



# Comunicación y relaciones con los medios

# **Norma profesional**

**GLDF** | Marco Global de Aprendizaje y Desarrollo

El estándar profesional tiene como objetivo apoyar a la industria antidopaje proporcionando un punto de referencia de competencia para una función específica. Las organizaciones antidopaje (OAD) pueden utilizar el estándar profesional para apoyar la evaluación de la competencia y, sobre todo, para apoyar el desarrollo de los profesionales mediante la identificación de las necesidades de desarrollo profesional.

Versión: 1.0  
Publicado: noviembre de 2021

La norma profesional:

- describe las principales funciones de un determinado puesto antidopaje
- detalla el nivel de competencia esperado para cada una de estas funciones mediante criterios de rendimiento
- detalla los requisitos de conocimientos y aptitudes para la función

## OBJETIVO PRINCIPAL

Informar e involucrar a las partes interesadas para crear confianza en el antidopaje, ayudando a proteger la credibilidad del deporte.

## Funciones principales

Desarrollar un plan de comunicación que apoye los objetivos generales de la organización

Implementar el plan de comunicación

Monitorear, evaluar y ajustar el plan de comunicación

### Fonctions accessoires

### Fonctions accessoires

### Fonctions accessoires

1.1 Analizar su situación actual

2.1 Crear *contenido de comunicación\**

3.1 Recopilar *información\**

1.2 Desarrollar un *plan de comunicación\**

2.2 Difundir *contenido de comunicación\**

3.2 Analizar la *información\**

2.3 Apoyar la planificación y organización de eventos y coordinar el contenido del evento

3.3 Utilizar la información y el análisis para implementar cambios

2.4 Dirigir las *actividades relacionadas con los medios de comunicación\**

2.5 Responder a situaciones cambiantes y consultas

## Desarrollar un plan de comunicación que apoye los objetivos generales de la organización

|                                                                                                                                | Criterios de rendimiento<br>Debe ser capaz de:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Conocimiento y comprensión                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    1.1<br><b>Analizar su situación actual</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Revisar las prioridades de los objetivos estratégicos de la organización, así como el sistema deportivo y el contexto en el que existirá su plan de comunicación</li> <li>2 Evaluar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (análisis FODA) relevantes para su organización en relación con el área de comunicación</li> <li>3 Identificar el posible público meta de su plan de comunicación</li> <li>4 Obtener, analizar y documentar información sobre las necesidades, opiniones e ideas de los distintos públicos meta, así como sus preferencias y comportamientos en materia de canales de comunicación</li> <li>5 Buscar, analizar y evaluar los diferentes canales, procesos y herramientas de comunicación con los que puede alcanzar mejor a su público meta</li> <li>6 Identificar los recursos humanos, financieros y materiales con los que dispone actualmente, así como los de las partes interesadas con las que puede cooperar, y documentar cómo los utilizará para apoyar la ejecución de su plan de comunicación</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Objetivos estratégicos de la organización</li> <li>2 Conocimiento general de su sistema y programas antidopaje</li> <li>3 El sistema deportivo y el contexto en el que se enmarca su organización</li> <li>4 La percepción del antidopaje en la sociedad</li> <li>5 Cómo realizar un análisis FODA</li> <li>6 Conocimiento general de las partes interesadas en la lucha contra el dopaje y estrategias de segmentación</li> <li>7 Las diferentes tendencias, canales, procesos y herramientas de comunicación</li> <li>8 Cómo evaluar sus recursos humanos, financieros y materiales</li> <li>9 Cómo pueden colaborar las diferentes partes interesadas en la comunicación antidopaje y los beneficios de dicha colaboración</li> </ol> |



