



POLITICA DE COMUNICACIONES FEDERACION CHILENA DE DEPORTES ACUATICOS

1. INTRODUCCIÓN

La Política de Comunicaciones de la Federación Chilena de Deportes Acuáticos (FECHIDA) se fundamenta en principios esenciales que deben ser aplicados en todos los niveles, con el objetivo de fomentar comunicaciones coordinadas con todos los grupos de interés de la Federación, a través de cualquier canal disponible. Estos principios son cruciales para garantizar una comunicación coherente, efectiva y ética. Es imperativo resaltar que, para FECHIDA, lo más importante son nuestros deportistas. Ellos representan el corazón y el alma de nuestra organización, y todos nuestros canales de comunicación están diseñados pensando en ellos.

Los principios orientadores de esta política son los siguientes:

- **TRANSPARENCIA.** FECHIDA es una organización de derecho privado sin fines de lucro regida por la Ley del Deporte, y en esa condición, está sujeta al ordenamiento jurídico que rige las federaciones deportivas nacionales, particularmente en materia de transparentar sus actividades, procesos y resultados.
- **VERACIDAD.** Se debe hacer prevalecer la verdad de los hechos en toda actuación, incluso cuando las acciones cometidas puedan tener repercusiones negativas a la imagen corporativa institucional.
- **OPORTUNIDAD.** La entrega de información a nuestro público objetivo debe proporcionarse oportunamente. Ello no es sinónimo de inmediatez. El tiempo será determinado de acuerdo con el contexto informativo, la confiabilidad de los antecedentes recabados y la real necesidad de comunicar.
- **COHERENCIA.** Se deberá mantener un mensaje consistente en todas las comunicaciones, asegurando que los portavoces y canales de comunicación transmitan la misma información.
- **FORMALIDAD.** Se deberá utilizar única y exclusivamente los canales formales de comunicación que esta política establezca para la vocería institucional, evitando la participación en plataformas “no oficiales”.
- **INDEPENDENCIA.** Bajo ninguna circunstancia se deben utilizar los medios de comunicación de la Federación para fines políticos, y mucho menos para campañas electorales de la organización.

Esta Política establece un marco estratégico y directrices para una comunicación bidireccional con los grupos de interés (“públicos”) de la Federación. En este sentido se considera **público interno** a las asociaciones afiliadas, los clubes, los técnicos y deportistas, y **público externo**, a los apoderados, el público general y los medios de comunicación de masa.



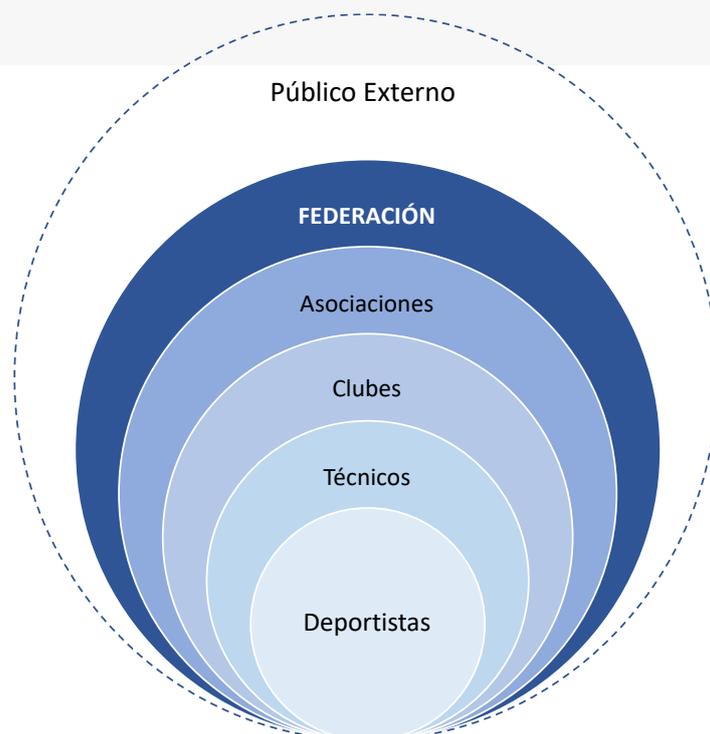


Figura 1. Estructura organizacional de FECHIDA.

2. OBJETIVOS

El objetivo general de la Política de Comunicaciones de FECHIDA es facilitar la articulación de acciones comunicacionales, contribuyendo así al desarrollo del proyecto institucional y deportivo, de manera que pueda reconocerse internamente y posicionarse externamente como una institución de excelencia en cuanto al desarrollo, fomento, coordinación y difusión de los deportes acuáticos en el país.

Los objetivos específicos son:

- Establecer un ordenamiento de las acciones comunicacionales que desarrolla la Federación, para garantizar la adecuada proyección de la imagen corporativa.
- Facilitar la comunicación entre los distintos miembros de la Federación (asociaciones, clubes, técnicos y deportistas) y con los diferentes públicos externos con que se relaciona la institución.
- Promover los valores, principios e identidad de los deportes acuático como actividad federada.



