

**ROTARY INTERNATIONAL  
RESULTADOS DE LOS GRUPOS DE EVALUACIÓN – 2008  
RESUMEN**

**Propósito y objetivos de la investigación**

A fin de apoyar la prioridad y las metas de desarrollo del cuadro social en el marco del Plan Estratégico de RI, se organizaron dos grupos de evaluación integrados por personas ajenas a Rotary pertenecientes a dos grupos demográficos específicos:

- Mujeres profesionales de 30 años de edad o más, y
- Hombres profesionales de entre 30 y 45 años de edad.

Debido a que Rotary International tiene dificultades para captar socios dentro de dichos grupos demográficos, la investigación se centró en compilar información que pudiera ser utilizada para facilitar nuestra labor de captación.

Las reuniones de los grupos de evaluación se realizaron en varias de las ciudades sede de las Conferencias Presidenciales para el Desarrollo del Cuadro Social de 2008-2009: Sydney, Australia; Johannesburgo, Sudáfrica; y Buenos Aires, Argentina. Las etapas de selección/captación y de organización de las reuniones de los grupos de evaluación estuvieron a cargo de entidades independientes ajenas a Rotary. En cada una de las ciudades mencionadas se realizaron seis reuniones de grupos de evaluación.

---

Los objetivos específicos de este proyecto de investigación fueron los siguientes:

- Interés en prestar servicio voluntario.
- Definición del servicio voluntario (lo que el grupo considera que es el servicio voluntario).
- Actividades en las cuales les gustaría participar como voluntarios.
- Razones por las cuales desean participar.
- ¿Qué organizaciones específicas de servicio voluntario conocen?
- ¿A qué organizaciones preferirían afiliarse?
- ¿Qué esperan obtener del servicio voluntario?
- ¿Qué beneficios personales esperan obtener de las actividades de servicio voluntario?
- Cantidad de tiempo que podrían invertir en actividades de servicio voluntario.
- Conocimiento del grupo sobre Rotary International o club rotario local.
- Percepción del grupo sobre Rotary International o del club rotario local.
- ¿Les interesaría afiliarse a un club rotario local?
- ¿Por qué les interesaría (o no) afiliarse a un club rotario?
- ¿Cuánto tiempo estarían dispuestos a invertir en las actividades de un club rotario local?

---

A pesar de algunas discrepancias interregionales, los resultados de la investigación fueron similares.

**Resultados generales**

El propósito de esta investigación fue determinar los desafíos y obstáculos que enfrenta RI al tratar de captar socios nuevos de entre los dos grupos demográficos indicados arriba. A medida que continúa aumentando la competencia entre las diferentes organizaciones de servicio para sumar más voluntarios a sus filas, siempre resulta beneficioso y eficaz averiguar de qué manera el público en general percibe a cierta organización. Es posible que algunos comentarios y observaciones sean

considerados un poco drásticos y se reflejen de modo negativo sobre Rotary, aunque deberán aceptarse como una oportunidad para realizar cambios y mostrar que es posible mejorar.

### Grado de compromiso y tiempo que se desea invertir en el servicio voluntario

La mayoría respondió que ya están demasiado ocupados con sus obligaciones personales y profesionales y no disponen de mucho tiempo para participar en actividades de servicio. Se da por supuesto que, según la etapa de la vida en que se encuentre cada persona (soltero, en pareja con hijos pequeños, en pareja sin hijos o con hijos adultos), variará su capacidad e interés en unirse a un grupo de servicio voluntario. A pesar de que el ambiente de trabajo es en la actualidad más flexible, las horas que se dedican al trabajo aún ocupan gran parte del día de una persona.

En la mayoría de los casos las personas se mostraron dispuestas a prestar servicio voluntario; sin embargo, dejaron claramente establecido que deseaban disponer de suficiente tiempo para asuntos personales y no sacrificarían dicho tiempo en aras del servicio humanitario o voluntario. Los resultados de la investigación indican que los problemas de la comunidad local tienden a captar mayor interés hacia las iniciativas de servicio voluntario, entre ellas, cuidado y bienestar de los animales, ayuda a las personas mayores (ya sea a través de una organización o a nivel personal), ayuda a los amigos, iniciativas de la comunidad local, asociaciones religiosas, actividades deportivas para los jóvenes, programas en las escuelas, proyectos para mitigar el hambre, servicios médicos, etc.

