

Corpoção  
Team Fitness

Manual Corporativo

|   |            |
|---|------------|
| <b>1. Introducción.....</b>                   | <b>1</b>   |
| <b>2. La organización.....</b>                | <b>2</b>   |
| <b>2.1 Historia de la organización.....</b>   | <b>3</b>   |
| <b>2.2 Estructura de la organización.....</b> | <b>4</b>   |
| <b>3. Mercado meta.....</b>                   | <b>5,6</b> |
| <b>4. Imagen corporativa.....</b>             | <b>7</b>   |
| <b>4.1 Objetivo de imagen.....</b>            | <b>8</b>   |
| <b>5. La identidad.....</b>                   | <b>9</b>   |
| <b>5.1 Credo.....</b>                         | <b>10</b>  |
| <b>5.2 Misión.....</b>                        | <b>11</b>  |
| <b>5.3 Visión.....</b>                        | <b>11</b>  |
| <b>5.4 Valores.....</b>                       | <b>12</b>  |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>6. La comunicación.....</b>                                  | <b>13</b> |
| <b>6.1 Tipos y estilos de comunicación.....</b>                 | <b>14</b> |
| <b>6.2 Visiones de la comunicación en nuestra empresa .....</b> | <b>15</b> |
| <b>6.2.1 Visión fundacion.....</b>                              | <b>15</b> |
| <b>6.2.2 Visión tecnológica.....</b>                            | <b>16</b> |
| <b>6.2.3 Visión cultural.....</b>                               | <b>16</b> |
| <b>6.3 Comunicación efectiva.....</b>                           | <b>17</b> |
| <b>6.4 Ética de la comunicación.....</b>                        | <b>18</b> |
| <b>6.5 Tendencias de comunicación.....</b>                      | <b>19</b> |
| <b>6.6 Mensaje.....</b>   | <b>20</b> |
| <b>6.7 Canales de comunicación .....</b>                        | <b>21</b> |

|                                     |                 |
|-------------------------------------|-----------------|
| <b>7. Apariencia .....</b>          | <b>22</b>       |
| <b>7.1 Logotipo .....</b>           | <b>23</b>       |
| <b>7.2 Colores .....</b>            | <b>24</b>       |
| <b>7.3 Tipografía.....</b>          | <b>25</b>       |
| <b>7.4 Fachada.....</b>             | <b>26</b>       |
| <b>7.5 Interiores.....</b>          | <b>27,28,29</b> |
| <b>7.6 Material de trabajo.....</b> | <b>30</b>       |
| <b>7.7 Uniforme.....</b>            | <b>31</b>       |
| <b>7.8 Papelería.....</b>           | <b>32</b>       |
| <b>8. Conductas.....</b>            | <b>33</b>       |

1

# Introducción

Anteriormente, debido a la inflación monetaria en México, muchas empresas deportivas se vieron obligadas a minimizar sus precios considerablemente para evitar pérdidas en cuestión de masas, ya que muchas personas prefieren el asistir a áreas libres como lo son parques y demás, con el fin de seguir obteniendo este servicio sin un costo extra.

Afortunada o desafortunadamente, cada vez es mayor la cantidad de personas que se preocupan por su salud física, bien podría ser por encajar en los estándares sociales sobre una figura esbelta o el simple hecho de sentirse bien con ellos mismos.

Por lo que el estilo de vida moderno, trae como consecuencia el aumento de la demanda de este tipo de establecimientos que conforman la oferta de un gimnasio o centro deportivo. Como consecuencia de esto, nacen nuevos modelos de áreas deportivas con el fin de brindar un buen servicio a los clientes a un bajo costo, sin mencionar que se convierte en una fuente de empleo para todas aquellas personas especializadas en el ámbito de los deportes.

Al hablar de nuevos modelos, nos referimos a una clase de fusión entre actividades deportivas y ritmos de baile o artes marciales, como lo son el Jazz, Ballet, Box, Capoeira, entre otros. Por lo que gracias a esto, nacen nuevos estilos deportivos como lo son el Cap, Kick Boxing, Cross Fith, entre otros. Sin mencionar que la ajetreada vida del siglo XXI demanda una flexibilidad de horarios para este tipo de establecimientos. Por lo que los gimnasios actualmente brindan un servicio con amplios horarios, que abarcan desde las 5 horas hasta las 23 horas aproximadamente, con el fin de garantizar una mayor eficacia en este tipo de servicios y así generar la satisfacción del cliente.

