de confirmación de cualquier tipo de información y/o emergencia es vía telefónica, el 30% dice que es WhatsApp, un 10% indica que es presencial y el otro 10% que es vía correo electrónico.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1. Fortalezas

Buen manejo de redes sociales.

Uso de diferentes medios de comunicación

1.5.2. Oportunidades

Innovación en tecnología

Capacitaciones constantes de comunicación

1.5.3. Debilidades

Deficiencia en la comunicación interna

Mal manejo de los medio de comunicación

1.5.4. Amenazas

Rotación de personal que no es capacitado en comunicación efectiva

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

La empresa Femme Fit Fitness Studio, no posee ningún antecedente comunicacional enfocado en el tema de la comunicación interna en la empresa, por lo tanto la Escuela de Ciencias de la Comunicación representada por la epesista está siendo pionera en el ámbito comunicacional de Femme Fit Fitness Studio, por lo que a partir de este trabajo Femme Fit estará contando con antecedentes comunicacionales, ya que la empresa necesita ser fortalecida en esta área, esta es la razón de que la decisión de aceptar a la epesista autora de este trabajo no fue tan complicada, además de parecerles muy interesante; procurando el beneficio para la empresa.

Autora: Zabdy Carmina Siebenhor Motta

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

- Mejorar la comunicación interna dentro de la empresa Femme Fit Fitness Studio

2.2.2. Objetivos Específicos

- Fortalecer el ambiente organizacional
- Esclarecer las normas de comunicación dentro de la empresa
- Crear un ambiente laboral más efectivo

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

El público interno de la empresa, las trabajadoras de femme fit fitness studio, las cuales son Gerencia Administrativa, Head Coach, recepcionistas y entrenadoras.

2.4. MENSAJE

Confiabilidad, Seguridad, Práctica.

Esto es para que las trabajadoras de la empresa se sientan en plena confianza de comunicar o seguir un proceso, con la seguridad de que la práctica está siendo elaborada de la manera correcta.

2.5. ESTRATEGIAS

1. **Fortalecimiento de la comunicación interna:** Se desea mejorar la comunicación interna de la empresa con capacitaciones de comunicación en las diferentes áreas, en las reuniones mensuales que la empresa actualmente realiza, esto con el fin de que puedan comprender cómo su trabajo puede ser más efectivo.
2. **Implementación de material práctico:** Se busca que al tener el reforzamiento en la comunicación interna se pueda también reforzar el trabajo integral y sobre todo en equipo para esto, y por resultados de un feedback de la estrategia 1, se decidió realizar una guía de procedimientos que refuerce el conocimiento o que enseñe el proceso indicado para las recepcionistas nuevas y la elaboración de un trifoliar informativo para ampliar el conocimiento de la comunicación efectiva.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Estrategia 1 / Acción 1	
A qué estrategia responde la acción	A la estrategia 1, Fortalecimiento de la comunicación interna
Problema	Poca efectividad en la comunicación ascendente, descendente y horizontal
Producto	Capacitaciones sobre el tema: Comunicación Efectiva
Objetivo Comunicacional	Mejorar la comunicación interna en las diferentes áreas de la empresa.
Tipo de mensaje	Informativo, Inductivo
Público Objetivo	Interno, recepcionistas, entrenadoras, superiores
Medio de difusión	Presencial, por medio de una capacitación impartida por la epesista, en la sede de Américas donde se reunieron las coaches y Oakland Mall donde se reunieron las ARCS.

Comunicación Efectiva

Objetivos Generales

A través de la presentación los participantes aprenderán las destrezas básicas para lograr una comunicación efectiva.

1. Juego Malentendido:

Este juego implica a dos personas que deben sentarse espalda con espalda. La primera persona tiene un objeto y debe describirlo (sin decir explícitamente qué objeto es) a la persona B. La persona B debe entonces dibujarlo basándose en las descripciones de la persona A.

El juego Malentendido ayuda a impulsar la comunicación creativa. Encontrar maneras creativas de comunicarse a pesar de las barreras crea habilidades para resolver problemas. Ninguna comunicación funciona exactamente igual una y otra vez, y se requiere creatividad para asegurar que la comunicación sea efectiva cada vez.

Este juego puede ser adaptado para grupos más grandes trabajando en equipos de dos personas. Entonces puede convertirse en un concurso basado en quién tiene el dibujo más preciso.

2. ¿Qué es la comunicación?

La Comunicación es el intercambio de ideas, pensamientos y sentimientos entre dos o más personas. Es un proceso bilateral, un circuito en el cual interactúan y se interrelacionan dos o más personas a través de un conjunto de signos o símbolos convencionales, por ambos conocidos. La comunicación es una doble vía, por la que se transita en ambas direcciones. Es una danza entre el hablar y el escuchar. Implica la transferencia de la información y la comprensión resultante entre dos o más personas.

3. Comunicación efectiva

La comunicación efectiva se caracteriza por transmitir un mensaje de manera que cumpla con los objetivos esperados por el emisor hacia el receptor. También se caracteriza por resolver el problema de la interpretación que le dan los interlocutores al mensaje.

Para que una comunicación sea efectiva, los interlocutores deben buscar la comprensión uno del otro a través de la elaboración de un mensaje claro, preciso y breve. Esto significa que este mensaje debe ser:

- De fácil comprensión,
- Que exprese objetivamente lo que se quiere decir,
- Expresar únicamente lo intencionado.

