

Reunión Directorio Triatlón Chile

Lunes, 19 ene 2026

Hora: 20hs

Participantes:

Javier Parada
Felipe Rojas
Marcos Ottensihmer
Miguel Piña
Alfredo Jacome
Gustavo Svane
Isaac Baeza
Juan Pablo Tenorio
Andres Pau

Resumen:

Se discutieron varios temas relevantes para el desarrollo de Triatlón Chile, comenzando con la presentación de una iniciativa para ofrecer beneficios a los federados en colaboración con la empresa Bonda. Esta propuesta incluye más de 96 beneficios, como descuentos en tecnología y actividades deportivas, disponibles a nivel nacional. Se planteó la posibilidad de personalizar estos beneficios según las necesidades regionales de los deportistas, y se aclaró que la membresía puede pagarse anualmente o mensualmente, con la federación controlando la lista de beneficiarios. La estrategia busca atraer a más deportistas y mejorar la imagen de la federación.

Además, se abordó la estrategia de sponsorío y la importancia de comunicar los beneficios a los federados. Se discutieron diferentes agencias de marketing y sus enfoques, así como la necesidad de relanzar la marca Triatlón Chile para atraer patrocinadores. Se planteó la importancia de establecer métricas de evaluación y definir objetivos claros antes de medir resultados. También se trató la situación de los clubes federados, con la advertencia de que aquellos con cuotas impagas podrían ser suspendidos, y se destacó la necesidad de mantener al menos 15 clubes activos para la viabilidad de la federación.

Capítulos y Temas:

Propuesta de Beneficios para Federados

La propuesta de Gustavo Svane incluye más de 96 beneficios para los federados, como descuentos en tecnología y actividades deportivas. Juan, de Comunicaciones Fechitri, explicó que los beneficios son accesibles a nivel nacional y pueden ser adaptados para incluir ofertas regionales. Se abordaron dudas sobre la personalización de los beneficios y el costo de la membresía.

* Propuesta de beneficios para los federados.

* Estrategias para atraer más deportistas al triatlón.

Propuestas de Sponsorío y Beneficios para Federados

Fco. Javier Parada C. y Gustavo Svane discutieron sobre la necesidad de comunicar adecuadamente los beneficios para los deportistas, enfatizando que la participación en la federación debe tener un retorno claro. Comunicaciones Fechitri mencionó que el equipo de marketing proporcionará materiales gráficos y enviará correos de cumpleaños a los federados.

Análisis de Agencias de Marketing para Triatlón Chile

Comunicaciones Fechitri expuso las características de cuatro agencias de marketing: Suma, ID, Miao y Nextbook, resaltando que Suma tiene un enfoque exclusivo en deportes y está interesada en establecerse en Chile. ID se destacó por su experiencia en rebranding, aunque no está tan vinculada a la federación. Miao es la

opción más económica, pero carece de oficina en Chile, mientras que Nextbook es la más costosa. Andrés Pau Rodríguez cuestionó la posibilidad de trabajar con agencias sin clientes en el país.

Presupuesto y Estrategia de Marketing para Eventos

Andrés Pau Rodríguez cuestionó el presupuesto para marketing, a lo que Gustavo Svane respondió que se deben generar fondos a partir de los eventos programados. Alfredo Jacome propuso que se analicen los fondos propios antes de decidir sobre la inversión en marketing. Francisco Javier Parada C. destacó la importancia de relanzar la marca *Triatlón Chile* para atraer nuevos patrocinadores.

* Evaluación de la agencia de marketing y sus costos.

Definición de Objetivos y Métricas para el Crecimiento de la Federación

Alfredo Jacome sugirió votar sobre una propuesta relacionada con las métricas de evaluación. Andrés Pau Rodríguez enfatizó que es crucial definir los indicadores de éxito antes de implementar cualquier estrategia. Miguel Piña Quinteros y Gustavo Svane apoyaron la idea de que el enfoque debe estar en aumentar el número de federados y recursos, no solo en las visualizaciones.

* Comunicación y marketing para mejorar la imagen de la federación.

Nómina de clubes federados y situación actual

Isaac Baeza expuso la situación de los clubes federados, señalando que los que deben tres cuotas están en riesgo de suspensión. Alfredo Jacome y Andrés Pau Rodríguez enfatizaron la importancia de seguir la política de afiliación y la necesidad de clarificar el estatus de los clubes en situación de Suspensión y Desafiliación. Se dispuso a comunicar a los clubes que se encuentran en incumplimiento de las cuotas federativas y cantidad de diez deportistas federados, que deberán regularizar la situación a fines de no ser suspendidos o desafiliados. Se mencionó la intención de buscar nuevos clubes dispuestos a federarse.

* Situación actual de los clubes federados y cumplimiento de cuotas.

Resolución clasificados Juegos Sudamericanos de la Juventud Panamá 2026.

El Directorio toma conocimiento del informe y antecedentes presentados respecto del proceso de clasificación para los Juegos Sudamericanos de la Juventud Panamá 2026. Luego del análisis correspondiente, se acuerda aprobar de manera unánime que, para el presente proceso, el universo de deportistas a considerar como selectivo corresponde al proceso competitivo de la categoría Junior B, criterio aplicado de forma general y no individualizada.

Se deja constancia que los criterios utilizados se encuentran debidamente contenidos en el Acta de la Comisión Técnica de fecha 30 de diciembre, y consideran los siguientes aspectos:

- Rango etario: deportistas nacidos entre los años 2009 y 2010.
- El proceso selectivo se encuentra concluido.
- Recomendación expresa de la Comisión Técnica de mantener el criterio de la categoría Junior B como referencia del proceso.

En este contexto, y en uso de sus atribuciones, el Directorio resuelve ratificar por mayoría la resolución adoptada por la Comisión Técnica, entendiendo que esta se enmarca en su competencia técnica y responde a una definición metodológica, orientada a resguardar un proceso formativo y progresivo en el desarrollo de los deportistas.

Puntos de Acción:

- * Comunicaciones Fechitri presentará la propuesta de beneficios para los federados en la próxima reunión.
- * Felipe Rojas revisará las propuestas de las agencias de marketing y tomará una decisión sobre cuál contratar.
- * Gustavo Svane enviará un correo con la planificación de ingresos estimados hasta fin de año a los participantes.

* Gustavo Svane coordinará la presentación de la nómina de clubes federados y su situación actual en la próxima reunión.