Por lo que es importante buscar un mejoramiento continuo, ya sea en cuestión de técnicas o bien mejorar los aparatos de ejercicio con los que se cuenta.





## 2.1

En el 2002, L.N. Adriana Landeros hace realidad su sueño de ayudar a las personas a través de ejercicio y una dieta balanceada, e inaugura su primer gimnasio en Guadalajara Jalisco al que llamo Corposão.

Al principio no fue un trabajo fácil, pues nadie nace sabiendo el cómo administrar un gimnasio, pero con ayuda de su mejor amiga Verónica Silva poco a poco fueron sacando el gimnasio adelante. Ya para el 2005, el gimnasio logro gran popularidad gracias a buenos comentarios sobre sus rutinas de ejercicio, aumentando considerablemente el número de clientes en la sucursal.

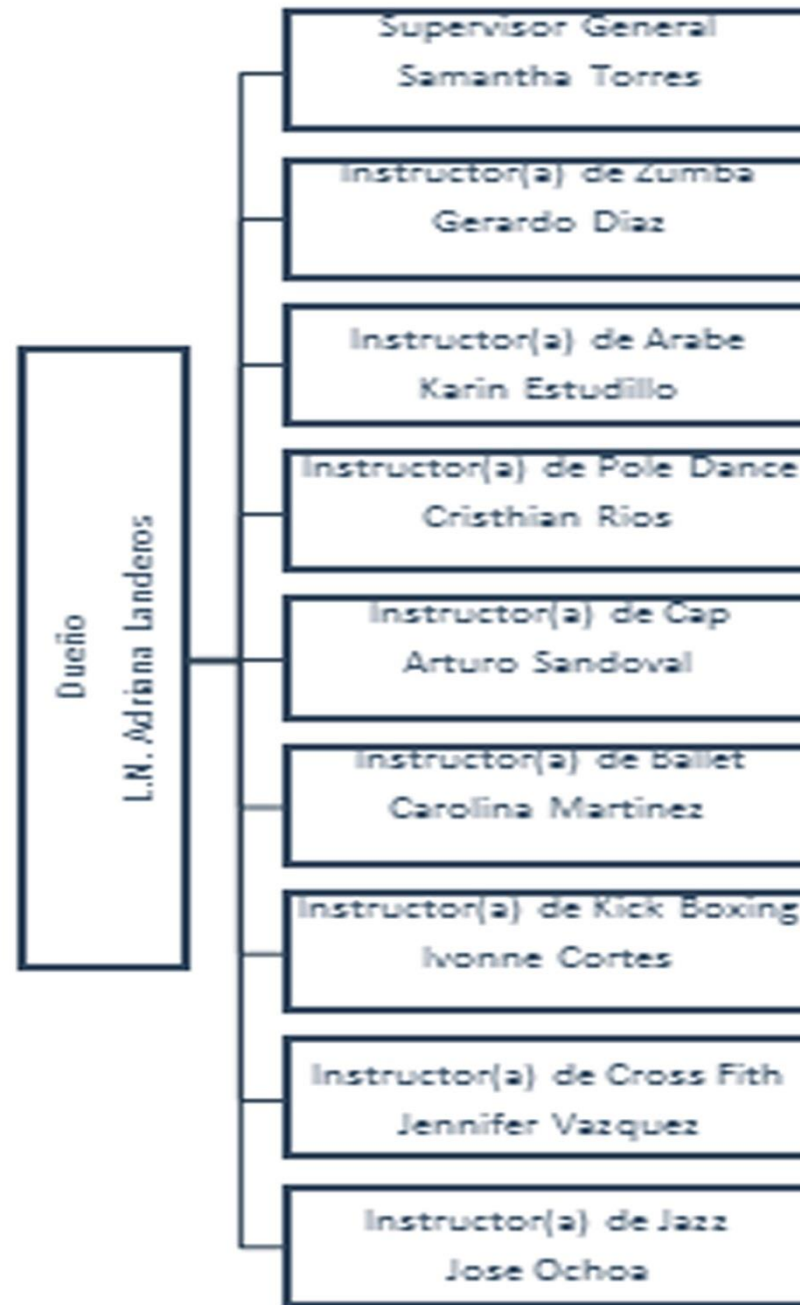
Al ver el éxito obtenido en tan poco tiempo, ya para el 2009, deciden inaugurar otra sucursal de Corposão igualmente ubicada en la ciudad de Guadalajara Jalisco, donde no solo brindaban una gran cantidad de aparatos para ejercitarse, sino también clases de jazz, cross fith, cap, pole dance, árabe, zumba, entre otros; logrando un mayor auge que en la sucursal anterior, por lo que se implanta este programa en ambas sucursales.