Estrategia 1 / Acción 2	
A qué estrategia responde la acción	A la estrategia 1, Fortalecimiento de la comunicación interna
Problema	Poca colaboración entre el personal
Producto	Capacitación de trabajo en equipo.
Objetivo Comunicacional	Reforzar el trabajo en equipo en las administraciones para que estas puedan ser llevadas a la acción con sus equipos de trabajo, posterior a capacitar al equipo.
Tipo de mensaje	Inductivo
Público Objetivo	Gerencia Administrativa y Headcoach
Medio de difusión	Presencial, por medio de una capacitación impartida por la epesista.

Trabajo en Equipo

Objetivo General

A través de la presentación los participantes aprenderán el uso de las 5C de trabajo en equipo para lograr ese fin en el ambiente laboral.

1. Comunicación

Sin duda, la comunicación es uno de los pilares del trabajo en equipo. Y es que para un grupo de personas puedan realizar sus labores de manera correcta, eficiente y con buen ambiente laboral es preciso que todos los miembros cuenten con toda la información necesaria para poder desarrollarla.

Por eso, en los equipos de trabajo hay que olvidarse de ambigüedades. Los canales de información y los procedimientos para facilitarle a todos los compañeros deben estar muy claros para que no haya pie a malos entendidos o que a una sola persona no pueda desarrollar su labor en el tiempo y forma adecuadas porque no tuviera todas las indicaciones claras.

Es preciso que los líderes sean lo más transparentes posibles con su equipo y que les mantengan informados en todo momento de cambios que les puedan afectar. Que alguien se entere a través de terceros de alguna novedad respecto a su trabajo o los objetivos del mismo puede generar conflicto y desconfianza.

2. Coordinación

En todo equipo de trabajo debe estar presente la figura del líder. Esta figura es quien se encarga de coordinar las tareas y los miembros, conociendo a fondo cada uno de ellos para asignar los trabajos a las personas que mejor preparadas estén para cada punto.

El líder debe ser accesible para los miembros del equipo y contar con flexibilidad a la hora de realizar la coordinación de manera positiva. De esta manera se obtendrán los mejores resultados de cada individuo.

3. Complementariedad

Un equipo funciona cuando cada miembro domina un terreno determinado del proyecto, es decir, es especialista en un área concreta. “Todos y cada uno de estos conocimientos son necesarios para sacar el trabajo adelante”. En este sentido, es enriquecedor para el equipo que sus integrantes tengan capacidades y aptitudes diversas y heterogéneas. Es la forma más idónea de llegar a soluciones innovadoras y creativas.

4. Confianza

Cada persona del equipo debe confiar en el buen hacer del resto de sus compañeros. "Esta confianza le tiene que llevar a aceptar anteponer el éxito del equipo al propio lucimiento personal". Pero esta máxima solo se logra si cada uno trata de aportar lo mejor de sí mismo, sin triunfalismos personales.

5. Compromiso

Si los puntos anteriores se realizan de manera eficiente, el compromiso de los miembros del equipo crecerá. El líder, como ya se ha apuntado, debe velar por que cada persona conozca su labor y los objetivos comunes, contribuyendo de esta manera al incremento de la motivación de todos los componentes. El compromiso ha de ser con el trabajo, con los compañeros y con la empresa.

Como se puede observar, las 5 C del trabajo en equipo son fundamentales para que los resultados sean óptimos. Se trata de poner en valor el talento de cada miembro para la consecución positiva del objetivo final. Si no se tienen en cuenta estos conceptos es difícil que el equipo funcione como debe.

Estrategia 2, Acción 1	
a qué estrategia responde la acción	A la estrategia 2, Implementación de material práctico
Problema	Poca efectividad en la comunicación ascendente, descendente y horizontal
Producto	Trifoliar
Objetivo Comunicacional	Ampliar el conocimiento adquirido en la capacitación y recordar el tema constantemente para que la comunicación interna no se vea perjudicada a futuro.
Tipo de mensaje	Informativo, Inductivo
Público Objetivo	Interno, recepcionistas, entrenadoras, superiores
Medio de difusión	Presencial, entregado a cada una de las integrantes del personal femme fit fitness studio por la epesistas.



¿Qué es comunicación?

La Comunicación es el intercambio de ideas, pensamientos y sentimientos, es un proceso bilateral, un circuito en el cual interactúan y se interrelacionan dos o más personas .

Comunicación efectiva

La comunicación efectiva se caracteriza por transmitir un mensaje de manera que cumpla con los objetivos esperados por el emisor hacia el receptor.

Para que una comunicación sea efectiva, los interlocutores deben buscar la comprensión uno del otro a través de la elaboración de un mensaje claro, preciso y breve. Esto significa que este mensaje debe ser:

- De fácil comprensión
- Que exprese objetivamente lo que se quiere decir
- Expresar únicamente lo intencionado.

Comunicación formal e informal

La comunicación formal se dirige desde un integrante de un nivel jerárquico de la empresa a otro de nivel superior, igual e inferior, pero utilizando los canales formalmente establecidos por la empresa.

La comunicación informal consiste en un mensaje que circula por la empresa sin conocer el origen ni seguir canales formalmente establecidos. Puede ser un rumor o cualquier comunicación no formal en la empresa.

"La Forma que nos comunicamos con otros y con nosotros mismos, determina la calidad de nuestra vida"

Anthony Robbins

Comunicación horizontal y vertical

La comunicación horizontal se produce entre personas que forman parte del mismo nivel jerárquico en la empresa. Puede ser también formal o informal.