## 1.2

### Desarrollar su *plan de comunicación*\*

- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1 Seleccionar el público objetivo específico y determinar los objetivos SMART, así como las estrategias para el desarrollo de contenidos y la participación de la audiencia, basándose en el análisis de la situación</li><li>2 Elegir y documentar los canales, procesos y herramientas de comunicación que respondan a los objetivos y estrategias del <i>plan de comunicación</i>* y a cada uno de los perfiles y necesidades del público meta</li><li>3 Determinar los indicadores clave de rendimiento y los métodos de monitoreo y evaluación alineados con los objetivos y estrategias de su <i>plan</i>*</li><li>4 Asignar y documentar las responsabilidades clave y los plazos para sus actividades de comunicación</li><li>5 Desarrollar una política de relaciones con los medios de comunicación</li><li>6 Desarrollar directrices de gestión de problemas y crisis, y respuestas apropiadas basadas en su análisis de la situación</li><li>7 Formalizar <i>el plan de comunicación</i>* y consultar con los colegas pertinentes</li></ol> | <ol style="list-style-type: none"><li>1 La importancia de alinear su plan de comunicación con los objetivos estratégicos de la organización</li><li>2 Qué son los objetivos SMART y cómo desarrollarlos</li><li>3 Cómo identificar y desarrollar estrategias basadas en un análisis de la situación</li><li>4 Los diferentes canales, procesos y herramientas de comunicación que están a su disposición y cómo seleccionar los adecuados para su plan de comunicación*</li><li>5 Cómo determinar los indicadores clave de rendimiento y los métodos de seguimiento y evaluación en consonancia con su plan de comunicación</li><li>6 Cómo desarrollar una política de relaciones con los medios de comunicación</li><li>7 La importancia de la planificación de la gestión de crisis</li><li>8 Cómo desarrollar un plan de comunicación de crisis</li></ol> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## Implementar el plan de comunicación

|                                                                                                                                   | Criterios de rendimiento<br>Debe ser capaz de:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Conocimiento y comprensión                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  2.1<br>Crear <i>contenido de comunicación</i> * | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Determinar los mensajes clave de su plan de comunicación de conformidad con sus objetivos y estrategias</li> <li>2 Extraer de la información disponible los puntos que apoyan el objetivo del <i>contenido de comunicación</i>*</li> <li>3 Identificar y explorar formas de comunicación creativas, que sean nuevas, emergentes y alternativas</li> <li>4 Desarrollar el <i>contenido de comunicación</i>* utilizando un lenguaje coherente con el nivel de comprensión y percepción antidopaje de su público objetivo, adaptado al <i>canal de comunicación</i>*</li> <li>5 Consultar a los colegas pertinentes sobre el contenido y dar su visto bueno cuando sea necesario, así como tomar en cuenta la retroalimentación pertinente</li> <li>6 Desarrollar el <i>contenido de comunicación</i>* de forma coherente con las normas aplicables de confidencialidad, privacidad y divulgación pública, y dentro de los plazos aplicables</li> <li>7 Utilizar la gramática, la puntuación y la ortografía de forma precisa para asegurarse que el significado es claro, así como corregir y revisar el trabajo, y hacer las modificaciones necesarias al desarrollar <i>contenido de comunicación escrita</i>*</li> <li>8 Producir el <i>contenido de comunicación</i>* para cumplir con el calendario de su plan de comunicación, reconociendo la diferencia entre lo que es importante y lo que es urgente</li> <li>9 Monitorear y garantizar que los costos asociados a la creación de su contenido de comunicación se ajusten a los recursos financieros de su plan de comunicación</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Cómo identificar y redactar los mensajes clave</li> <li>2 Cómo investigar, identificar y utilizar la información antidopaje pertinente</li> <li>3 Cómo desarrollar el contenido de la comunicación, o revisarlo si se subcontrata</li> <li>4 A quién consultar sobre la creación de contenidos</li> <li>5 Cómo adaptar la forma, el lenguaje y el contenido de la comunicación al público meta y a los canales seleccionados</li> <li>6 Las normas aplicables de confidencialidad, privacidad y divulgación del contenido en la lucha contra el dopaje</li> </ol> |