Hoy en día es uno de los gimnasios más reconocidos en la Zona Metropolitana, por lo que la señorita Landeros agradece mucho a sus clientes todo el apoyo brindado a lo largo de estos 12 años.

Para Corposão el cliente es primero, por lo que continua comprometido con la búsqueda de bienestar a través de rutinas de ejercicio y una alimentación balanceada.

Historia  
de la  
organización

## Estructura de la organización




2.2



3

# Mercado Meta

El mercado, es el conjunto de consumidores que adquieren nuestro producto o servicio, por lo que Corposão busca abarcar un mercado bastante amplio que consta de mujeres de la Zona Metropolitana de diversas e d a d e s .



- **Actual:** Mujeres de diversas edades que buscan siempre su bienestar físico y mental, a través de una serie de ejercicios y una alimentación balanceada.

- **Potencial:** Mujeres, amas de casa, mayores de 45 años de edad, que buscan a través de las rutinas de ejercicio de nuestro Gimnasio el sentirse mejor con ellas mismas, ya sea con su sistema de circulación sanguínea venosa o bien su sistema óseo.

- **Real:** Mujeres, niñas y adolescentes que busquen crear un hábito de salud en todos los aspectos posibles.

- **Meta:** Cada vez es mayor la cantidad de jóvenes que se sienten atraídos por las rutinas de ejercicio, no tanto por el hecho de lucir bien, sino por el sentirse bien con ellos mismos, estando cada vez un paso más cerca de evitar la obesidad.

Una imagen es el conjunto de significados que nos remontan a objetos, o en este caso a empresas con las que relacionas dicha imagen.

En un mundo tan competitivo como lo es actualmente, es de suma importancia que los clientes reconozcan nuestra marca, por lo que nuestra imagen debe ser proyectada desde el momento en que el cliente pone un pie sobre el establecimiento, ya sea a través del logo, los colores, las formas, etc.

Brinkerhof (1990) menciona que una imagen corporativa firme crea un valor agregado a una empresa y asegura que este un paso delante de sus competidores.

Podríamos decir, que es la mejor herramienta de promoción para nuestro producto o servicio, ya que si les atrae nuestra imagen, se interesaran en saber más sobre la empresa.

Pero no todo lo que se transmite es visual, sino que también es de suma importancia el comportamiento de los empleados y gerentes de la organización, ya que de lo contrario, al obtener un trato pésimo, los públicos hablaran mal de la organización, y aunque podría significar de igual manera publicidad para la misma, esta puede llegar a ser un arma de doble filo, y únicamente ahuyentar a nuestros clientes, sin siquiera conocer realmente a la empresa.

Porque como dice Blauw (1994) Una imagen corporativa sólida es un incentivo para la venta de productos y servicios. Ayuda a la empresa a contratar a los mejores empleados, atrae inversionistas, genera confianza entre los públicos internos y externos.



4


# Imagen Coporativa



## 4.1

Corposão busca proyectar su filosofía, transmitir confianza a sus clientes tanto actuales como potenciales, de igual manera posicionarse como una de las mejores empresas deportivas dentro de la Zona Metropolitana. Además de mantener o aumentar el número de suscripciones al Gimnasio. Que en el momento en que el cliente escuche la palabra Corposão, remonte una sensación de tranquilidad, bienestar y alegría al sentirse parte de este proyecto.