La comunicación vertical se produce entre diferentes posiciones de una jerarquía de la empresa, entre trabajadores y superiores o entre superiores y trabajadores.

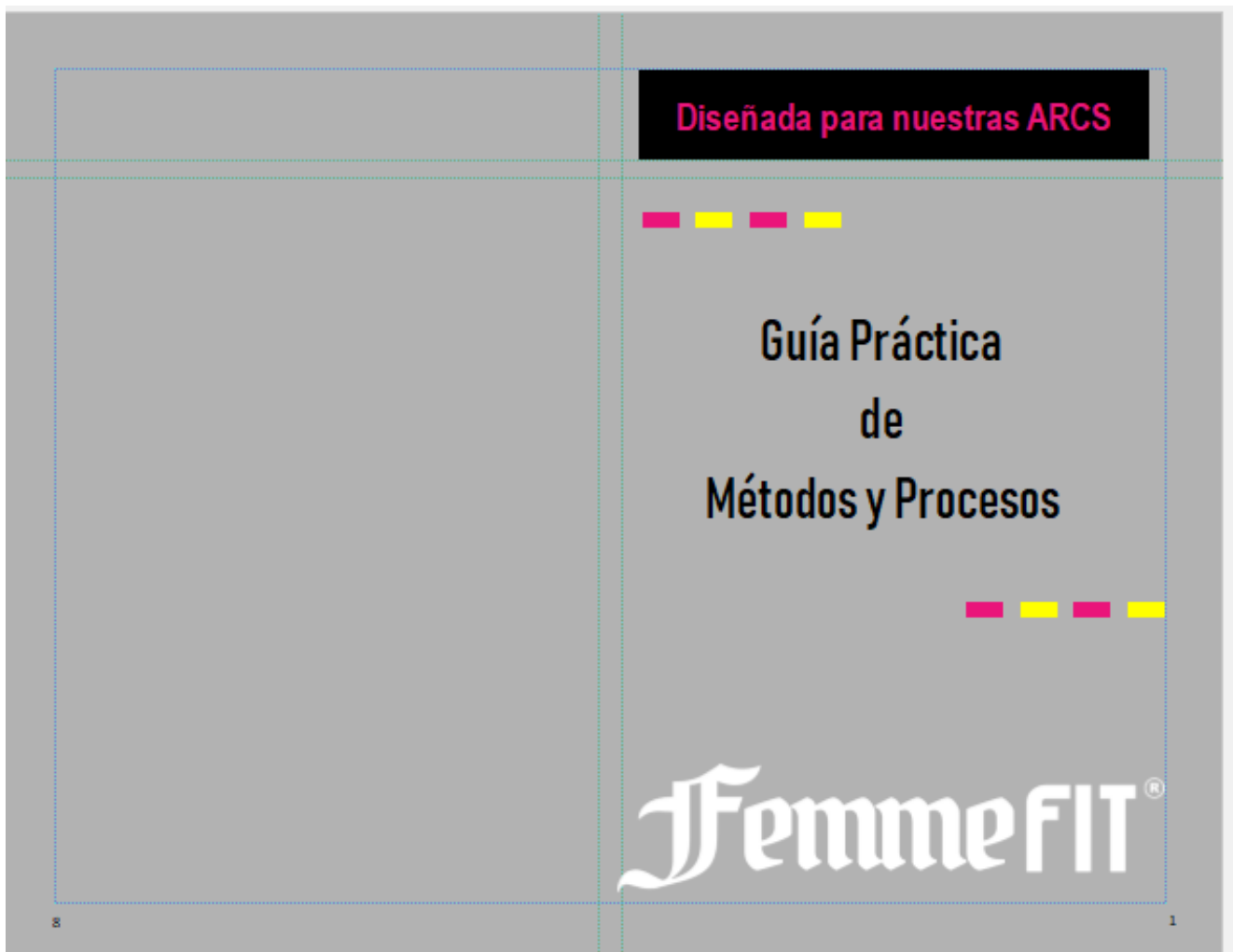
La comunicación ascendente, se produce cuando los empleados comunican algo a los jefes o personas jerárquicamente superiores, comunicación que se produce con menor frecuencia en muchas empresas y que tiene muchos beneficios.

O bien con la comunicación descendente, que es cuando los mandos superiores o dirección informan o comunican lo que necesitan a los trabajadores.

La comunicación humana es la clave del éxito personal y profesional

- Paul J. Meyer-

Estrategia 2 /Acción 2	
a qué estrategia responde la acción	A la estrategia 2, Implementación de material práctico
Problema	Poca colaboración entre el personal e incumplimiento de procesos previamente establecidos en la misma.
Producto	Guía de procedimientos
Objetivo Comunicacional	Reforzar el trabajo en equipo y procesos, facilitar el trabajo
Tipo de mensaje	Inductivo, Informativo
Público Objetivo	Recepcionistas
Medio de difusión	Presencial



Aquí podrás encontrar una serie de instrucciones que pueden ayudarte a que tu trabajo sea práctico y efectivo.

Maquillaje y Presentación

Recuerda que tú eres la primera impresión de nuestra cliente y aunque sabemos que eres bella, nuestras políticas te guían a que utilices maquillaje, que te puedas arreglar el cabello para que tu presentación sea mejor.