|                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p><b>2.2</b></p> <p><i>Difundir contenido de comunicación*</i></p>                                                     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Asesorar a las partes interesadas internas sobre la creación de contenidos y su publicación</li> <li>2 Utilizar sus relaciones con los medios de comunicación propios, ganados y pagados</li> <li>3 Publicar y compartir el contenido de comunicación siguiendo el calendario acordado, a través del canal de comunicación apropiado, y de forma coherente con las normas aplicables de confidencialidad, privacidad y divulgación pública</li> <li>4 Responder a las preguntas del público meta una vez publicados los contenidos</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Cómo publicar contenidos en las plataformas de comunicación</li> <li>2 Cómo y qué información compartir internamente y la relevancia para las respectivas áreas antidopaje</li> <li>3 El objetivo y la importancia de ofrecer un seguimiento del suministro de información</li> <li>4 Las normas aplicables de confidencialidad, privacidad y divulgación del contenido en la lucha contra el dopaje</li> </ol>                                                                                                                                                                                                         |
|  <p><b>2.3</b></p> <p><i>Apoyar la planificación y organización de eventos* y coordinar el contenido del evento*</i></p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Identificar e interactuar con cualquier parte interesada en la organización del evento</li> <li>2 Elegir y organizar el equipo, el material y las instalaciones o plataformas para los eventos, siguiendo las normas organizacionales aplicables</li> <li>3 Identificar el público meta al que debe invitar, y organizar, cuando proceda, la inscripción de los participantes en los eventos, e informarse sobre las necesidades especiales que deba tomar en cuenta</li> <li>4 Asegurar que tanto usted como los demás oradores están preparados adecuadamente para el evento</li> <li>5 Garantizar que los eventos reciban una cobertura adecuada a la naturaleza del propio evento</li> <li>6 Comunicar a los participantes la información pertinente sobre la logística antes de su evento, si procede</li> <li>7 Monitorear y garantizar que los costos asociados a la organización del evento se ajusten a los recursos financieros de su plan de comunicación</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Cómo identificar los lugares adecuados y las opciones de restauración para diferentes tipos de eventos</li> <li>2 Los tipos de equipos y materiales que se necesitarán para los diferentes tipos de eventos, incluidos tanto los presenciales como los eventos en línea</li> <li>3 Normas de organización aplicables a la organización de eventos</li> <li>4 Necesidades especiales que pueden tener los participantes y cómo satisfacerlas</li> <li>5 Cómo organizar la inscripción a un evento</li> <li>6 Cómo dirigir un evento en persona o en línea</li> <li>7 Cómo movilizar la cobertura de un evento</li> </ol> |

|                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>2.4</b><br>Dirigir las actividades* relacionadas con los medios de comunicación | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Establecer y mantener relaciones continuas con el personal de los medios de comunicación y una base de datos de medios de comunicación</li> <li>2 Establecer oportunidades de contacto y enlace con los medios de comunicación en una actividad mediática* específica, y determinar los resultados deseados</li> <li>3 Evaluar el interés potencial de los medios de comunicación, las necesidades de información, y el nivel de comprensión y percepción sobre el antidopaje</li> <li>4 Seleccionar los medios de comunicación y/o los periodistas con los que se va a establecer contacto, en función de la finalidad del contacto y de los objetivos y resultados deseados, así como del interés potencial de los medios de comunicación.</li> <li>5 Identificar las limitaciones de la información que se proporcionará a los medios de comunicación, de acuerdo con el nivel requerido de confidencialidad y/o privacidad de la información antidopaje</li> <li>6 Evitar que se dé información a los representantes de los medios de comunicación que pueda comprometer la integridad de las investigaciones o los procesos de gestión de resultados en curso</li> <li>7 Seleccionar al personal interno adecuado para el contacto con los medios de comunicación elegidos, de acuerdo con la política de relaciones con los medios, e informar a los portavoces antes de la intervención pública</li> <li>8 Mantener el nivel requerido de confidencialidad y privacidad de la información en todo momento</li> <li>9 Mantener una imagen positiva del deporte limpio cuando se relaciona con los medios de comunicación</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Cómo gestionar una base de datos de medios de comunicación</li> <li>2 Cómo establecer y mantener buenas relaciones con los medios de comunicación</li> <li>3 Cómo determinar el propósito y los resultados deseados de las actividades de los medios de comunicación</li> <li>4 La comprensión y la percepción de la lucha contra el dopaje entre los diferentes medios de comunicación</li> <li>5 Las normas aplicables de confidencialidad y privacidad en la lucha contra el dopaje</li> <li>6 Su política de relaciones con los medios de comunicación</li> <li>7 Cómo informar a los portavoces para cualquier intervención pública</li> <li>8 Evaluar el tipo de información que debe difundirse y el momento oportuno para hacerlo</li> </ol> |
|  <b>2.5</b><br>Responder a situaciones y consultas cambiantes                     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Monitorear los medios de comunicación y el entorno de las partes interesadas, y responder a la información que pueda afectar a su plan de comunicación y a la reputación de la organización</li> <li>2 Responder a las preguntas de los medios de comunicación de manera oportuna, precisa y satisfactoria, y habiendo considerado el impacto potencial de su respuesta</li> <li>3 Desplegar sus directrices de gestión de crisis si es necesario</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Los temas que son sensibles para su organización y cómo identificar las tendencias y los eventos que podrían tener implicaciones para su organización</li> <li>2 Cómo controlar y mitigar los riesgos que presenta la cobertura informativa</li> <li>3 Cómo responder a las preguntas de los medios de comunicación con tacto y firmeza</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