Objetivos  
de la  
imagen



5

La  
Identidad

Somos una empresa mexicana ubicada en Avenida Torremolinos #2359, en la Colonia Lomas de Zapopan en Zapopan, Jalisco, México dedicada a brindar una sensación de bienestar para nuestros clientes, a través de rutinas de ejercicio y una dieta balanceada. Somos un gimnasio dedicado totalmente a mujeres y contamos con actividades y rutinas a la vanguardia con entrenadores especializados en cada área que constantemente están tomando cursos para mantenerse actualizados.



## Credo

En Corposão creemos que el cliente es lo más importante, por lo que priorizamos la calidad en los productos y servicios que ofrecemos. Además de confiar plenamente en nuestros empleados y sus valores como principal componente de desempeño. Sabemos que tenemos una alta responsabilidad social como lo es la de brindar una sensación de bienestar, por lo que la motivación es el factor más importante para que nuestros clientes y empleados cumplan sus expectativas, además de sus metas individuales. Por último, en Corposão no damos a la tarea de integrar el equipo de trabajo, además de brindar una sensación de compañerismo para un alto desempeño laboral y funcional.

## Misión

Fomentar un estilo de bienestar y salud en todos nuestros clientes, brindándoles un servicio de calidad en un ambiente de total confianza y respeto.

## Visión

Colocar a Corposão Team & Fitnes como uno de los mejores gimnasios de la Zona Metropolitana de Guadalajara





## Valores

Para Corposão los valores son de suma importancia, ya que permiten a todos los miembros del mismo que actúen de una manera armoniosa, en el cual claramente influyen en su formación y desarrollo como persona. Destacamos tres valores principales:

- Respeto: Corposão reconoce y valora a cada uno de nuestros clientes por individual, por lo que brindamos atención especializada para ellos.
- Compromiso: En Corposão nos sentimos obligados a brindar un buen servicio, proporcionando las mejores herramientas para obtener el bienestar de nuestros públicos.
- Compañerismo: Brindar una actitud de desinterés y solidaridad para todos aquellos que comparten con nosotros este espacio como lo es Corposão, buscando siempre la transparencia en nuestras acciones para así ejercer un buen compañerismo.



La comunicación es esencial para Corposão porque a través de la buena comunicación nuestra empresa podrá crecer y posicionarse dentro de las mejores marcas de gimnasios. La comunicación es importante para Corposão porque a través de esta todo lo demás surge, nos podemos tener buena publicidad y mucho menos identidad corporativa e imagen corporativa si la comunicación en Corposão no es buena; la comunicación positiva va desde la Licenciada en Nutrición Adriana Landeros, dueña del gimnasio, hacia todos los públicos del mismo, teniendo comunicación directa y abierta con cada uno de los miembros de C o r p o s ã o .



## Tipos y estilos de comunicación



En Corposão se mantiene una comunicación abierta, en la que cualquier integrante del gimnasio, ya sea externo o interno puede agendar una cita con la Licenciada Landeros (dueña del gimnasio) y si la Licenciada en ese momento está disponible ella los atenderá con gusto para resolver cualquier duda, inconveniente o situación que se le presente respecto al funcionamiento del gimnasio y convivencia con los instructores. La comunicación en Corposão también es libre, pues cualquier persona está en la total libertad de expresar lo necesite ya sea con el encargado en turno del gimnasio o directamente con la Licenciada Landeros..

# Vision de la comunicación en nuestra empresa



## 6.2.1 Visión fundacional

**Para llevar un buen control del funcionamiento de Corposão, se crearon horarios especiales para las clases de Jazz, Árabe, Cross Fith, GAP, Kick Boxing, Pole Dance, Zumba, Ballet, entre otros, los horarios se acoplan a las actividades diarias de todas nuestras clientas dándoles la oportunidad de asistir al gimnasio en el horario que más se les facilite. Las modalidades de pago pueden ser por hora clase, por semana o mensual; dentro de los pagos mensuales existe la opción de acudir a una sola clase al día o asistir a las clases que nuestros clientes deseen. Además que en Corposão les damos a nuestros clientes notas de sus pagos y se les avisa con tiempo su fecha de límite de pago para que estén al corriente y continúen asistiendo al gimnasio, quedando registrado todos los movimientos en el sistema. El registro de nuestros clientes y empleados es a través de un número el cual se les da cuando se inscriben y al ingresar al gimnasio se le da el número al encargado en turno para el registro de su asistencia.**