En Australia, los entrevistados manifestaron un fuerte deseo de lograr un equilibrio entre las responsabilidades profesionales, familiares, personales y de voluntariado. También se mencionó que algunas organizaciones de servicio voluntario dan por sentado que el tiempo del voluntario les pertenece, o exigen demasiada dedicación, o no utilizan con eficacia el tiempo del voluntario.

El espíritu del voluntariado pareciera estar más afianzado en aquellas regiones donde las carencias son más apremiantes, los problemas más significativos o la gama de necesidades más amplia, como en el caso de Argentina y Sudáfrica.

### Respuestas individuales: “¿Qué es lo primero que se le ocurre cuando piensa en el servicio voluntario?”

- ‘Trabajo sin paga’
- ‘Sentido de afianzamiento personal’
- ‘Pasión’
- ‘Trabajo de equipo’
- ‘Contribución de mi tiempo’
- ‘Ayuda a la comunidad’
- ‘Una experiencia compartida’
- ‘Satisfacción por el deber cumplido’
- ‘Diversión’
- ‘Se adquieren habilidades especiales’
- ‘El servicio voluntario es para personas mayores que disponen de tiempo libre’
- ‘Deberá ser interesante y conveniente’

*“Todos deberíamos prestar servicio voluntario, porque pienso que debemos retribuir de algún modo las bendiciones que recibimos”.*

### Estructuras organizativas demasiado complejas

Un tema común a las tres regiones donde se reunieron los grupos de evaluación fue la desconfianza o escepticismo con respecto a las estructuras organizativas demasiado complejas. Los encuestados indicaron que, en los últimos años, las grandes organizaciones de servicio voluntario han recibido publicidad negativa debido al mal uso de los fondos o la ineficacia de los proyectos. También

comentaron que la percepción general es que las organizaciones más pequeñas resultan más eficaces cuando se trata de implementar proyectos en la comunidad local. Se mencionó además que la misión de la declaración y las transacciones financieras de las organizaciones de servicio deberían estar constantemente a disposición del público y tener absoluta transparencia.

### Establecimiento de contactos

Hubo algunas discrepancias, según la región, respecto a la opinión que se tiene de las redes de contactos. En Argentina, las redes de contacto se perciben principalmente como actividades que se realizan en el marco de determinadas disciplinas o profesiones (médicos, arquitectos, notarios públicos, etc.), y se utilizan para compartir información o divulgar investigaciones. No se mencionó que se mantengan redes de contactos entre distintas profesiones. En Australia, las redes de contacto se perciben generalmente como una función dentro del campo empresarial o profesional, que incluye realización de conferencias, ferias comerciales o profesionales, seminarios, etc. Los australianos no consideran la interacción entre contactos como un pasatiempo o actividad social. Es más, algunos encuestados señalaron que las actividades de las redes de contactos no les entusiasmaban porque les parecían de carácter “excluyente”. En Sudáfrica, dichas interacciones se aceptan como algo normal dentro las actividades diarias y la mayoría de los encuestados indicó que mantienen contacto con sus pares a nivel profesional. Se consideró el mantenimiento de contactos dentro de las siguientes categorías: escuelas, iglesias, conferencias, actividades deportivas, relaciones interpersonales, etc. En Sudáfrica, se mencionó a Rotary International dentro del contexto de las redes de contacto.

En términos generales, la noción de que una organización brinde la oportunidad de forjar amistades resultó mucho más interesante y aceptable.