## Monitorear, evaluar y ajustar el plan de comunicación

|                                                                                                                                                                  | Criterios de rendimiento<br>Debe ser capaz de:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Conocimiento y comprensión                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  3.1<br><b>Recopilar información*</b>                                           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Utilizar los métodos de monitoreo y evaluación indicados en su plan de comunicación para recopilar, seguir, validar y registrar la información sobre la aplicación y el progreso hacia los indicadores clave de rendimiento</li> <li>2 Tomar en cuenta la nueva información y la desinformación</li> <li>3 Monitorear la respuesta y los comentarios del público meta</li> </ol>                                                                                       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Tipos de herramientas de seguimiento, plataformas y puntos de referencia apropiados para el contexto de la comunicación antidopaje y las relaciones con los medios de comunicación, y cómo utilizarlos</li> <li>2 Cómo recolectar la retroalimentación del público meta</li> <li>3 Tipos y fuentes potenciales de nueva información y desinformación</li> </ol> |
|  3.2<br><b>Analizar la información*</b>                                         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Evaluar la información recogida para identificar las áreas de mejora de su plan de comunicación</li> <li>2 Evaluar si la aplicación de su plan de comunicación a lo largo del tiempo va según lo previsto</li> <li>3 Evaluar si se han alcanzado los indicadores clave de rendimiento especificados en el plan de comunicación</li> </ol>                                                                                                                              | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Cómo realizar el seguimiento y la evaluación de su plan de comunicación</li> <li>2 Indicadores clave de rendimiento de su plan de comunicación</li> </ol>                                                                                                                                                                                                       |
|  3.3<br><b>Utilizar la información* y el análisis para implementar cambios</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Realizar ajustes continuos en la implementación de su plan de comunicación, cuando sea necesario, en respuesta al seguimiento y análisis de sus actividades</li> <li>2 Utilizar la evaluación de su plan de comunicación para informar el desarrollo de un plan de comunicación revisado, si es necesario</li> <li>3 Determinar si los indicadores clave de rendimiento y los métodos de monitoreo y evaluación son adecuados, y cambiarlos si es necesario</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Cómo utilizar el seguimiento y la evaluación para mejorar su plan de comunicación de forma continua y al redactar uno nuevo</li> <li>2 Cómo identificar la idoneidad de sus indicadores clave de rendimiento y métodos de seguimiento y de evaluación y cómo mejorarlos</li> </ol>                                                                              |

# Glosario

---

## Normas de privacidad y protección de datos aplicables:

---

Cualquier norma de privacidad y protección de datos que pueda aplicarse a las operaciones de los responsables de comunicación, incluyendo el Código Mundial Antidopaje, la Norma Internacional para la Protección de la Privacidad y la Información Personal (ISPPPI) y las Directrices asociadas, las especificaciones de la organización, y/o las leyes y reglamentos regionales y nacionales.

## Plan de comunicación

---

Un plan de comunicación puede referirse a un:

- plan de comunicación interno
- plan de comunicación externo
- plan de relación con los medios sociales
- plan de relación con los medios de comunicación
- plan de relación institucional
- cualquier plan similar

## Datos

---

Los datos recopilados con fines de seguimiento y evaluación pueden incluir:

- análisis del sitio web,
- análisis de las redes sociales,
- datos cualitativos y cuantitativos y
- la asistencia de las partes interesadas, sus comentarios y sus niveles de compromiso.

## Estrategias de segmentación

---

Las estrategias de segmentación se refieren a los diferentes enfoques que puede utilizar para identificar sus grupos meta, sus necesidades y perfiles.

# Declaración de alcance

---

## Canales de comunicación

Los canales de comunicación pueden incluir sitios web (corporativos y relacionados con eventos), plataformas de medios sociales, medios de comunicación (impresos, audio, TV), intranet, correos electrónicos (incluyendo firma, banners, etc.), eventos (conferencias/paneles/plataformas en línea), activos físicos, aplicaciones móviles y aplicaciones de mensajería

## Contenido de la comunicación

Comunicados de prensa, discursos, avisos a los medios de comunicación, contenidos de sitios web, vídeos, infografías, podcasts, emisiones de radio, contenidos visuales, folletos, micrositios, editoriales, artículos, correos electrónicos masivos, presentaciones en Power Point, contenidos de redes sociales, contenidos de aplicaciones móviles, mensajes (textos)

## Actividades de los medios de comunicación

Entrevistas con los medios de comunicación, giras de prensa, conferencias de prensa, respuestas a las preguntas de los medios de comunicación, relaciones con los medios de comunicación