### 6.2.2 Visión tecnológica

La tecnología es primordial para Corposão donde tratamos de ir a la vanguardia con la tecnología con cada aparato de ejercicio reciente para mejorar la eficacia del gimnasio para beneficio de todos nuestros públicos. Al ir de la mano con la tecnología nos posicionaremos en la delantera compitiendo con los mejores gimnasios de la ciudad. En Corposão manejamos la tecnología a nuestro favor, creando una Fanpage en Facebook para estar en constante contacto con nuestros públicos, creando redes o canales de comunicación apoyándonos de la tecnología.

### 6.2.3 Visión cultural

En Corposão nos preocupamos por generar un ambiente de cultura entre nuestros diferentes públicos; a través de nuestro sistema de registro calendarizamos los cumpleaños de nuestros clientes y empleados, haciéndoles un pequeño festejo el día que cumplen años haciéndolos sentir como en casa en un ambiente de compañerismo y cordialidad. En Corposão nos preocupamos por inculcar el hábito de aseo tanto personal como en el lugar en el que se desarrollan todos nuestros públicos, aseando los salones después de cada clase o actividad así como los tubos que se necesitan para la clase de pole dance. En Corposão creemos que el bienestar también es parte de la actitud con la que nos afrontamos a las situaciones diarias, para mantener un ambiente sano una actitud positiva es indispensable, pues si tenemos una actitud positiva hacia la vida y convertimos todas las situaciones a las que nos enfrentamos a nuestro favor, estaremos más relajados y será en beneficio de nuestra salud.

## Comunicación efectiva

Para Corposão la comunicación efectiva es esencial. En Corposão nos preocupamos principalmente por la comunicación interna, pues para nosotros es fundamental la manera de relacionarse entre el personal que integramos el gimnasio manteniendo una comunicación permanente activa y efectiva. Los miembros de Corposão tendrán totalmente la libertad de expresarse en un ambiente de total confianza y seguridad dirigiéndose personalmente con la L.N. Adriana Landeros para cualquier inconveniente o situación en la que se encuentren ya sea en cuanto al ambiente laboral o ambiente personal. Para llevar a cabo una comunicación afectiva además de que los públicos del gimnasio tengan la libertad de expresarse también se creará un salón de juntas especialidad para tratar temas de gran importancia a nivel del gimnasio, así como para dar a conocer a los empleados algunos anuncios o reformas en cuanto al área laboral. A través de la comunicación externa se dará a conocer la esencia del gimnasio; como equipo de trabajo daremos a conocer nuestra identidad corporativa a toda la sociedad en general creando la imagen corporativa deseada.

6.3

Código de ética del comunicador; de acuerdo a la IABC (International Association of Business Communicator):



- 1.** Los comunicadores profesionales apoyan la credibilidad y dignidad de su profesión mediante la práctica de una comunicación honesta, verdadera y puntual, y promoviendo la circulación libre de información esencial de acuerdo a los intereses públicos.
- 2.** Los comunicadores profesionales entienden y apoyan los principios de libertad de expresión, libertad de asociación y acceso a un mercado abierto de ideas; y, actúan según estos principios.
- 3.** Los comunicadores profesionales son sensibles a los valores y creencias culturales y participan en actividades de comunicación justa y equilibrada que promuevan y estimulen el entendimiento mutuo.
- 4.** Los comunicadores profesionales se abstienen de participar en actividad alguna que el comunicador considere que no es ética.
- 5.** Los comunicadores profesionales obedecen las leyes y políticas públicas que rigen sus actividades profesionales y son conscientes del espíritu de todas las leyes y reglamentos y, si se infringe alguna ley o política pública, por cualquier razón, actuar inmediatamente para corregir la situación.
- 6.** Los comunicadores profesionales dan crédito por las expresiones únicas tomadas prestadas de los demás e identifican las fuentes y propósitos de toda la información difundida al público.
- 7.** Los comunicadores profesionales protegen la información confidencial y, al mismo tiempo, cumplen con todos los requisitos legales para la revelación de información que afecte el bienestar de los demás.
- 8.** Los comunicadores profesionales no usan información confidencial obtenida como resultado de actividades profesionales para beneficio personal y no representan intereses que sean conflictivos o que compitan entre sí sin el consentimiento escrito de las partes involucradas.
- 9.** Los comunicadores profesionales no garantizan resultados que estén más allá del poder una persona que ejerce la profesión de transmitir información.
- 10.** Los comunicadores profesionales son honestos, no sólo con los demás, sino también, lo que es aún más importante, consigo mismos como personas; porque el comunicador profesional busca la