3. CANALES DE COMUNICACIÓN

3.1. Comunicación Interna

3.1.1. Desde la Federación hacia el público interno

Los canales que la Federación deberá utilizar son los que ofrezcan las mayores ventajas para hacer llegar el mensaje, ponderando adecuadamente la importancia, inmediatez, oportunidad y trascendencia del contenido. Se debe lograr que los miembros de la Federación cuenten con toda la información necesaria para el correcto desarrollo de las cinco disciplinas y la participación en eventos federados.

a. Sitio web institucional

Por medio del sitio www.fechida.cl se da acceso a la documentación oficial (estatutos, reglamentos y comunicados), al sistema de registro (asociaciones, clubes, árbitros y jueces), así como a capacitaciones y al banco de imágenes.

b. *Mailing* asociaciones

Envío masivo de correos electrónicos a presidentes de asociaciones con comunicados oficiales, citaciones a asambleas, solicitudes, aclaraciones, respuestas formales, etc.

c. Grupos WhatsApp

Canal utilizado para la comunicación inmediata, por ejemplo, para la difusión de comunicados, aclaración de dudas y solicitudes urgentes. Se privilegiará dos grupos WhatsApp:

- “Directores de Asociaciones”

Conformado por los presidentes y directores de las asociaciones afiliadas a la Federación. La administración de este grupo será responsabilidad del directorio de la Federación.

- “Jefes técnicos de clubes federados”

Conformado por los jefes técnicos de la totalidad de los clubes federados. La administración de este grupo será responsabilidad del Gerente Técnico de la Federación.

3.1.2. Desde el público interno hacia la Federación

La comunicación hacia la Federación por parte de deportistas, técnicos, dirigentes de clubes y presidentes de asociaciones, deberá darse respetando estrictamente el conducto regular que establece esta política, tal como se señala en la Figura 2, con el objeto de asegurar una comunicación responsable, ordenada y efectiva.



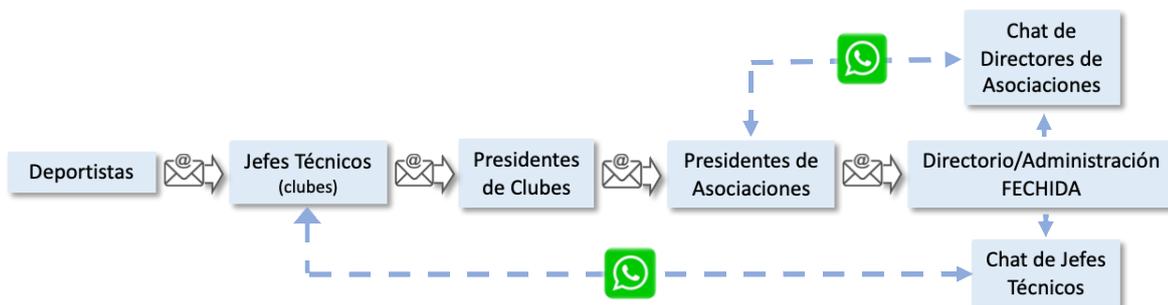


Figura 2. Conducto de comunicación interna.

Las observaciones, consultas, reclamos, etc. de los clubes federados hacia la Federación, deberán conducirse a través de las asociaciones, siendo éstas las responsables de responder directamente o traspasar el requerimiento a los respectivos entes administrativos de la Federación.

La Federación NO RESPONDERÁ DIRECTAMENTE REQUERIMIENTOS DE APODERADOS NI DEPORTISTAS.

3.2. Comunicación Externa

Los canales que la Federación deberá utilizar son los que ofrezcan la mayor cobertura posible en términos de audiencias. El foco está en las acciones de información, publicidad y de marketing institucional. Su finalidad es mostrar a la Federación como una institución activa, transparente, moderna, cohesionada e interesada en dar a conocer sus actividades.

a. Sitio web institucional

El sitio web de la Federación deberá ser un espacio atractivo, actualizado y completo en términos de reunir toda la información que describa adecuadamente el quehacer institucional.

b. Redes sociales

El uso de este tipo de plataformas está orientado a conectarse con otros usuarios, compartir contenido, interactuar y comunicarse a través de la web. Es clave la variedad y frecuencia del contenido compartido. Asimismo, es importante atender oportunamente la mensajería que permite la comunicación de forma privada con los seguidores.



c. Declaraciones públicas

Comunicado oficial o una declaración que se hace pública con el propósito de informar, aclarar, expresar una posición, dar a conocer una decisión o abordar un tema relevante para el público en general. Estas declaraciones son utilizadas para comunicar información importante y a menudo se publican en medios de comunicación, replican en sitios web, redes sociales y/o se distribuyen a través de comunicados de prensa.

4. AMBITOS COMUNICACIONALES

Las orientaciones establecidas en la presente política, aplican a todos los ámbitos de acción comunicacional que desarrolle la Federación, principalmente:

4.1. Vocerías institucionales

Las vocerías institucionales son las caras visibles a través de las cuales la Federación se comunica con los diferentes públicos, de acuerdo a las temáticas que sean requeridas.

El (o la) principal vocero(a) es el Presidente(a) del directorio, en todo lo relativo al proyecto institucional, el relacionamiento externo de la Federación y los planes y programas de la misma. Los demás directores también son voceros oficiales de ella, desde sus respectivos ámbitos de competencia.

4.2. Comunicación e información organizacional interna.

Es deber de los miembros de la Federación (asociaciones, clubes deportistas y técnicos) mantenerse informados del acontecer institucional y de las informaciones organizacionales que atañen a su trabajo, a través de los diferentes medios de comunicación de la Federación, así como de su documentación oficial. Esto incluye, entre otros: reuniones internas, comunicados, resoluciones y reglamentación institucional.

4.3. Relación con los medios de comunicación

Toda comunicación pública que la Federación transmita en forma oficial a los medios de comunicación debe ser guiada y conocida por el o la responsable de Comunicaciones, quien velará por la correcta emisión de los mensajes institucionales y de la imagen corporativa.

4.4. Publicidad y campañas corporativas

Todas las acciones publicitarias y de marketing institucional que realice la Federación constituyen comunicación pública y en ese marco deben ajustarse a los lineamientos establecidos por esta Política de Comunicaciones.

Directorio

Federación Chilena de Deportes Acuáticos

