

**CONSULTORÍA ESTRATÉGICA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL  
DIRIGIDA A CENTROS DE ACONDICIONAMIENTO DEPORTIVO EN LA  
CIUDAD DE PASTO - CASO “MUSCLE FIT”**  
(Resumen analítico)

**STRATEGIC CONSULTING IN ORGANIZATIONAL COMMUNICATION AIMED  
AT SPORTS CONDITIONING CENTERS IN THE CITY OF PASTO - “MUSCLE  
FIT” CASE**  
(Analytical summary)

**Autores (Authors):** GARCÍA SANTANDER Teddy Santiago  
**Facultad (Faculty):** de HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES  
**Programa (Program):** COMUNICACIÓN SOCIAL  
**Asesor (Support):** Mg. JOHN CARLOS GÓMEZ GRANJA  
**Fecha de terminación del estudio (End of the research):** junio de 2023  
**Modalidad de Investigación (Kind of research):** Trabajo de Grado

**PALABRAS CLAVE**

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL  
CONSULTORÍA ESTRATÉGICA  
ACONDICIONAMIENTO DEPORTIVO  
DISCIPLINAS DEPORTIVAS

**KEY WORDS**

ORGANIZATIONAL COMMUNICATION  
STRATEGIC CONSULTING  
SPORTS CONDITIONING  
SPORTS

**RESUMEN:** El presente estudio propone un diseño de un modelo de consultoría estratégica de comunicación organizacional en centros de acondicionamiento deportivo tipo Fitness, teniendo en cuenta el auge que este tipo de empresas deportivas ha tenido en la sociedad actual, gracias a la transformación y diversificación de las disciplinas deportivas. Actualmente el deporte también hace parte del emprendimiento, gracias a las manifestaciones socioculturales y tendencias a los estilos de vida saludables mental y físicamente. se pretende diseñar una metodología adaptable, replicable y escalable a nivel del sector deportivo en la ciudad, de manera que la comunicación desempeñe un papel central

en las organizaciones deportivas, las cuales requieran utilizar adecuadamente las herramientas comunicativas para orientar los flujos de información hacia la consecución de los objetivos estratégicos que les son propios. Lo anterior evidenciará que en este tipo de organizaciones que tienen gran auge, se detectan posibilidades de mejora en términos de comunicación estratégica. Es así que, incluso, en los clubes profesionales o centros de acondicionamiento deportivo, la comunicación deportiva se presenta como un área de grandes posibilidades de investigación, aplicación empresarial y desarrollo profesional

**ABSTRACT:** *The present study proposes a design of a strategic consulting model of organizational communication in Fitness-type sports conditioning centers, taking into account the rise that this type of sports companies has had in today's society, thanks to the transformation and diversification of the disciplines. sports. Currently, sport is also part of entrepreneurship, thanks to sociocultural manifestations and trends towards mentally and physically healthy lifestyles. The aim is to design an adaptable, replicable and scalable methodology at the level of the sports sector in the city, so that communication plays a central role in sports organizations, which require the appropriate use of communication tools to guide information flows towards the achievement of their own strategic objectives. The above will show that in this type of organizations that are booming, possibilities for improvement are detected in terms of strategic communication. Thus, even in professional clubs or sports conditioning centers, sports communication is presented as an area with great possibilities for research, business application and professional development.*

**CONCLUSIONES:** El estudio comenzó con un diagnóstico exhaustivo de los procesos de comunicación organizacional en el gimnasio "Muscle Fit". Este análisis permitió identificar áreas de mejora y oportunidades para optimizar la comunicación interna y externa. Durante el diagnóstico, se identificaron los componentes clave de la comunicación organizacional, como la cultura corporativa, la estructura de comunicación, los canales utilizados y la retroalimentación entre empleados y gerencia. Los anteriores aspectos no sólo contribuyen al quehacer propio de la comunicación en una organización, sino que permiten innovar conforme el comunicador es un actor clave en dichos centros