Ética

## Tendencias de comunicación

**En Corposão estamos convencidos de que este año es el año de la digitalización, por lo que nos enfocamos principalmente en las tendencias tecnológicas, ya que cada vez es mayor la cantidad de personas que se la pasan todo el día revisando la información que aparece ya sea en las computadoras como en cualquier dispositivo móvil con internet, por lo que se vuelve de suma importancia el controlar de qué manera se percibe a nuestra marca ya sea en las diferentes redes sociales o en las páginas de anuncios.**



## Mensaje

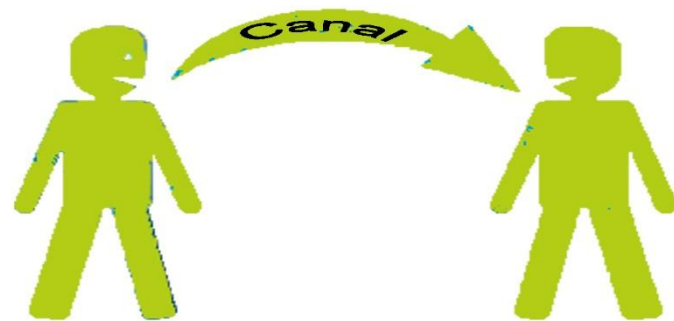


En Corposão queremos que la empresa nos identifique como una marca de gimnasios seria y responsable en la cual podrá desarrollarse tanto física como mentalmente en un ambiente completamente de respeto, compañerismo e unión; todo esto a través de los mensajes enviados a todos nuestros públicos. Queremos que todos nuestros clientes desde el primer momento en el que ingresen a Corposão se sientan como en casa, en un lugar armonioso donde podrán fortalecerse físicamente con ejercicios y rutinas especializados para cada uno de ellos y mentalmente al desestresarse y relajarse haciendo lo que les gusta. Cuando nuestros clientes piensen en Corposão queremos que piensen que se relacionan con una empresa totalmente comprometida con el bienestar físico y mental de la sociedad Zapopana y conforme nos vayamos ampliando con toda la sociedad tapatía.



## Canales de comunicación

En nuestra empresa priorizamos la comunicación escrita como la más importante para la comunicación interna a través de una mam para la cual podrán observar nuestros empleados y clientes en la que se establecerán los horarios, misión, visión y valores de Corposão, así como también se establecerá por escrito los contratos con los empleados y con nuestros clientes las notas de las mensualidades e inscripciones serán de igual manera en documentos membretados por el gimnasio, así como también se mandaràn curriculares para todos nuestros públicos; las nuevas tecnologías las enlazamos con nuestros públicos, pues creamos una fan page en Facebook para estar en contacto directo y fortalecer los lazos con Corposão cuando nuestros públicos no se encuentran en el gimnasio.



7

Apariencia

“Es el conjunto de características con las que se diferencia una empresa de otra”

Se contaba con cuatro propuestas principales, donde únicamente el cambio estaba en los colores, ya que la tipografía era exactamente la misma, al finalizar se tomó la decisión de utilizar los colores verde, negro y plata, porque transmiten exactamente lo que Corposão quiere transmitir.