### Concienciación respecto a las organizaciones de servicio voluntario

A través de los años, ha surgido un número significativo de competidores y organizaciones de servicio voluntario, tanto en el ámbito local como internacional. Al preguntárseles a los participantes respecto a los grupos que ofrecen oportunidades de servicio voluntario o humanitario, se mencionaron las siguientes organizaciones:

- Médicos sin Fronteras
- Ejército de Salvación
- Cruz Roja
- Amnistía Internacional
- UNICEF
- Habitat for Humanity
- Oxfam
- GreenPeace
- World Vision
- Make A Wish (Pide un Deseo)
- St. Vincent's De Paul (Australia)

También se mencionaron numerosos asuntos de orden local: albergues para animales, estrategias para proporcionar almuerzos escolares, comedores populares, construcción de albergues/viviendas, educación y alfabetización, salud pública y VIH/SIDA, y los niños de la calle.

En ninguna de las tres regiones sede de los grupos de evaluación se mencionó a Rotary International o a los clubes rotarios locales.

## Cómo se percibe a Rotary

La mayoría de los encuestados admitió haber escuchado sobre Rotary International, eventos de recaudación de fondos de Rotary o clubes rotarios locales. La opinión general fue que Rotary realiza buenas obras. Al preguntárseles sobre los clubes rotarios, se mencionó lo siguiente:

- Actividad de recaudación de fondos para comprar equipo hospitalario.
- Proyectos para la juventud en la comunidad.
- Shelterboxes para Burma (donación de cajas con tienda de campaña, purificador de agua, frazadas y suministros de primeros auxilios)
- Otorgamiento de becas.
- Programas de intercambio.
- Bien establecidos
- Compiten con los Clubes de Leones.

Algunos dijeron: “tienen una especie de rueda”.

*“Rotary hace un poquito de esto, un poquito de aquello... no se sabe a ciencia cierta qué los impulsa”.*

*“Es una asociación de hombres que tratan de impulsar sus empresas... a nivel personal, no entro en contacto con ellos”.*

Al preguntárseles sobre su percepción de Rotary, los entrevistados mencionaron las siguientes palabras para referirse a Rotary y los rotarios:

- Hombres de negocios
- Grupo elitista
- Arcanoss
- Personas mayores
- Personas acaudaladas
- Se basan en normas obsoletas
- No son “sexy”
- No son “modernos”
- Inflexibles
- Dudas sobre la posible afiliación de mujeres
- Se los relaciona con los masones.

En términos generales, existe una sorprendente falta de conocimiento sobre las obras de Rotary, los logros de Rotary en la comunidad y en la esfera internacional, o de qué manera las personas pueden afiliarse o participar en las actividades de Rotary. Al igual que con grupos de evaluación anteriores, continúa relacionándose a Rotary con la francmasonería. A menudo, los medios de comunicación publican fotografías de rotarios entregando cheques en lugar de imágenes de rotarios participando activamente en proyectos de servicio. En la sociedad actual, las personas dispuestas a prestar servicio voluntario están interesadas en proyectos donde puedan participar activamente y alcanzar logros tangibles.

Según los encuestados, es difícil obtener información relacionada con Rotary. En varias ocasiones indicaron que estaban interesados en Rotary y habían tratado de contactar con un club rotario local, pero que no habían recibido respuesta, se les había informado que el club ya contaba con suficientes socios de una profesión o clasificación determinada, o que no habían podido ubicar el sitio web de Rotary.

*“Como deseaba participar en actividades de servicio, me puse en contacto con Rotary aquí, en Johannesburgo, pero me respondieron que no necesitaban más voluntarios porque tenían*

*suficientes abogados, contadores, etc., etc... Pensé: 'es obvio que no necesitan mi ayuda'. Me mudé a otra localidad y ahora presto servicio voluntario en una organización religiosa".*

Rotary debe tomar conciencia que la percepción entre el público en general es que no se permite la afiliación de mujeres, o que dicho sector poblacional no es bien acogido en las filas de Rotary.

En el caso específico de Sudáfrica, se relacionó a Rotary International con los juegos de azar, debido a un reciente ardid de juegos de azar descubierto en dicho país.

