

CÓMO APROVECHAR  
**LOS  
EVENTOS  
LOCALES**  
PARA  
**EXPANDIR  
ROTARY**

GUÍA DE MEMBRESÍA Y  
MARKETING



# CÓMO APROVECHAR LOS EVENTOS LOCALES PARA EXPANDIR ROTARY

GUÍA DE MEMBRESÍA Y  
MARKETING

¿Va a celebrarse en tu ciudad la Convención de Rotary International u otro gran evento? Las convenciones y conferencias, estén o no asociadas con Rotary, pueden ser una gran oportunidad para crear conciencia sobre Rotary y atraer nuevos socios.

En los últimos años, las visitas a Rotary.org aumentaron en más de un 500 % en la semana previa a la Convención de Rotary. Esta guía ofrece estrategias de membresía y marketing que pueden ayudarte a aprovechar al máximo los grandes eventos públicos celebrados en tu comunidad y a preparar a los clubes a responder al interés que podría surgir cuando las personas aprenden más sobre Rotary.

Asegúrate de planificar con anticipación: Comenzar con meses o incluso años de anticipación puede ayudar a garantizar tu éxito a la hora de mejorar la imagen pública de Rotary y ampliar nuestro alcance.

**Para avanzar por el camino de la preparación de tus clubes, sigue los cuatro pasos que se describen a continuación. Encontrarás más información sobre cada paso más adelante en esta guía.**



## PLANIFICA

Determina cuánto tiempo necesitarás para desarrollar e implementar un plan basado en los consejos de esta guía. Ten en cuenta el tamaño del evento y la situación de la membresía en el distrito.

# 1

## **REÚNE UN SÓLIDO EQUIPO DE LIDERAZGO**

Tu distrito necesitará un equipo eficaz para manejar esta iniciativa. Entre los líderes clave se incluyen:

- El gobernador, el gobernador electo y el gobernador propuesto
- El presidente y los miembros del Comité Distrital de Membresía
- El presidente y los miembros del Comité Distrital de Imagen Pública

# 2

## **PREPARA LOS CLUBES**

Debido a que los grandes eventos pueden aumentar drásticamente la conciencia sobre tu club y Rotary, es importante que cuando los socios potenciales los visiten, los clubes de tu distrito estén listos para ellos. Los líderes de los clubes y el distrito participarán en esta labor.

Antes de comenzar este proceso, habla con los líderes de tu club y distrito y obtén su apoyo. Tu éxito depende de su disposición a participar.

# 3

## **PLANIFICA TU PROMOCIÓN**

Actúa estratégicamente para crear conciencia sobre Rotary en tu área. Desarrolla un plan para promover los beneficios de la membresía y las actividades en las que participan los clubes de tu área.

# 4

## **CONOCE A LOS SOCIOS POTENCIALES**

La promoción de Rotary en tu área despertará la curiosidad de la gente. Cuando expresen interés, ponte en contacto con ellos de inmediato y conócelos. Pregunta cuáles son sus principales intereses en el campo del servicio, como la promoción de la alfabetización, la protección del medioambiente o la construcción de la paz. Invítalos a obtener más información sobre el modo en que Rotary trabaja con las comunidades para abordar estos problemas.



# REÚNE UN SÓLIDO EQUIPO DE LIDERAZGO

1

Aprovechar un gran evento para hacer crecer a Rotary en tu área requerirá un firme liderazgo, planificación y mucho trabajo. Si el gobernador, el gobernador electo y el gobernador propuesto trabajan juntos para alcanzar un planteamiento común, tendrás más posibilidades de éxito. Asegúrate de que los comités distritales de Membresía e Imagen Pública cuenten con presidentes eficaces y equipos sólidos que les brinden apoyo. Es posible que incluso desees establecer un comité especial para implementar tu plan.

## Los presidentes de los comités distritales de Membresía e Imagen Pública, junto con sus comités, deberán:

- Comprender la oportunidad que presenta el evento y el papel que desempeñarán en el plan
- Comprometerse con el crecimiento de Rotary y la implementación del plan
- Contar con experiencia probada, como éxito en el aumento del número de socios o la promoción de Rotary
- Estar conectados con la comunidad y disfrutar de buenas relaciones con los clubes y sus socios
- Disponer de tiempo para hacer de esto una prioridad y responder a las comunicaciones
- Estar preparados y dispuestos a trabajar como parte de un equipo

## FAMILIARÍZATE CON TU PAPEL

### Estos recursos ayudarán a los líderes del distrito a prepararse:

- Los presidentes y miembros de los comités de Membresía pueden aprender sobre las responsabilidades del Comité Distrital de Membresía, completar el plan de aprendizaje intermedios para el Comité Distrital de Membresía y encontrar recursos de membresía.
- Los presidentes y miembros de los comités de Imagen Pública pueden completar el plan de aprendizaje intermedio para el Comité Distrital de Imagen Pública, visitar el Brand Center y encontrar recursos de relaciones públicas.