Uniforme: T-shirt jeans, no rotos, ni rasgados. Tennis (especificado en manual de procedimientos en inciso de Higiene y salud)

2

En caso de Emergencias Médicas

- ➔ Llamar a SOS **2216-1616**, número de afiliación **5203**.
- ➔ Notificar a su jefe inmediato por whatsapp de lo sucedido y la solución que se dio.
- ➔ Durante el día contactar a la persona afectada una vez para saber cómo se encuentra.



7

Permisos

En caso de cambios y/o permisos debe notificarlo previamente de 3 a 5 días hábiles (procedimiento especificado en Manual de procedimientos in-

Correos

Los correos enviados al jefe inmediato de asunto **NO** urgente serán trabajados en el transcurso de 5 días hábiles.

Los correos que requieran reembolso a clientes debe ser dirigido solamente al jefe inmediato, exponiendo claramente y ampliamente el problema.

Los correos con recordatorios de procedimientos o instrucciones de algún procedimiento deben ser respondidos, por cada turno, especificando que están enteradas o exponiendo alguna duda.

WhatsApp:

Según la ocasión/evento recuerda utilizar el formato de mensajes ya establecido, que se te ha compartido.



6

Responsabilidades

1

En caso de que una cliente llegue con retraso, pedirle cordialmente que le espere un momento para que la coach le de las indicaciones correspondientes.



7:15 a 7:40 o
13:30 a 14:00



2

Si una cliente tiene dañado su monitor, indicar a la coach para el respectivo seguimiento.

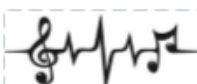
3

El uso del monitor debe ser obligatorio para todas las clientas ya que es parte de nuestro sistema, transmitir esta indicación a la cliente sin que lo sienta como una imposición si no como una necesidad.



4

Si en caso no hubiera música de fondo en horario fuera de clase, indicarle a la coach y si ella no se encuentra proceder a colocarla, de acuerdo a las listas autorizadas.



3

Permisos

En caso de cambios y/o permisos debe notificarlo previamente de 3 a 5 días hábiles (procedimiento especificado en Manual de procedimientos in-

Correos

Los correos enviados al jefe inmediato de asunto **NO** urgente serán trabajados en el transcurso de 5 días hábiles .

Los correos que requieran reembolso a clientes debe ser dirigido solamente al jefe inmediato, exponiendo claramente y ampliamente el problema.

Los correos con recordatorios de procedimientos o instrucciones de algún procedimiento deben ser respondidos, por cada turno, especificando que están enteradas o exponiendo alguna duda.

WhatsApp:

Según la ocasión/evento recuerda utilizar el formato de mensajes ya establecido, que se te ha compartido.



Responsabilidades

1

En caso de que una clienta llegue con retraso, pedirle cordialmente que le espere un momento para que la coach le de las indicaciones correspondientes.



7:15 a 7:40 o
13:30 a 14:00



2

Si una clienta tiene dañado su monitor, indicar a la coach para el respectivo seguimiento.

3

El uso del monitor debe ser obligatorio para todas las clientas ya que es parte de nuestro sistema, transmitir esta indicación a la clienta sin que lo sienta como una imposición si no como una necesidad.



4

Si en caso no hubiera música de fondo en horario fuera de clase, indicarle a la coach y si ella no se encuentra proceder a colocarla, de acuerdo a las listas autorizadas.



CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LAS DIFERENTES SEDES DEL GIMNASIO FEMME FIT FITNESS STUDIO”

3.1.1. Financiamiento

Financiamiento	Monto
Epesista	Q 262.00
Empresa	Q 11,752.00

3.1.2 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo total	Financiamiento
22	Almuerzo de subway, combo Bandeja Sabor o Saludable capacitación para coaches	Q 14.60	Q 438.00	Femme Fit Fitnes Studio
19	Almuerzo de subway, combo Bandeja Sabor o Saludable capacitación para recepcionistas	Q 14.60	Q 438.00	Femme Fit Fitnes Studio
22	Almuerzo de subway, combo Bandeja Sabor o Saludable taller para coaches	Q 14.60	Q 438.00	Femme Fit Fitnes Studio
19	Almuerzo de subway, combo Bandeja Sabor o Saludable taller para coaches	Q 14.60	Q 438.00	Femme Fit Fitnes Studio
41	Diploma de participación	Q 2.00	Q 82.00	Epesista
41	Trifoliales	Q 2.00	Q 82.00	Epesista
14	Guía de procedimientos	Q 7.00	Q98.00	Epesista
1	Asesoría de comunicación	Q 10,000.00	Q 10,000.00	Femme Fit Fitnes Studio
Total de proyecto			Q 12,014.00	

3.1.3 Beneficiarios

Los beneficiados son las recepcionistas, las coaches y sus respectivas jefas, que sería la Gerente administrativa y la headcoach indirectamente las nutricionistas se ven beneficiadas.

3.1.4 Recursos Humanos

Humanos:

- Encargada de Gerencia Administrativa
- Headcoach
- Recepcionistas
- Coaches
- Nutricionistas

3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

- Avenida Las Américas 14-28 zona 13 CC Plaza Las Américas
- Diagonal 6 13-01 zona 10 CC Oakland Mall Roof Top

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

Se desarrolló una estrategia de comunicación para ayudar a mejorar la comunicación interna dentro de la empresa con capacitaciones y materiales para el personal interno de Femme Fit Fitness Studio.

Estrategia

Fortalecimiento de la comunicación interna dentro de la empresa, con capacitaciones.

Objetivo comunicacional

Que los colaboradores internos aprendan la importancia de tener comunicación efectiva.