La percepción de que Rotary es una organización elitista integrada por personas acaudaladas varía según la región, teniendo implicaciones positivas en algunas partes del mundo y connotaciones negativas en otras regiones. Este asunto específico deberá considerarse detenidamente a nivel regional.

Se debe remarcar que, aunque la mayoría de los participantes en los grupos de evaluación no sabían a ciencia cierta en qué tipo de proyectos participa Rotary ni cuáles son los objetivos concretos de dicha organización, hubo varias personas en cada región bastante informadas sobre los logros de Rotary respecto a programas específicos; programas de intercambio de jóvenes y becas, etc. También se hizo referencia a que "Rotary posee una extraordinaria red de voluntarios con capacidad para llevar a buen término los proyectos que emprenden".

Los resultados obtenidos de las reuniones con los grupos de evaluación coinciden con la información compilada a través de una reciente iniciativa del presidente de RI, mediante la cual se entrevistó a los principales ejecutivos de las 200 compañías más importantes de Norteamérica. Aunque históricamente hubo períodos en los que los ejecutivos de grandes corporaciones eran socios de los clubes rotarios locales, en numerosas regiones del mundo rotario eso ha dejado de ocurrir. La vida laboral de dichos ejecutivos ha cambiado drásticamente en los últimos 20 años. Las corporaciones se han internacionalizado y los principales dirigentes, así como el personal ejecutivo y gerencial, deben viajar continuamente. Además, una práctica empresarial muy común es transferir al personal ejecutivo de un país a otro. También se debe subrayar que la mayoría de las megaempresas apoyan varias causas humanitarias y algunas de ellas cuentan con sus propias fundaciones.

#### Declaración de Rotary

También se evaluaron las presentaciones de Rotary sobre la Declaración de la Misión de RI, descripción de los requisitos de afiliación, y de los beneficios que conlleva la afiliación. Se recibieron las siguientes opiniones y comentarios:

#### La Misión de Rotary International

*La misión de Rotary International, asociación mundial de clubes rotarios, es brindar servicio a los demás, promover elevados estándares de conducta ética y fomentar la comprensión, la buena voluntad y la paz entre las naciones a través de las actividades de compañerismo de líderes empresariales, profesionales y cívicos, conocidos como "rotarios".*

A pesar de que la Misión de RI se definió como noble y honorable, los encuestados puntualizaron que el contenido era demasiado general y ambicioso, y carecía de objetivos concretos. También se cuestionaron las palabras "líderes cívicos", "conducta ética" y "servicio a los demás". La declaración "líderes empresariales, profesionales y cívicos" se interpretó como excluyente, añadiéndose que, además, implicaba una jerarquía más elevada que la posición promedio que ocupa en la sociedad un profesional o gerente de empresa, y en consecuencia, se la definió como una posición elitista. En la Argentina, especialmente las mujeres, estuvieron de acuerdo en que profesionales son quienes tienen la capacidad de establecer sus objetivos y obtener los resultados que buscan". El uso de las palabras "conducta ética" suscitó posturas divergentes.

A continuación, se incluyen algunos comentarios generales:

- Parece la declaración de una entidad cristiana.
- Necesitan redactar una nueva declaración de su misión.
- Parece elitista.
- No parece una entidad con fines caritativos.

Varios encuestados manifestaron dudas en torno al significado del servicio a los demás, elevados estándares de conducta ética, e interrogantes como la 'comprensión de qué', 'buena voluntad hacia quién' y 'paz para quién'.

A pesar de la buena intención de fomentar elevados estándares de conducta ética, se cuestionó de quién son las éticas que se promueven.

*“Que una persona cuente con medios, no significa que sea ética”.*

*“Me molesta que se toque el tema de la ética, ya que es algo personal”.*

*“¿Cuáles son esos estándares éticos?”*

*“No existe un conjunto de estándares éticos, si fuera así, sería una imposición”.*

El objetivo propiamente dicho es comprendido. No obstante, pareciera que las propuestas son vagas, demasiado generales y poco pertinentes.