### INVOLUCRA A LAS PERSONAS

Asegurarte de que los comités distritales de Membresía e Imagen Pública estén de acuerdo en el enfoque y apoyen la iniciativa será fundamental para tu éxito.



### HAZLO OFICIAL

Asegúrate de agregar a los líderes del distrito en Mi Rotary para garantizar que reciban información importante sobre sus funciones.

# PREPARA LOS CLUBES

# 2

Habla con los clubes de tu distrito sobre cómo el próximo evento puede aumentar la conciencia sobre Rotary en tu comunidad y ayúdalos a prepararse para que los visitantes de sus clubes tengan una experiencia positiva.

Anima a los líderes de los clubes a que sus reuniones sean divertidas, inclusivas y atractivas para los invitados. Es posible que algunos clubes ya tengan prácticas establecidas para garantizar que los visitantes se sientan bienvenidos, como presentarlos o asignar a alguien para que responda a sus preguntas y hable con ellos después de la reunión.

En el siguiente gráfico, encontrarás más formas de ayudar a los clubes a atraer a socios e invitados.

## A NIVEL DE DISTRITO

PRESIDENTE DEL COMITÉ DE MEMBRESÍA	PRESIDENTE DEL COMITÉ DE IMAGEN PÚBLICA
<p>Estudia las tendencias de membresía utilizando los informes disponibles en Mi Rotary, como el Perfil de la membresía del club, la Viabilidad y crecimiento de la membresía y el Historial de cinco años: cifra inicial de membresía. Utilízalos para identificar qué clubes necesitan apoyo, cuáles están prosperando y cuáles son representativos de su comunidad. Decide qué clubes pueden necesitar apoyo adicional.</p>	<p>Visita el sitio web y las páginas en las redes sociales de todos los clubes. Utiliza la <a href="#">evaluación de la presencia en línea del club</a> para asegurarte de que empleen mensajes coherentes, proporcionen contenido interesante para el público externo a Rotary y cumplen con nuestras pautas para el uso de la marca. Identifica qué clubes necesitan ayuda para actualizar su presencia digital.</p>
<p>Aprovecha al máximo las consultas y recomendaciones sobre membresía. Toma el curso sobre las <a href="#">Desmitificación de las consultas y recomendaciones sobre membresía</a> y consulta la <a href="#">Guía haz crecer tu distrito utilizando las consultas y recomendaciones sobre membresía</a> para desarrollar un proceso para administrarlas. Cuando te pongas en contacto con los interesados, utiliza los guiones sugeridos en la <a href="#">Plantilla para las comunicaciones con los socios potenciales (para distritos)</a>. Asegúrate de que los presidentes de los comités de Membresía de los clubes administren debidamente sus consultas y recomendaciones, y ayúdalos cuando sea necesario.</p>	<p>Infórmate sobre los recursos disponibles en el <a href="#">Brand Center</a> y recomiéndaselos a los clubes. Tu distrito podría contar con una página web dedicada a los recursos para la imagen pública, la cual también podrías compartir con los clubes.</p>



Reúnete con los líderes de los clubes para analizar sus desafíos, éxitos y oportunidades. Rinde reconocimiento a los clubes que superen sus expectativas.