Descripción

Se hicieron dos capacitación y participación donde se enseñó cómo mejorar la comunicación dentro de la empresa utilizando las mejores vías de comunicación que sean más efectivas para el diario laboral.

Acciones desarrolladas

- Capacitación 1 y 2:
Se impartieron dos capacitaciones que tuvieron una duración de media hora cada una, cada capacitación se impartió dos veces para el equipo administrativo y operativo, en las instalaciones de Femme Fit Fitness Studio y se desarrolló de la siguiente manera:
- Expositor: Carmina Siebenhor, Locutora Profesional. Los temas a exponer fueron: Comunicación Efectiva y Trabajo en equipo.

Estrategia

Implementación de material práctico.

Objetivo comunicacional

Que los colaboradores internos tengan a la mano material que les va a servir para poder cumplir con los procedimientos establecidos por parte de la empresa de una manera más sencilla y práctica.

Descripción

Se hicieron dos materiales prácticos para uso interno de la empresa, para que cada una de las integrantes sepa cómo debe de actuar o como debe ser la comunicación dentro de la empresa.

Acciones desarrolladas

- Trifoliar:

Se repartieron trifoliales tanto a las ARCS como a las Coaches, para reforzar y ampliar el conocimiento adquirido en la primera capacitación. Elaboración: Carmina Siebenhor, Locutora Profesional.

- Guía práctica de métodos y procesos :

Se repartieron las guías una a cada ARC para tener en recepción y que se pueda utilizar el mismo en caso de emergencias o para referencia en procesos inmediatos y sencillos. Elaboración: Carmina Siebenhor, Locutora Profesional.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Mes	Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto
Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	2
Planteamiento de objetivos																					
Grupo objetivo y mensaje																					
Estrategias y acciones																					
Plan de capacitaciones y talleres																					
Anexos																					
Reunión con gerentes																					
Taller de Comunicación efectiva																					
Entrega de Feedback																					
Inicio de creación de materiales, reuniones con gerencia para afinar detalles																					
Entrega de material de segundo taller trabajo en equipo a gerentes para cambios u/y observaciones																					
Entrega de guía de procedimientos en diferentes sedes																					
Taller de Trabajo en equipo																					
Resultados finales y supervisión de uso de la guía																					
Realización de informe final																					
Entrega de informe final																					

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

La comunicación interna en los gimnasios de Femme Fit Studio era deficiente previo a la intervención de este estudio, ya que al realizar el diagnóstico por medio de las entrevistas a los empleados de las diferentes áreas las respuestas no coincidieron. Fue evidente que los empleados tenían diferentes conceptos sobre los procedimientos establecidos para casos especiales o de emergencia, esto se daba principalmente en el grupo de recepcionistas quienes tienen a su cargo dar servicio a las clientas.

Por lo que se procede a realizar una guía práctica con lenguaje simple y señalamientos directos sobre la ruta a seguir para llevar a cabo los procesos diarios y resolver más rápidamente los inconvenientes y las inquietudes que puedan surgir, en esta guía se incluyeron los contactos directos para la resolución de problemas más comunes en la empresa. El resultado obtenido posterior a esta intervención fue gratificante ya que las recepcionistas utilizan esta guía y ayudan a mejorar la satisfacción de la clientela.

Además durante este proceso Femme Fit Fitness Studio contrató personal nuevo para recepcionista y pudieron aprender más rápido los procedimientos con la inducción habitual y la guía de procedimientos realizada, la cual utilizan a la fecha.

CONCLUSIONES

- La vía de comunicación más efectiva para las trabajadoras de Femme Fit Fitness Studio es teléfono y WhatsApp.
- Dar la información importante y necesaria por la vía más efectiva a quien corresponda para no tener deficiencia.
- La utilización de la Guía práctica de métodos y procesos ayuda a la efectividad laboral y evita tener una mala comunicación interna.

RECOMENDACIONES

- Crear cronogramas para generar nuevas estrategias dentro de la empresa.
- Invitar a personas externas, profesionales para dar capacitaciones y/o talleres.
- Innovar en material de procedimientos cada 6 meses para poder tener mejor efectividad en su comunicación interna y así hacer más fácil el trabajo en equipo
- Continuar utilizando las vías más efectivas y buscar la mejor manera para que el correo y las pláticas presenciales sean mejores.
- Realizar encuestas y/o entrevistas para conocer el clima laboral interno, tanto en comunicación horizontal como vertical.
- Capacitar al nuevo personal con la importancia de la comunicación efectiva y trabajo en equipo con todas las áreas.
- Utilizar la Guía práctica de métodos y procesos para hacer el trabajo más efectivo

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Acciones:** Poner en funcionamiento un mecanismo. Gesticular o hacer movimientos y gestos para dar a entender alguna cosa o para acompañar a la palabra.
- **Área Geográfica:** Es una extensión de territorio que comparte las mismas características de suelo, clima, vegetación, fauna, etc. Que no tiene por qué coincidir con las divisiones políticas (provincias, departamentos, estados, etc.).
- **ARCS:** Asistente de servicio al cliente.
- **Capacitación:** Acción y efecto de capacitar.
- **Challenges:** Es un reto en la cual la clienta está dispuesta a seguir ciertas reglas y al final de un periodo de 3 meses hay una premiación según los resultados que hayan obtenido durante este tiempo, el mismo es individual.
- **Coaches:** Encargadas de dirigir, corregir y animar en cada entreno.
- **Comunicación:** Es una actividad consciente de intercambiar información a través de un emisor y receptor con el fin de transmitir o recibir mensajes a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas.
- **Comunicación Interna:** Es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.