Aunque se expresaron inquietudes sobre la declaración '*líderes empresariales, profesionales y cívicos*', se advirtió nuevamente que el concepto de profesionales es bien aceptado y se entiende como personas que cuentan con la capacidad, los conocimientos y las facultades para organizar y llevar a buen término los proyectos que emprenden.

Vale destacar que la mayoría de los mensajes de Rotary están dirigidos a los rotarios; sin embargo, tales mensajes deben ser pertinentes y orientarse también al sector compuesto por personas ajenas a Rotary y a los socios en perspectiva. Este es el principal vehículo de comunicación para difundir 'lo que persigue' Rotary International y la obra que espera llevar a cabo a través de los clubes rotarios locales. Como se pudo advertir entre los grupos de evaluación, la declaración de misión de una organización es un factor que a menudo se toma en cuenta cuando una persona desea afiliarse a una organización u obtener información al respecto.

Consecuentemente, tales declaraciones deben ser pertinentes, precisas y tener un objetivo claro para el lector.

#### Beneficios que reporta la afiliación

*Entre los beneficios de pertenecer a un club rotario, vale mencionar el servicio a la comunidad, el establecimiento de una red de contactos y amistades, y el fomento de estándares éticos y habilidades de liderazgo.*

La declaración sobre los beneficios de afiliación fue también interpretada como algo genérica, manifestándose las siguientes interrogantes e inquietudes:

¿De qué manera sirven los rotarios a la comunidad?

Una red de contactos y conocidos se puede establecer fácilmente sin la necesidad de un club rotario, por lo tanto, no está muy claro porque esto constituye un beneficio que aporta la afiliación.

¿Cómo se fomentan los elevados estándares de ética y las destrezas de liderazgo, y qué éticas y destrezas de liderazgo son las que fomentan?

Los beneficios no compensan la percepción de que se trata de un grupo elitista; tampoco son atractivos ni interesantes.

*“No es necesario pertenecer a Rotary para ayudar a la comunidad”.*

### Requisitos de afiliación

*Los clubes rotarios se reúnen semanalmente y sus socios deben asistir, como mínimo, al 50% de las reuniones. Cuando un socio está de viaje en otra región del mundo, puede compensar ausencia asistiendo a las reuniones de un club de la localidad visitada. Se espera que los socios de todo club participen en proyectos de servicio voluntario en su propia comunidad o una comunidad del extranjero.*

Entre los requisitos, el tiempo fue considerado el de mayor importancia. Así como la admisión de mujeres a los clubes rotarios es un problema constante en cuanto a la percepción pública de Rotary, el tiempo dedicado al club es un obstáculo en lo que respecta a requisitos. Después de analizar la idea, se llegó a la conclusión de que el requisito de tiempo es primordial no sólo para asegurar y garantizar el compromiso y dedicación de los socios sino también para organizar e implementar los proyectos emprendidos. No obstante, la mayoría de los encuestados dudaron que estuvieran dispuestos o deseosos de asumir este tipo de compromiso.

*“Eso me desanima un poco, es como un segundo empleo”.*

*“Es algo demasiado estructurado para mí; no me gusta la idea de tener que asistir al cincuenta por ciento de las reuniones. Eso sería un impedimento”.*

*“Es un compromiso enorme, esas condiciones me desanimaron”.*

*“No podría cumplir con esas reglas, no cuento con mucho tiempo disponible”.*

Para la mayoría de los participantes, este requisito es imposible de cumplir o ilógico en el mundo de hoy. En pocas palabras, no ven la razón por qué los socios deben reunirse físicamente todas las semanas en la era de las teleconferencias y reuniones vía internet.

*“Rotary debe integrarse más al siglo XXI, y aceptar el hecho de que al captar voluntarios, se puede exigir cierto compromiso de su parte, pero no que se sientan obligados”.*

...la mayoría de los encuestados manifestaron que sus horarios estaban ya copados, sobrepasando, incluso, los niveles aceptables.