# PREPARA LOS CLUBES

2

## A NIVEL DE CLUB

PRESIDENTE	PRESIDENTE DEL COMITÉ DE MEMBRESÍA	PRESIDENTE DEL COMITÉ DE IMAGEN PÚBLICA
<p>Nombra presidentes de los comités de Membresía e Imagen Pública del club e <a href="#">informa a Rotary sobre los presidentes de los comités del club</a>.</p>	<p>Utiliza el <a href="#">Asistente para la planificación del club</a> para ayudar a abordar los mayores desafíos del club y la <a href="#">Lista de verificación del Comité de Membresía del club</a> para crear un comité fuerte. Encuentra más información en el plan de aprendizaje <a href="#">Información básica sobre el Comité de Membresía del Club</a>.</p>	<p>Toma los cursos del plan de aprendizaje <a href="#">Información básica: Comité de Imagen Pública del club</a> para aprender a contar la historia de Rotary y promocionar los proyectos y actividades de tu club.</p> <p>Encuentra más recursos en el <a href="#">Brand Center</a>.</p>
<p>Toma el curso <a href="#">¿Goza el club de buena salud?</a> para aprender a mejorar las actividades sociales y de servicio del club, así como su imagen pública y operaciones, y la experiencia general de los socios.</p>	<p>Utiliza la <a href="#">Encuesta sobre la satisfacción de los socios</a> para conocer lo que piensan sobre el club. Actúa conforme a los resultados y considera implementar las ideas de los socios. Puedes usar la <a href="#">plantilla del Plan de Acción</a> de esta guía para documentar tu estrategia.</p> <p>Utilizando la hoja de trabajo de la guía <a href="#">Captación de nuevos socios</a>, estudia las tendencias de membresía y la composición demográfica local para identificar qué tipos de socios faltan en tu club. Luego, en función de las estrategias del curso <a href="#">Diversificación del Club</a>, decide cómo establecerás relaciones con los socios potenciales.</p>	<p>Utiliza la <a href="#">Lista de verificación para presidentes de comités de Imagen Pública de los clubes</a>, la guía <a href="#">Tus logotipos de un vistazo</a> y el <a href="#">plan de aprendizaje de Imagen Pública</a> para evaluar tu presencia en línea. De ser necesario, realiza cambios para presentar contenidos dinámicos y convincentes que reflejen debidamente a tu club. Garantizar que tu club utilice de forma correcta y coherente los logotipos de Rotary también contribuye a reforzar el reconocimiento de nuestra marca.</p>
<p>Toma el curso <a href="#">Cómo crear una cultura de inclusión en el club</a> para ver qué cambios podrían ser necesarios en el club.</p>	<p>Da seguimiento a las consultas y recomendaciones sobre membresía asignadas al club. La guía <a href="#">Haz crecer tu club utilizando las consultas y recomendaciones sobre membresía</a>, junto con un proceso documentado y acordado para gestionar y comunicarse con los candidatos, podrían ser útiles. Cuando te pongas en contacto con los candidatos, usa las pautas sugeridas en la <a href="#">Plantilla para las comunicaciones con los socios potenciales (para clubes)</a>.</p>	<p>Crea un folleto del club utilizando la <a href="#">plantilla personalizable</a> disponible en el Brand Center.</p> <p>Para obtener más información, consulta el video <a href="#">Cómo crear el logotipo de un club rotario</a>.</p>



Toma el curso [Cómo liderar procesos de cambio](#) para aprender cómo evaluar la disposición de las personas para el cambio, cómo planificar para el cambio y cómo responder a la resistencia a este.

Utiliza la [Guía para la planificación estratégica](#) a fin de documentar tus planes y hacer que el club rinda cuentas.



# 3

# PLANIFICA LA PROMOCIÓN

Una sólida campaña de imagen pública refuerza la noción de que Rotary es una organización respetada que reúne a las personas para abordar los problemas más persistentes en nuestras comunidades, a la vez que desarrollan habilidades profesionales y de liderazgo mediante el establecimiento de conexiones significativas. Una Convención de Rotary u otro gran evento puede llamar la atención sobre Rotary y la labor que llevas a cabo en tu área. Con un plan de promoción coordinado, puedes elegir los mensajes que deseas destacar sobre el impacto de los clubes locales, los beneficios de la membresía y las oportunidades que Rotary puede brindar. El Comité Distrital de Imagen Pública debe liderar este esfuerzo. Utiliza los consejos e ideas que se ofrecen a continuación para llegar a tu público objetivo.

## A NIVEL DE DISTRITO: DESARROLLA UNA CAMPAÑA DE IMAGEN PÚBLICA

Una campaña de imagen pública es un plan de promoción diseñado para transmitir un mensaje concreto a un público específico. Una vez que se desarrolle la campaña, tendrás que involucrar a los comités de Imagen Pública de los clubes para ayudar a implementarla. Cuando desarrolles la campaña, considera las siguientes preguntas:

### 1. ¿Qué es lo queremos conseguir y cómo podemos lograrlo?

Ya sea que desees aumentar el conocimiento sobre Rotary y tus clubes o atraer a socios potenciales a Rotary, es importante identificar una meta general con objetivos específicos y mensurables. Documenta esa meta y revisala periódicamente para medir el progreso alcanzado hacia su consecución. Utiliza datos para perfeccionar o reorientar tu estrategia. Usa el [Plan de Acción](#) de esta guía para documentar tus ideas.