7.1

## Logotipo



Corposão  
team fitness



Corposão  
team fitness



Corposão  
team fitness



Corposão  
team fitness

# Colores

La presencia de los colores en todos los aspectos es de suma importancia, ya que los relacionamos con experiencias o sensaciones que hemos tenido a lo largo de nuestra vida. Por lo que Gimnasio Corposôo busca transmitir a través de los colores que porta su logotipo una sensación visual agradable para nuestros clientes. Utilizamos tres colores:



- **Negro:** Representa la formalidad, la seriedad y la elegancia con la que Corposôo trabaja día con día, garantizando una sensación de bienestar a nuestros clientes.
- **Verde:** Representa la armonía, el crecimiento, la frescura y la seguridad que buscamos generar en nuestros clientes para lograr una satisfacción plena desde el momento en que pone un pie en el Gimnasio Corposôo.
- **Plata:** Representa la armonía y la versatilidad con la que Corposôo comparte con sus clientes a lo largo de su desarrollo físico.



Las diferentes tipografías poseen diferentes personalidades y pueden comunicar un estado de ánimo o evocar a ciertas imágenes que nos recuerden cualquier cosa. Para el logotipo de Corposão se eligió una tipografía legible, que a su vez connotara gracia y modernismo, sin dejar atrás la búsqueda de bienestar para nuestros clientes.

Kraken light

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Tipografía

Corposao cuenta con las mejores instalaciones, donde en nuestra fachada incluimos ventanales alrededor de todo el lugar para que nuestros clientes se sientan libres y en armonía con lo que los rodea, y puedan desarrollar de manera óptima sus ejercicios del día a día.

7.4

## Fachada



# Interiores

7.5

## Recepción



## Sala de estar



## Duchas



Contamos con un área de aseo personal para que nuestros cliente aprovechen al máximo su estancia y sientan que el servicio que Corposão ofrece es un servicio completo.

De igual manera, nuestra área de aparatos para ejercitarse, es muy variada para cualquier clase de rutina que se asigne a nuestros clientes.



## Área de aparatos



## Casilleros



**Contamos con casilleros para todos los miembros de Corposão, donde pueden depositar sus pertenencias y así evitar cualquier mal entendido.**

**Tratamos de que todo lo que conforma al Gimnasio sea de color rosa, ya que simboliza el poder femenino que se tiene dentro y fuera del mismo, y así transmitir ese sentir a nuestros clientes.**

**“Una mujer por definición, es una mujer poderosa” Melinda Gates.**

# Material de trabajo



**Tapetes de Yoga**



**Guantes de Box**



**Guantes**



**Mancuernas**



**Pelotas**

**Mancuernas para tobillos y brazos**



Contamos con un material de trabajo extenso para garantizar un buen aprovechamiento de los ejercicios y así ver resultados en poco tiempo.



# Uniformes



En Corposão brindamos dos uniformes a nuestros empleados con los colores característicos del Gimnasio como lo son el rosa y el verde, para que se identifiquen a los instructores inmediatamente.


7.8

RECIBO DE PAGO CorpoSão

|                    |
|--------------------|
| Nombre             |
| No. Cliente        |
| Domicilio          |
| Teléfono           |
| Correo electrónico |

Total: \$250 Mensuales

Periodo: Abril 14



Ficha de pago



Tarjeta de presentaciión



Gafetes



Hoja membretada

## Papelería

Desde el primer momento en que nuestros clientes entren a Corposão serán atendidos por nuestros instructores y encargados en turno con la mayor cordialidad, haciendo sentir a nuestros clientes cómodos, conformes y felices con el trato brindado hacia ellos, provocando su estancia por más tiempo en Corposão. Viendo por el bienestar de nuestros clientes absolutamente todos nuestros instructores están calificados para trabajar en Corposão, habiendo comprobado que tienen estudios para poder desempeñarse en el gimnasio, buscando la eficacia contamos con un horario adaptable a cada estilo de vida, con un horario de 5 hrs a 23 hrs, en el ofrecemos clases de diversas temáticas, divididas a lo largo del día. Como lo son: Jazz, Ballet, Kick Boxing, Cap, Zumba, Cross Fith, Pole dance, etc.



Corpo São  
Team Fitness