A pesar de que el objeto del presente estudio no fue evaluar la presentación y percepción de la declaración de la misión de RI ni los requisitos y beneficios de la afiliación, durante el proceso surgieron varias interrogantes y dudas al respecto, que no deben pasar desapercibidas. Tales observaciones contienen información y opiniones que RI debería analizar con mayor profundidad. Por ejemplo, ¿Son las descripciones o los mensajes de RI demasiado extensos, verbosos, engorrosos,

pretensiosos o genéricos? ¿Debería RI considerar la posibilidad de revisar o actualizar dichas afirmaciones a fin de que estén orientadas y sean mejor acogidas por el público general no rotario? Los mensajes y las comunicaciones para el público general deben ser concisos, directos y específicos. Los mensajes extensos y engorrosos tienden a la confusión y reiteran esa imagen de ser una organización secreta, elitista y misteriosa.

### Conclusiones

Según los resultados generales, RI deberá concentrarse en buscar soluciones en las siguientes áreas:

- Sensibilización pública
- Imagen pública
- Servicio voluntario y redes de contactos
- Tiempo
- Mensajes de RI

#### Sensibilización e imagen pública

La falta de información es alarmante tanto en el ámbito local como internacional en cuanto a lo que es Rotary, en qué participa y la obra que realiza. Por lo general, la gente se interesa más al principio en las obras que benefician a la comunidad, dato ratificado por encuestas internas realizadas por RI entre los socios que se dan de baja. Las personas tienden a afiliarse a una organización por los logros que pueden alcanzarse en sus comunidades; el interés en lo internacional surge varios años después de la afiliación.

En cuanto a la percepción que ambos grupos demográficos tienen de Rotary, que se trata de una organización algo anticuada, expresamente para hombres de negocios, secreta, elitista, etc., tales resultados son similares a los reportados en otros estudios realizados anteriormente. Tal percepción es sustentada por el hecho de que la gente no tiene conocimiento sobre lo que es Rotary o la labor que realiza. La idea de que se trata de una organización para hombres, en la cual no se admiten mujeres es aún omnipresente.

A pesar de los esfuerzos desplegados por la organización a fin de concienciar a los clubes y a los propios rotarios sobre la importancia de captar socios cualificados, el hecho de que el público no esté bien informado sobre los logros locales e internacionales de Rotary y la percepción un tanto negativa sobre la organización, limita la capacidad de los clubes.

Al margen de la percepción de RI e independientemente de su gestión, en algunas regiones se han presentado casos de malversación de fondos y mala administración de proyectos por parte de otras organizaciones mayores. Por lo tanto, el público ve con cierto recelo a las asociaciones de esta magnitud. Según los encuestados, la transparencia financiera, además, de una clara comprensión de la misión, estructura y logros de la organización son los factores primordiales que despertarían su interés y deseo de participación.

#### Servicio voluntario y red de contactos

Por lo general, las personas se sienten inclinadas a prestar servicio voluntario, por eso es importante tener en cuenta las numerosas opciones disponibles mediante las cuales pueden establecer contactos y servir. Ya sea a través de relaciones personales, instituciones de base u organizaciones de mayor escala como Rotary International, la mayoría de personas creen en y apoyan la labor voluntaria. No obstante, también exigen una idea clara y precisa acerca de la misión (a qué se dedican) de la organización (o club), sus proyectos y logros, el compromiso que se espera de los voluntarios, y el grado de flexibilidad que ofrecen. Hubo discrepancias entre las regiones en torno al concepto de redes de contacto, para unos es una función profesional dentro del entorno laboral y para otros una función propia de día a día. El presente estudio no releva que el establecimiento de contactos sea una

motivación principal para afiliarse a una organización; sin embargo, la oportunidad de forjar amistades tiene una connotación positiva.

### Tiempo dedicado a la organización

Las exigencias de tiempo y compromisos constituyeron un factor decisivo para todos los grupos. Vale recalcar enfáticamente que tan pronto como los participantes se enteraron de que existía un requisito de tiempo de *una vez por semana o en ciertos casos dos veces al mes*, la reacción automática fue que les sería imposible acomodar tal compromiso en sus vidas. Según los comentarios, las personas prefieren gozar de una vida equilibrada en lo que se refiere a responsabilidades profesionales y familiares, y tiempo para departir con amigos y entretenimiento personal. No están muy dispuestas a sacrificar su tiempo personal para dedicarse a actividades voluntarias, por lo tanto, lo que buscan son alternativas y flexibilidad para integrar las oportunidades de servicio en sus vidas personales de la manera más conveniente.