- **FODA:** Es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia del futuro.
- **Gimnasio:** Es un lugar que permite practicar deportes o hacer ejercicio en un recinto cerrado con varias máquinas y/o artículos deportivos a disposición de quienes lo visiten.
- **HeadCoach:** Es la jefa inmediata de las coaches.
- **Herramientas:** Las herramientas sirven para proporcionar la estructura, la flexibilidad y el control necesario a los miembros del equipo de trabajo para alcanzar resultados extraordinarios a tiempo y dentro del presupuesto.
- **Jumper:** Entrenadora encargada de suplir el día de descanso de la entrenadora fija.
- **Metodología:** Mecanismos o procedimientos racionales, empleados para el logro de un objetivo, o serie de objetivos que dirige una investigación científica.
- **Organigrama:** Representación gráfica de la estructura de una empresa o una institución, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas.
- **Plan de Comunicación:** Es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización.
- **Presupuesto:** Es la suma total de dinero asignado con el propósito de cubrir todos los gastos durante un periodo de tiempo específico.

- **Seguimiento:** Este consiste en la aplicación de controles periódicos de las variables seleccionadas. En los que se establecen objetivos y pasos a seguir dentro de un proceso.
- **Talleres:** Escuela o seminario de ciencias o de artes.
- **Técnicas:** Conjunto de procedimientos, reglas o normas con el objetivo de obtener un resultado, por medio de su práctica y requieren habilidad.
- **Workouts:** Preparación para perfeccionar el desarrollo de una actividad, especialmente para la práctica de un deporte.


BIBLIOGRAFÍA

- Hernández Sampieri, R. (2014) *Metodología de la Investigación*. México, D.F. McGraw-Hill
- Preciado Hoyos, A. (Universidad de La Sabana, Colombia) y Cristina Etayo Pérez (Universidad de Navarra, España). (2015). “Influencia del estilo directivo en la comunicación interna de las organizaciones. Una aplicación a las agencias de publicidad”. 20/12/2015, de UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADRO FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL INSTITUTO DE INVESTIGACION Y POSTGRADOS Sitio web: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/4935/1/T-UCE-0009-442.pdf>
- Vásquez De León, J. (Diciembre 2013) *Estrategia de comunicación interna para empresa de Courier y carga*. Guatemala de la Asunción. (Universidad Rafael Landívar, Guatemala)
- Gómez, D. R. (s.f.). Metodología de la investigación. Cataluña: UOC. Hernández. (12 de Febrero de 2019).

E GRAFÍA

- Venemedia Comunicaciones C.A. (2011-2019). Concepto definición. De. <https://conceptodefinicion.de/metodo-cualitativo/> .
 - Soyer, Peter. (2019). Los Diagramas de Gantt son Fáciles de Usar y te Ayudan a Organizarte. Readbooth <https://redbooth.com/es/gantt>.
 - Monje Álvarez, Carlos Arturo. (2011). Guia-didactica-metodolgia-de-la-investigacion.pdf. <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
 - (2017). Significado de Metodología. Significados <https://www.significados.com/metodologia/>
 - Talentos reunidos (7/7/2011). Comunicación interna ¿Qué es y para qué es? <https://talentosreunidos.com/2011/06/07/comunicacion-interna-que-es-y-para-que/>
 - Emprendepyme.net (2009-2019). Objetivos del plan de comunicación interna <https://www.emprendepyme.net/objetivos-del-plan-de-comunicacion-interna.html>
- Entrepreneur (2019). 10 claves del trabajo en equipo <https://www.entrepreneur.com/article/267144>