### 2. ¿Quién es nuestro público objetivo?

Piensa en quién es más probable que esté interesado en los clubes rotarios o Rotaract y por qué. ¿De qué grupos de socios carecen los clubes de tu área? Considera factores como la edad, el género, los intereses, la ubicación y la profesión de las personas. Piensa en cómo la experiencia en el club atraería al público objetivo.

### 3. ¿Dónde obtienen información las personas de estos grupos?

Piensa en cómo llegarás a tu público objetivo. ¿Es más probable que lean ciertas publicaciones? ¿Son activos en las redes sociales? Con base en las respuestas a preguntas como estas, podrás planificar si enfocarás tus esfuerzos en las redes sociales, sitios web, publicaciones en blogs, comunicaciones impresas o radio y televisión.



#### PLANIFICA

Trabajen juntos para asegurarse de que los clubes estén listos para recibir visitantes antes de comenzar las labores de promoción. Esto garantizará que las personas tengan la mejor experiencia posible.



#### HAZLO OFICIAL

Existen muchas formas gratuitas y de bajo costo para promocionar tu club, pero asignar algunos fondos a la campaña ayudará a ampliar tu alcance y hacer que la promoción sea más eficaz.

# PLANIFICA LA PROMOCIÓN



## 4. ¿Con qué recursos contamos y qué necesitamos?

Evalúa tus recursos, conexiones y conocimientos existentes para determinar qué puedes usar y con qué puedes necesitar ayuda. Por ejemplo, el equipo de liderazgo de tu distrito podría incluir a alguien con gran experiencia promoviendo eventos en las redes sociales, pero podría necesitar a alguien que sea experto en crear contenidos.

## 5. ¿Qué es lo que queremos que nuestro público sepa, piense, sienta y haga?

### Queremos que nuestro público sepa que:

- Rotary es una red mundial de 1,4 millones de personas en más de 46 000 clubes que utilizan sus diversas perspectivas, liderazgo colectivo y experiencia para abordar problemas difíciles.
- Los socios de Rotary promueven la paz, combaten enfermedades, proporcionan agua potable y saneamiento, protegen a madres e hijos, apoyan la educación, hacen crecer las economías locales y protegen el medioambiente.
- Al hacerlo, desarrollan habilidades valiosas y establecen amistades duraderas.

**Queremos que nuestro público piense:** «Vaya, no sabía que Rotary es una organización global con una extensa red y un gran impacto en mi comunidad y en todo el mundo».

**Queremos que nuestro público se sienta inspirado, deseoso de aprender más y motivado a comunicarse con nosotros.** Es posible que alguien que quiera marcar la diferencia en su comunidad pero no sepa por dónde empezar desee obtener más información sobre lo que Rotary ofrece. Tal vez esperen que, a través de Rotary, puedan conectarse con una gran red de personas de una manera que los beneficie personal y profesionalmente y también beneficie a su comunidad.

**Queremos que nuestro público actúe sobre la base de sus intereses e inspiración.** Por ejemplo, queremos que visiten nuestros sitios web y páginas en las redes sociales para obtener más información sobre Rotary y que luego den el siguiente paso utilizando la página [Afíliate](#) o poniéndose en contacto con un club local.

## 6. ¿Cómo sabrás si estás progresando?

A medida que desarrollas tu plan de promoción, piensa en cómo te ayudará a lograr tu meta general, así como los objetivos individuales que estableciste para esta iniciativa. Determina cómo puedes medir tu progreso y en qué momentos lo harás. Luego, puedes confirmar si vas por buen camino o si necesitas hacer cambios. Por ejemplo, puedes medir el tráfico web con Google Analytics y comparar los resultados con el tráfico del año anterior. También puedes medir el número de consultas y recomendaciones sobre membresía que recibiste en comparación con el año anterior.

Una parte importante de tu plan será trabajar con los clubes para actualizar sus páginas web y redes sociales orientadas al público. Recuerda que la coherencia en nuestros mensajes e imágenes —a través de las relaciones públicas, los eventos, la publicidad y las comunicaciones en línea— fomentan la concientización y la comprensión de cómo nuestros socios toman medidas para generar un cambio positivo en sí mismos y en las comunidades de todo el mundo. Esto fortalece la marca Rotary.