A partir de los hallazgos del diagnóstico, se establecieron lineamientos específicos para mejorar la comunicación en el gimnasio. Estos lineamientos incluyeron recomendaciones sobre cómo transmitir mensajes de manera efectiva y cómo fomentar una cultura de comunicación abierta. Los lineamientos se convirtieron en categorías que se llevaron al modelo de consultoría tipo PCI y POAM en donde se califica la gestión de dichas variables, permitiendo vislumbrar un horizonte respecto a las necesidades comunicacionales del gimnasio. Lo anterior, enriqueció el saber propio de los procesos de comunicación estratégica entre el público interno, en relación al quehacer del comunicador organizacional.

A través del Balanced Scorecard, La consultoría propuso un sistema de evaluación continua para medir el impacto de las mejoras implementadas. Esto permitiría ajustar las estrategias según sea necesario, ya que las perspectivas demuestran estrategias no iniciadas o detenidas aún. Por esta razón los canales de comunicación utilizados en el gimnasio merecen ser evaluados permanentemente, y esto es labor de un profesional de la Comunicación Organizacional, lo que se considera importante, pues el presente estudio legitima, en el producto final, el quehacer con las responsabilidades que asumiría.

**CONCLUSIONS:** *The study began with an exhaustive diagnosis of the organizational communication processes in the “Muscle Fit” gym. This analysis allowed us to identify areas for improvement and opportunities to optimize internal and external communication. During the diagnosis, the key components of organizational communication were identified, such as corporate culture, communication structure, channels used and feedback between employees and management. The above aspects not only contribute to the task of communication in an organization, but also allow innovation as the communicator is a key actor in these centers.*

*Based on the diagnostic findings, specific guidelines were established to improve communication in the gym. These guidelines included recommendations on how to convey messages effectively and how to foster a culture of open communication. The guidelines became categories that were taken to the PCI and POAM type consulting model where the management of these variables is qualified, allowing a glimpse of a horizon regarding the communication needs of the gym. The above enriched the knowledge of strategic communication processes among the internal public, in relation to the work of the organizational communicator.*

*Through the Balanced Scorecard, the consultancy proposed a continuous evaluation system to measure the impact of the improvements implemented. This would allow strategies to be adjusted as necessary, as the outlook demonstrates strategies not yet started or stopped. For this reason, the communication channels used in the gym deserve to be evaluated permanently, and this is the work of an Organizational Communication professional, which is considered important, since this study legitimizes, in the final product, the task with the responsibilities which I would assume.*

**RECOMENDACIONES:** El estudio recomienda examinar de manera constante, los procesos de comunicación existentes en el gimnasio “Muscle Fit”, mediante el seguimiento exhaustivo del modelo de consultoría aquí presentado. Se debe contemplar la actualización del porcentaje de cumplimiento de acciones de mejora en los indicadores.

Así mismo es importante que se examine cómo se transmiten los mensajes entre empleados, clientes y directivos, considerando canales, frecuencia, claridad y retroalimentación de los mismos, ya que anteriormente el gimnasio lo hacía de manera intuitiva sin tener en cuenta la recepción de los mensajes por parte de las audiencias segmentadas.

Al respecto del punto anterior, se recomienda adicionalmente definir perfiles claros para los diferentes grupos de interés: empleados, miembros del gimnasio, proveedores, entre otros, adaptando los mensajes y estrategias de comunicación según las necesidades y expectativas de cada segmento.

***RECOMMENDATIONS:*** *The study recommends constantly examining the existing communication processes in the “Muscle Fit” gym, through exhaustive monitoring of the consulting model presented here. The updating of the percentage of compliance with improvement actions in the indicators must be considered.*

*Likewise, it is important to examine how messages are transmitted between employees, clients and managers, considering channels, frequency, clarity and feedback, since previously the gym did it intuitively without taking into account the reception of the messages. by segmented audiences.*

*Regarding the previous point, it is additionally recommended to define clear profiles for the different interest groups: employees, gym members, suppliers, among others, adapting the messages and communication strategies according to the needs and expectations of each segment.*