## Habilidades

A partir de los resultados de una encuesta que se distribuyó entre los profesionales de la comunicación y los medios en el sector antidopaje en 2021, se identificó una lista de competencias necesarias para la profesión. El 75% de los encuestados consideraron esenciales las siguientes competencias. Dichas aptitudes deben evaluarse en los candidatos que soliciten un puesto de comunicación y relaciones con los medios de comunicación:

- Redactar
- Capacidad para tratar con las partes interesadas internas y externas
- Planificación
- Capacidad para trabajar con información confidencial y mantener la confidencialidad
- Capacidad para presentar contenidos y temas técnicos complejos en un lenguaje/formato sencillo y atractivo
- Capacidad para dirigir adecuadamente las comunicaciones a la audiencia
- Capacidad para dar y recibir retroalimentación
- Colaboración en equipo
- Establecimiento de objetivos
- Gestión del tiempo/ priorización
- Voluntad y capacidad de aprendizaje
- Pensamiento crítico
- Pensamiento creativo
- Pensamiento analítico y lógico
- Atención al detalle
- Ser capaz de utilizar hojas de cálculo de procesamiento de textos, medios sociales, visualización de datos y comunicación por correo electrónico
- Capacidad para trabajar de acuerdo con el código, las normas y la ética
- Escuchar
- Pensamiento estratégico
- Inteligencia emocional
- Capacidad multitarea
- Hablar
- Capacidad de adaptar el estilo de escritura a la plataforma

## Colaboradores

La AMA, a la vez que lidera el trabajo de elaboración de las normas profesionales, trabaja en colaboración con las partes interesadas y los equipos técnicos de la AMA. El trabajo de desarrollo de las comunicaciones y los medios de comunicación fue realizado por un Grupo de Trabajo Técnico compuesto por:

- Aditya Kumar - AIU
- Andy Colquhoun - Unión Sudafricana de Rugby
- Elvis Gitau - ADAK

- Eva Bunthoff - NADA Alemania
- James Fitzgerald - AMA
- Marta Nawrocka - ITA
- Megan Cumming - CCES
- Vanessa Reid-Ledford - JADCO

Este grupo estaba presidido por profesionales de la educación de la industria antidopaje:

- Catherine Coley - AFLD

## Panorama del GLDF

Una de las seis prioridades de la AMA en el marco del Plan Estratégico 2020-2024 de la Agencia Mundial Antidopaje es “aumentar el impacto”. Como una de las iniciativas clave en el marco de esta prioridad, la Agencia se ha comprometido a “desarrollar programas de formación y normas de cualificación para los profesionales de la lucha contra el dopaje con el fin de mejorar el profesionalismo y aumentar las capacidades de la fuerza de trabajo contra el dopaje”

En consecuencia, en abril de 2020, el Departamento de Educación de la AMA comenzó a desarrollar un Marco Global de Aprendizaje y Desarrollo (GLDF), a través del cual se está desarrollando una formación específica y estandarizada para una serie de funciones antidopaje y se pone a disposición de

las Organizaciones Antidopaje (OAD) y otras partes interesadas en todo el mundo dentro del ecosistema antidopaje. El GLDF establece descriptores de funciones, normas profesionales y actividades globales de aprendizaje y desarrollo para las funciones de los profesionales del sector antidopaje.

Las normas profesionales han sido utilizadas por la AMA para desarrollar programas de formación basados en la competencia. Pueden leerse junto a:

- (1) el descriptor de la función correspondiente, un documento sencillo que aclara las principales características de las funciones clave en materia de lucha contra el dopaje y que puede utilizarse como base para elaborar una descripción del puesto de trabajo cuando las OAD deseen contratar un puesto para una función determinada.

## Gestión de la calidad

### **Versión: 1.0**

*\*Aunque la AMA actualizará este documento con regularidad para asegurarse de que se mantiene al día, la versión 1.0 se publica específicamente como parte de un proyecto piloto y se revisará al término del mismo\**

**Aprobado por:** Comité de Educación de la AMA

**Fecha de aprobación:** noviembre de 2021

**Fecha de publicación:** diciembre de 2021

- (2) el marco de competencias básicas en materia de lucha contra el dopaje, que detalla los valores y las competencias comunes a las distintas funciones del sector de la lucha contra el dopaje.

*\*\*Los Estándares Profesionales (ocupacionales) son los puntos de referencia de las buenas prácticas y describen el nivel de competencia esperado para una función determinada. No deben confundirse con las Normas Internacionales, que son un conjunto de documentos que, junto con el Código Mundial Antidopaje, tratan de armonizar las políticas, normas y reglamentos antidopaje entre las Organizaciones Antidopaje (OAD) para partes técnicas y operativas específicas de los programas antidopaje.\*\**