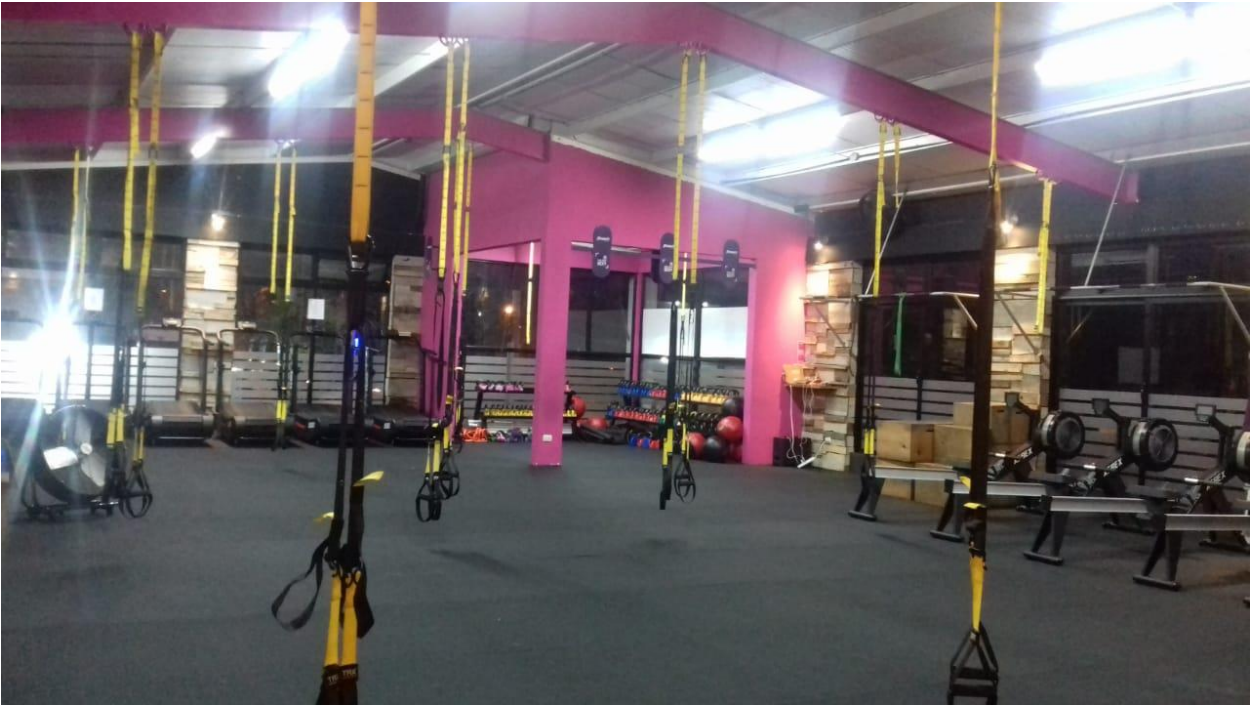
ANEXOS

 **EPS**
LICENCIATURA

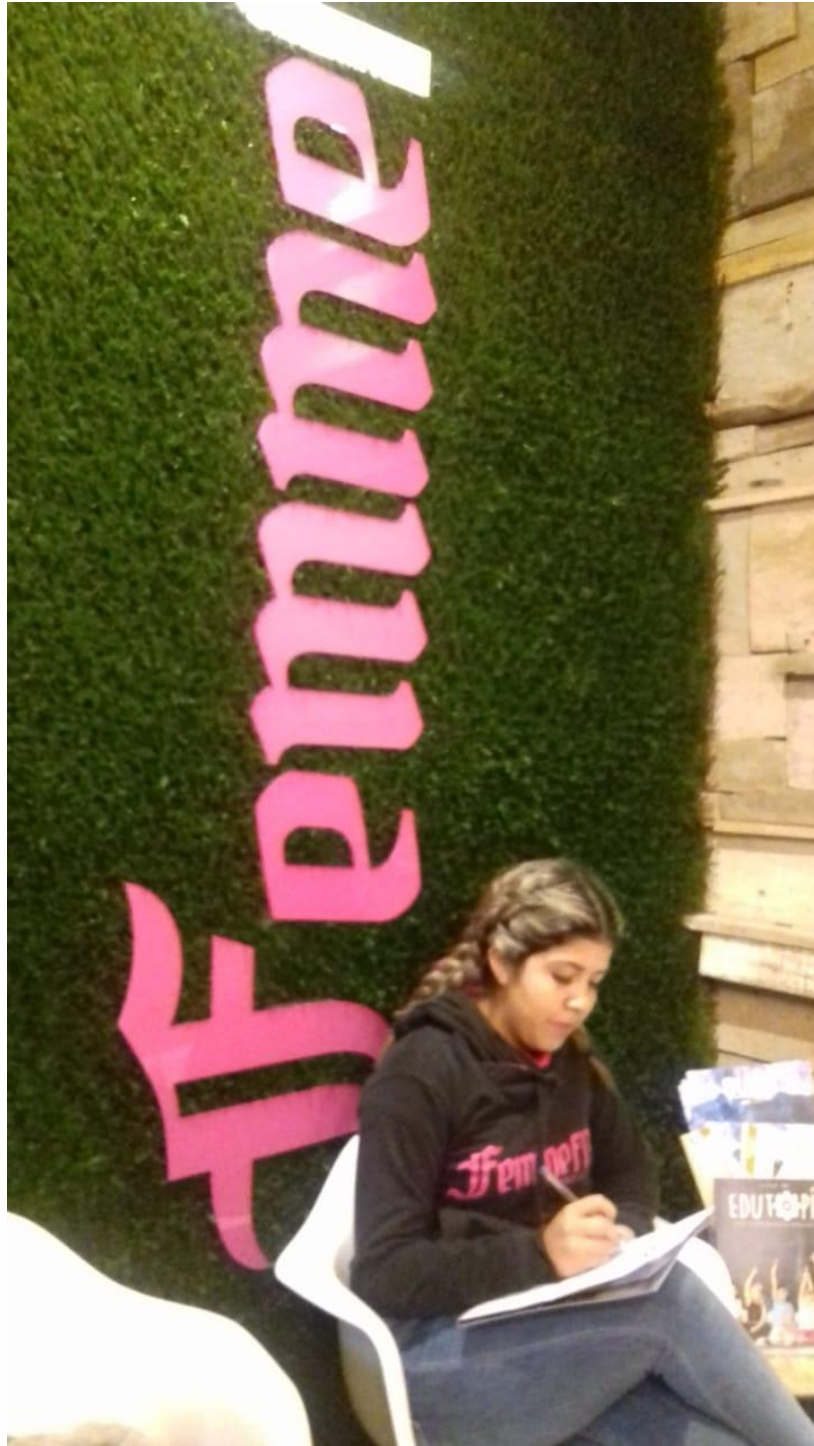
Área de trabajo:

1. ¿Qué es comunicación?
Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.
2. ¿Con que departamento tiene más comunicación?
Administración, Coach.
3. ¿Qué medio/vía de comunicación utiliza más en el trabajo?
Whatsapp
4. ¿Cuál es vía de comunicación que considera más efectiva?
Llamadas / Reuniones personales.
5. ¿Con que área se le dificulta más la comunicación?
6. ¿Cuál es el proceso que utilizan para mantener la información a pesar de las diferentes sedes?
Mensajes por Whats app.
7. ¿con que frecuencia hay reuniones de todo el equipo, incluyendo coaches, arcs y nutricionistas?
es muy raro que nos reunamos todos. | casi nunca.
8. ¿Quién es el encargado de difundir nueva información en todas las sedes? Por ejemplo: precios, horarios, promociones, etc.
Elena Manzi de León
9. ¿Qué método utilizan para corregir mal entendidos en la información?
por llamadas.
10. ¿Qué método utilizan para confirmar que la información fue recibida?
Por what's app.