### Mensajes de RI

La percepción de los participantes respecto a los mensajes de RI es que eran un tanto anticuados, extensos, genéricos y pretensiosos. No fueron considerados inclusivos a primera impresión ni motivadores; es decir no impulsan a las personas a obtener más información y ser parte de la organización. Los mensajes deben ser precisos, breves y específicos.

Las afirmaciones sobre el fomento de elevados estándares de ética fueron recibidas con cierto recelo en dos regiones.

*A pesar de la buena intención de fomentar elevados estándares de conducta ética, se cuestionó de quién son las éticas que se promueven.*

El término 'líder' suscitó también un dinámico debate, ya que aparentemente los participantes cuestionaron y expresaron reservas acerca de la definición utilizada por la organización (el alcalde de una ciudad, jefe de un cuerpo legislativo, abogado principal, etc. ) A pesar de desempeñar cargos ejecutivos y profesionales, al escuchar la palabra 'líder', los encuestados a veces percibieron el término como un poco elitista y exclusivista.

### Recomendaciones

Se ofrecen las siguientes recomendaciones para abordar los problemas identificados en los grupos de evaluación:

- Relaciones públicas del club. Colocación de publicidad, anuncios de servicio público y artículos sobre proyectos orientados a la acción en los medios de difusión local. Se debe exhortar a los clubes a colocar anuncios de servicio público y artículos bien redactados y notas de prensa sobre proyectos específicos en los medios de la localidad. Los clubes son el vehículo principal para transmitir su mensaje e informar a la comunidad sobre sus obras de bien.
- Obras y logros. La publicidad y los anuncios deben ser representativos de los proyectos, obras y logros del club, puesto que las personas están interesadas en información sobre cómo pueden participar activamente y contribuir al bienestar de la comunidad.
- Recursos de relaciones públicas. Rotary elabora y pone a disposición de clubes y distritos "sugerencias", "consejos prácticos" y material didáctico sobre el tema. No obstante, es imprescindible que tales recursos estén al alcance y disponibilidad inmediata de los clubes y distritos.

- Publicidad sectorial. Los anuncios y la publicidad deben ser dirigidos a las mujeres y la gente joven. Debe eliminarse el mito de que las mujeres no pueden ingresar a un club rotario.
- Comunicación constante. Puesto que las personas cuentan con un sinnúmero de alternativas de servicio voluntario, Rotary debe difundir su mensaje permanentemente entre el público general.
- Mensajes de RI. Los mensajes sobre la misión de Rotary deben ser breves, precisos y específicos y recalcar las obras y logros realizados por RI y el club rotario local en la comunidad. Ya que los mensajes generalmente son orientados a los rotarios, éstos deben, además, ser pertinentes y dirigidos al público no rotario. Se recomienda una evaluación continua de los mensajes entre diversos grupos demográficos ajenos a Rotary.
- Amistad y familia. Se debe recalcar más los conceptos de amistad y familia, como los beneficios que reporta la afiliación a un club rotario local.
- Requisitos de asistencia. En las comunicaciones y los materiales enviados por el club a los socios en perspectiva deberá promoverse el requisito de 50% de asistencia en vez de concentrarse en el 100% de asistencia. Aunque en el pasado el 100% de asistencia constituyó un logro excepcional y admirable, dicha meta no es viable en la actualidad debido a los múltiples compromisos profesionales y personales de nuestra sociedad. Además, el 50% de asistencia es el requisito dispuesto en los documentos estatutarios de RI.
- Nuevas tecnologías. El mensaje de RI deberá difundirse y promoverse a través de nuevas tecnologías y medios de comunicación. El secretario general está considerando la integración de otras alternativas de comunicación para RI, específicamente redes sociales como *You Tube*, *FaceBook*, *LinkedIn*, *Orkut*, *Bebo*, *Hi5*, etc. Tales sitios web seguirán cobrando relevancia e impulso. Ya se están empleando nuevas tecnologías para fines de capacitación virtual y comunicación.
- Consejo de Legislación. Se recomienda presentar proyectos de enmienda ante el Consejo de Legislación de 2010 que podrían tener un efecto en los problemas expresados, a saber: frecuencia de las reuniones, clubes cibernéticos, modalidades distintas de afiliación, etc.
- Oportunidades de afiliación. Se deberá ofrecer oportunidades de afiliación más realistas y adecuadas para los sectores demográficos a los que apunta el Plan Estratégico de RI, es decir jóvenes profesionales de las llamadas generaciones 'X' e 'Y', generaciones de las décadas de los 50 y 60, mujeres profesionales, etc. Se detectaron problemas específicos con respecto al tiempo y compromiso requeridos; consecuentemente, son puntos que deben abordarse en relación con la afiliación a los clubes.
- Determinar la mejor manera de abordar y atraer a estos grupos demográficos.