# PLANIFICA LA PROMOCIÓN



## A NIVEL DE CLUB Y DE DISTRITO: LANZAMIENTO DE TU CAMPAÑA

MÉTODO DE PROMOCIÓN	RECURSOS	EJEMPLO
<p><b>SITIOS WEB</b></p> <p>Tu sitio web podría ser el primer lugar donde las personas interesadas en Rotary se enteren de la existencia de tu club.</p>	<p>Aprende a maximizar los sitios web del club y el distrito empleando estas <a href="#">pautas</a>. Compártelas con los clubes y anímalos a implementarlas.</p>	<p>Los clubes y distritos deben actualizar sus sitios web antes del lanzamiento de su campaña para que las personas encuentren sitios con la marca Rotary que incluyan la información que buscan.</p>
<p><b>REDES SOCIALES</b></p> <p>Las redes sociales son uno de los medios más eficaces para conectar con el gran público. Aprende a utilizar las redes sociales para alcanzar tus objetivos y descubre qué plataformas son las mejores para tu club.</p>	<p>Comparte las <a href="#">publicaciones de Rotary International en las redes sociales</a> o úsalas como modelo para tus propias publicaciones. Anima a los presidentes de los comités de Imagen Pública de los clubes a hacer lo mismo.</p>	<p>Puedes planificar publicaciones en las redes sociales para promocionar eventos, proyectos o una iniciativa de Rotary más grande que utilice una etiqueta compartida y relevante.</p>
<p><b>EVENTOS</b></p> <p>La celebración de eventos locales más pequeños mucho antes de una gran conferencia o la Convención de Rotary es una forma ideal de promover tu club en la comunidad. Según el tipo de evento, decide en qué grupos de socios potenciales planeas enfocarte.</p>	<p>Utiliza <a href="#">estos consejos</a> para organizar eventos que inspiren a la gente a involucrarse con Rotary.</p>	<p>Por ejemplo, si el evento más grande al que está vinculada tu campaña se centra en la salud de las mujeres, puedes promover un evento patrocinado por un club o el distrito que cuente con un orador familiarizado con ese tema. Luego, puedes comunicarte e invitar a los miembros de las organizaciones de mujeres a la hora de promover el evento.</p>
<p><b>EVENTO PARA SOCIOS POTENCIALES</b></p> <p>Dependiendo del tamaño de tu distrito, organiza uno o más eventos distritales para que los socios potenciales comprueben el impacto de Rotary en tu área.</p>	<p>Diseña folletos del club y distribúyelos entre los visitantes y participantes en eventos. Usa la <a href="#">plantilla personalizable</a> disponible en el Brand Center. Consulta estas <a href="#">mejores prácticas</a> a fin de organizar un evento para socios potenciales.</p>	<p>Podrías centrar un evento para socios potenciales en responder a las preguntas sobre Rotary que plantearon los miembros de la comunidad.</p>

