



**NUESTRA GOBERNADORA JUANITA VALENTIN LLAMA A LA ACCION A  
NUESTRA PRIMERA CAMPAÑA DEL AÑO 2019**

La primera llamada por parte de nuestra Gobernadora Juanita Valentín es para tomar acción por todos nuestros clubes del distrito en la campaña titulada: ***“ROTARY HAS HEART 2019”*** o ***“ROTARY TIENE CORAZÓN 2019”***.

***“ROTARY HAS HEART 2019”*** es el tema primordial de la campaña distrital que todos y cada uno de los Clubes Rotarios utilizarán para promover un trabajo, un evento, proyecto o una actividad de servicio comunitario que estén realizando o realicen durante el primer trimestre del año 2019. Mediante el uso de un tema publicitario en común todos y cada uno de los clubes del distrito se beneficiarán en la proyección de su imagen pública por cada uno de los rincones de nuestra tierra borincana.

Nuestros clubes rotarios no tendrán que gastar dinero de su presupuesto ya que cualquier trabajo, evento, proyecto o actividad de servicio comunitario, que se esté realizando o esté programado para este trimestre puede funcionar y ser eficaz para participar en la campaña ***“ROTARY HAS HEART 2019”*** o ***“ROTARY TIENE CORAZÓN 2019”***.

Esta campaña de amor tiene como objetivo demostrar sin alardes a nuestra gente lo que hace nuestra organización humanitaria más grande del mundo a diario en nuestras comunidades.

Nuestra Gobernadora Juanita cree fielmente que con este enfoque único de esta campaña **“ROTARY HAS HEART 2019”** o **“ROTARY TIENE CORAZÓN 2019”** ayudará definitivamente a capturar la atención de tantas personas que están dispuestas a apoyar nuestras causas y que querrán prontamente convertirse en uno de nosotros. Sabemos que hay clubes con más recursos que otros en este momento, lo que vale en este instante es que, su club elija participar positivamente en una actividad tan simple como llevarle una comida o una ropa o un regalo a unos deambulantes, personas en necesidad, personas que dan servicios a otros como los “first responders” del 911 o a nuestros Seniors, lo que esperamos en **“ROTARY HAS HEART 2019”** o **“ROTARY TIENE CORAZÓN 2019”** es que se demuestre con contundencia que Rotary tiene un corazón vibrante, que se lleve la bandera de Rotary con orgullo y se pueda narrar su historia con audacia en uno o en varios medios de comunicación. Después de todo, Rotary tiene siempre un corazón abierto y, no hay mejor manera de enseñarlo colectivamente, que, durante este primer trimestre, cuando estamos en el mes de febrero, que es el mes de la amistad y del amor, cuando se celebra el jueves 14 de febrero el día de San Valentín.

La campaña **“ROTARY HAS HEART 2019”** o **“ROTARY TIENE CORAZÓN 2019”** comenzará el lunes 21 de enero a las 8:00 A.M. y concluirá el día 31 de marzo de 2019 a las 12:00 P.M. Por lo tanto, para que la campaña sea todo un éxito será indispensable acompañarla de la publicidad en cualquier medio de comunicación disponible y alcanzable en su área.

Nuestra Gobernadora Juanita Valentín y su comité asignado seleccionará un ganador entre los clubes rotarios del distrito que hayan presentado su actividad dentro del tiempo establecido, que recibirá el premio **“ROTARY HAS HEART 2019”** del Distrito 7000. Los demás clubes recibirán un certificado de mérito por su participación y apoyo en este programa. El ganador de la campaña se dará a conocer en la conferencia del distrito.

La actividad que elija o seleccione cada uno de los clubes para realizar el programa deberá en un formulario establecido evidenciar el cumplimiento de los siguientes requisitos:

1. Realizar un video de hasta un máximo de 3 minutos donde describirá y narrará de una forma elocuente y con entusiasmo; el trabajo, un evento, un proyecto o una actividad de servicio comunitario. Deberá incluir el logo de Rotary. Redes a ser utilizadas en el programa: [www.youtube.com](http://www.youtube.com) [www.vimeo.com](http://www.vimeo.com) [www.twitter](http://www.twitter) [www.facebook.com](http://www.facebook.com) web del club rotario [www.rotary.org/showcase](http://www.rotary.org/showcase) Deberá subir el evento o proyecto a el showcase de [www.rotary.org](http://www.rotary.org).
2. Escribir un ensayo de máximo de tres páginas a doble espacio con un mínimo de seis (6) fotos a color que incluya los logos de Rotary donde describirá y narrará de una forma sencilla y concisa; el trabajo, un evento, proyecto o una actividad de servicio comunitario realizada. Deberá mencionar la cantidad de socios participantes en el programa, así como el total de las horas voluntarias completadas para realizar la campaña. Y cómo entienden que la campaña les ayudará a aumentar y retener socios. A cuánta población estima que impactaron con el programa. Incluya los enlaces donde la actividad seleccionada fueron publicados. La publicidad puede ser establecida sin limitarse a los siguientes medios de comunicación y/o redes sociales, blogs, websites, periódicos y/o revistas regionales o nacionales ejemplos de redes: LinkedIn, Pinterest, Instagram, Google plus +, Flirk, Twitter, Facebook, Messenger, WhatsApp, entre otros  
Deberá subir la data del evento o proyecto a el showcase de [www.rotary.org](http://www.rotary.org).
3. El conseguir una publicidad como una entrevista o reportaje del programa en la radio y/o en la televisión.

Cada Club Rotario puede decidir por sí mismo cómo quiere participar. Podría ser algo tan simple como donar dinero a un programa establecido o algo tan complejo como organizar un proyecto de servicio de Club, todo debe ser siguiendo las seis áreas de enfoque de la organización.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Los temas para realizar la campaña los clubes pueden elegir cualquiera de sus eventos o proyectos que encajen en una de las seis áreas de interés, tales como:

1. Paz y prevención/resolución de conflictos
2. Prevención y tratamiento de enfermedades
3. Agua y saneamiento
4. Salud materna e infantil
5. Educación básica y alfabetización
6. Desarrollo económico y comunitario

Sea cual sea el modo en que su club elija participar, los mejores eventos o proyectos serán los que:

- Involucran a tantos miembros de su club como sea posible
- Abordan una necesidad de la comunidad
- Reflejan e incorporan una avenida rotatoria de servicio y un área de enfoque rotario
- Atraen a los noticieros o reporteros y utilizan las redes sociales para ayudar a promover el evento y el trabajo que el Club está haciendo
- Utilizan las directrices y el logotipo de Rotary International Brand
- Ayudan a construir el conocimiento de la comunidad de su club

Todos los socios estamos conscientes que, nuestro Distrito está en una situación crítica con relación a la retención y captación de nuevos socios. La meta de llegar a los 1200 socios en el distrito es un compromiso de todos y entendemos que esta campaña será una excelente estrategia para atraer sin alardes a nuevos miembros a nuestra organización.

Por último **“ROTARY HAS HEART 2019”** o **“ROTARY TIENE CORAZÓN 2019”** es una gran oportunidad de todos colectivamente mejorar nuestra imagen pública. Esperamos que los clubes utilicen este esfuerzo para ampliar su membresía y promover la entrega a nuestra Fundación Rotaria.

Si necesita ayuda, póngase en contacto con su director de imagen pública de su club o puede contactarme en mi celular 787-486-5858 (text message o Whatassp) o email: [luisnievesmorillo@outlook.com](mailto:luisnievesmorillo@outlook.com)

Queda suyo rotariamente,

CR Luis Nieves Morillo  
District 7000 PI Chairman

---