Hoja de entrevistas pasadas al personal de Femme Fit Fitness Studio. Fuente: Carmina Siebenhor



Sede de Américas, Fuente: Carmina Siebenhor



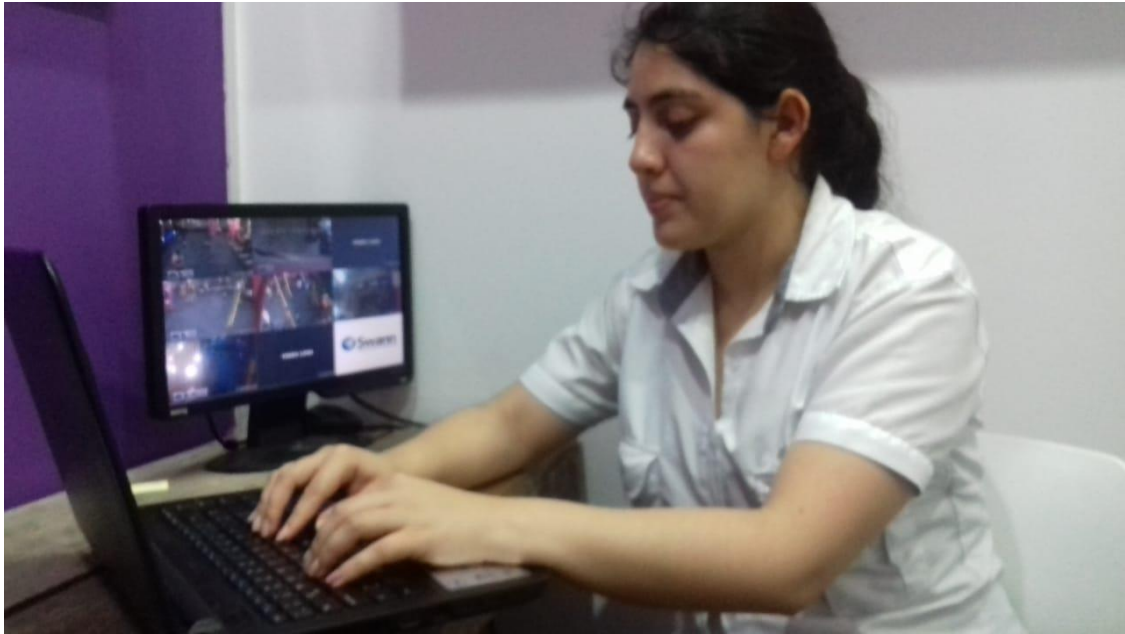
Recepcionista respondiendo entrevista Fuente: Carmina Siebenhor



Recepcionista respondiendo entrevista Fuente: Carmina Siebenhor



Coach respondiendo entrevista Fuente: Carmina Siebenhor



Epesista Carmina Siebenhor, elaborando material para talleres



Reunión con Gerente Administrativa para definir puntos clave de la elaboración de Guía de procedimientos.



Recepcionista aplicando guía de procedimientos con clientas nuevas. Fuente: Carmina Siebenhor



Recepcionista aplicando guía de procedimientos con clienta Fuente: Carmina Siebenhor



Taller de comunicación efectiva. Fuente: Carmina Siebenhor



Taller de comunicación efectiva. Fuente: Carmina Siebenhor



Taller de comunicación efectiva. Fuente: Carmina Siebenhor




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




Ficha de Registro de horas de Practica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Zabdy Carmina Siebenhor Motta
No. Carné y DPI: 201221067 / 2172 88529 0101
Jefe o Encargado (a): Licda. Elena De León
Institución o Empresa: Femme Fit Fitness Studio
Supervisor de EPSL: Licda. Krista Ramirez

Sem . No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 14/ Al: 17	Mayo		6	6	6	6		24 hrs.
2	Del: 20/ Al: 24	Mayo	6	6	6	6	6		30 hrs.
3	Del: 27/ Al: 31	Mayo	6	6	6	6	6		30 hrs.
4	Del: 03/ Al: 07	Junio	6	6	6	6	6		30 hrs.
5	Del: 10/ Al: 14	Junio	6	6	6	6	6		30 hrs.
6	Del: 17/ Al: 21	Junio	6	6	6	6	6		30 hrs.
7	Del: 24/ Al: 28	Junio	6	6	6	6	6		30 hrs.
8	Del: 01/ Al: 05	Julio	7	7	7	7	7		35 hrs.
9	Del: 08/ Al: 12	Julio	6	6	6	6	6		30 hrs.
10	Del: 15/ Al: 19	Julio	7	7	6	6	6		32 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRACTICA REGISTRADAS								301 hrs.	


 Licda. Elena De León - Gerente Administrativa

(f) 
 Licda. Krista Ramirez - Supervisor EPSL



Ficha de horas de prácticas que realizó la epesista Carmina Siebenhor