# PLANIFICA LA PROMOCIÓN



## A NIVEL DE CLUB Y DE DISTRITO: LANZAMIENTO DE TU CAMPAÑA

MÉTODO DE PROMOCIÓN	RECURSOS	EJEMPLO
<p><b>DISCURSOS</b></p> <p>Puedes utilizar los discursos para ayudar a las personas a comprender mejor a Rotary y la forma en que trabajamos con las comunidades. Desarrolla y practica tu presentación para que puedas comunicar eficazmente tu mensaje.</p>	<p>Toma estos cursos creados para Rotary por Toastmasters International a fin de desarrollar tus habilidades para hablar en público:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Desarrollo de un discurso</a></li> <li>• <a href="#">Presentación de un discurso</a></li> <li>• <a href="#">Discurso inspirador</a></li> </ul>	<p>Si hay socios con dotes excepcionales para realizar presentaciones, busca oportunidades para que hablen en eventos donde puedan dar un discurso inspirador sobre Rotary a personas que no son socias. Si hay una oficina de oradores en tu distrito, comienza allí.</p>
<p><b>ALIANZAS</b></p> <p>Los clubes pueden ampliar su impacto trabajando con otras organizaciones locales. Muestra la relación de tu club con una organización colaboradora utilizando las plantillas de logotipos personalizables de Rotary.</p>	<p>Obtén información sobre <a href="#">la alianza de Rotary con Toastmasters</a>. <a href="#">Busca logotipos en el Brand Center</a>.</p>	<p>Si tu zona cuenta con un club Toastmasters u otra organización cuyos valores se alinean con los de Rotary, puedes ampliar tu alcance invitando a sus socios a participar en una actividad de servicio o evento social.</p>
<p><b>PUBLICIDAD</b></p> <p>La publicidad llega a personas que quizá no sepan quiénes somos o qué hacemos. Usa anuncios impresos y digitales, así como de audio y videos, para promocionar a los socios del club como Gente de Acción.</p>	<p><a href="#">Busca recursos publicitarios</a> en el Brand Center que puedas utilizar en tus anuncios.</p> <p>Distribuye el <a href="#">folleto para socios potenciales</a> en los eventos en que participe tu club.</p>	<p>Tu plan podría incluir publicidad dirigida, como vallas publicitarias, anuncios de radio o publicaciones de pago en las redes sociales.</p>
<p><b>ARTÍCULOS</b></p> <p>Vestir y utilizar los artículos adquiridos a los concesionarios autorizados de Rotary refuerza nuestra marca. Trabaja con nuestros proveedores para personalizar la mercancía con la marca Rotary.</p>	<p>Compra ropa y materiales con la marca Rotary a un <a href="#">concesionario autorizado de tu área</a>.</p> <p>Descarga, imprime y distribuye la <a href="#">tarjeta tamaño cartera ¿Qué es Rotary?</a> entre las personas que pudieran estar interesadas en afiliarse.</p>	<p>Tu campaña podría incluir entregar tarjetas tamaño cartera a los socios para que se las den a las personas que preguntan sobre Rotary.</p>

Independientemente de si alguien se une a Rotary, es importante [ofrecerles una experiencia positiva](#). Incluso si una persona decide no afiliarse a un club, todavía podría participar en sus actividades de servicio o recomendar Rotary a otras personas.



# CONOCE A LOS SOCIOS POTENCIALES



Cuando tus actividades promocionales aumentan el interés por Rotary, los clubes podrían recibir más consultas, tener más visitantes en sus reuniones o recibir más preguntas de conocidos sobre Rotary. El presidente del Comité Distrital de Membresía podría observar un aumento en el número de consultas y recomendaciones sobre membresía. Cuando te pongas en contacto con los socios potenciales para conocerlos mejor, busca ofrecerles una experiencia positiva para así aumentar las posibilidades de que encuentren lo que buscan en Rotary.

Cultivar conexiones genuinas con los socios potenciales requiere tiempo, buena comunicación y planificación.

## LOS PRESIDENTES DE LOS COMITÉS DE MEMBRESÍA DEL DISTRITO Y DE LOS CLUBES DEBEN:

### 1. Establecer procedimientos

Establece un proceso claro para determinar quién contactará y verificará las consultas y recomendaciones sobre membresía con el fin de evitar la duplicación de esfuerzos o pasar por alto a alguien.

### 2. Dar seguimiento a las consultas y recomendaciones sobre membresía

Utiliza la [Guía cómo administrar las consultas y recomendaciones sobre membresía para distritos](#) y la [Guía cómo administrar las consultas y recomendaciones sobre membresía para clubes](#).

### 3. Comunicarse con prontitud

Da seguimiento a todas las personas que hayan expresado interés. Pregúntales sobre sí mismas para entender cuál es la mejor manera de conectarlas con Rotary. Consulta los guiones sugeridos en las plantillas para las comunicaciones con los socios potenciales para [clubes](#) y [distritos](#).



### MÁS RECURSOS

Para obtener más recursos sobre estrategias de membresía y marketing, visita [rotary.org/membership](http://rotary.org/membership) y [brandcenter.rotary.org](http://brandcenter.rotary.org).

## PLAN DE ACCIÓN

Utiliza esta plantilla para crear un plan que te permita implementar los pasos de esta guía. Asegúrate de que tu objetivo sea específico, medible, alcanzable, realista y con plazos definidos. Luego, identifica los objetivos individuales que te permitirán lograr la meta más grande. Por último, divide tus objetivos en acciones específicas. Revisa el plan periódicamente para monitorear tu progreso y hacer los ajustes necesarios.

<b>META:</b>			
<b>OBJETIVOS:</b>			
<b>ACCIÓN NECESARIA</b>	<b>QUIÉN ES RESPONSABLE</b>	<b>PLAZO</b>	<b>RECURSOS</b>