Vale reiterar, que el objetivo del presente proyecto fue identificar los problemas y los obstáculos que RI enfrenta en ambos grupos demográficos. En vista que la competencia seguirá en aumento, es siempre conveniente evaluar la percepción y la opinión que tiene el público sobre la organización. Las observaciones o comentarios negativos deben considerarse como una oportunidad para mejorar nuestras comunicaciones, mensaje e, incluso, normativa.

Los informes finales de los grupos de evaluación se encuentran disponibles en la División de Desarrollo del Cuadro Social.

Dentro del marco del presente informe, debe considerarse, además, las tendencias actuales en materia de oportunidades de servicio voluntario, actividades humanitarias de organizaciones de envergadura y establecimiento de contactos profesionales.

En la actualidad, las personas cuentan con una miríada de opciones para prestar servicio voluntario en la comunidad y el mundo y establecer contactos personales y profesionales. En una búsqueda realizada en Internet bajo "actividades voluntarias" dentro de los Estados Unidos, en el área de Chicago, Illinois, se encontraron setecientos ochenta y nueve (789) opciones; en St. Louis, Missouri, trescientos setenta y cuatro (374); en San Diego, California cuatrocientos ochenta y ocho (488) y en Boston, Massachussets novecientos treinta y tres (933) opciones.

El servicio voluntario o filantrópico es ahora la regla y no la excepción para la mayoría de empresas multinacionales y grandes corporaciones. El público espera que tales organizaciones retribuyan a la comunidad mediante actividades de voluntariado, apoyo y asistencia. Mencionamos a continuación algunos ejemplos:

- Home Depot apoya *Kaboo*, construyendo parques infantiles en la comunidad;
- Dove patrocina un programa de superación personal y autoestima para jovencitas;
- Target asiste económicamente a un gran número de organizaciones filantrópicas, entre ellas la *Cruz Roja*, el *Ejército de Salvación*, el *United Negro College Fund*, *Kids In Need*; y apoya a las escuelas locales;
- Disney contribuye con *Make A Wish*, y la *Cruz Roja*;
- Starbucks Corp. financia una fundación internacional para la juventud y la lucha contra el autismo, y
- Johnson & Johnson colabora con *Save The Children*, *Operation Smile*, y la *R. W. Johnson Foundation*.

La mayoría de las profesiones cuentan con asociaciones viables que ofrecen cursos de actualización y actividades para establecer contactos. Además, existen en Internet redes sociales como LinkedIn, las cuales cobran más popularidad día a día como un medio de mantenerse en contacto con ex compañeros y colegas profesionales.

En resumen, las personas cuentan ahora con más y más oportunidades para contribuir tanto tiempo como dinero a la causa con la que más se identifican, y medios y redes para comunicarse y mantenerse en contacto con sus homólogos profesionales o individuos que comparten sus mismos intereses.