

Universidad Empresarial Siglo 21

Trabajo Final de Graduación



Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales

Proyecto de Aplicación Profesional

Posicionamiento Institucional en
Organizaciones de la Sociedad Civil Sin
Fines de Lucro: Aero Club Rawson

Fiorella Biaggio

2009

Índice

	Página
a) Introducción	3
b) Tema	4
c) Justificación	5
d) Objetivos de investigación	7
e) Análisis del Sector de las Organizaciones de la Sociedad Civil sin Fines de Lucro	8
f) Antecedentes organizacionales	14
g) Marco teórico de referencia	22
h) Diseño metodológico de investigación	35
i) Análisis de datos	44
j) Diagnóstico	60
k) Análisis F.O.D.A.	64
l) Análisis de factibilidad	65
m) Objetivos de intervención	67
n) Plan de Relaciones Públicas e Institucionales	68
ñ) Cronograma de actividades	94
o) Presupuesto	96
p) Flujo de fondos	97
q) Conclusión	99
r) Bibliografía	101
s) Anexos	103

a) Introducción

En la actualidad, es trascendente el rol que desempeñan las Relaciones Públicas e Institucionales en todo tipo de organización, por ello el presente trabajo se centra sobre la problemática del Posicionamiento Institucional de la Asociación Civil Sin Fines de Lucro denominada Aero Club Rawson, a través del análisis de su comunicación externa. Durante todo el desarrollo, el lector tendrá acceso a análisis e información que comprueban lo importante que es para toda institución contar con una adecuada planificación de Relaciones Públicas e Institucionales.

Durante las últimas décadas la mencionada disciplina fue ganando un mayor espacio en la sociedad. Esto se debe a que el objetivo de un Relacionista Público es vincular a sujetos y entidades con sus públicos a través de acciones de comunicación planificadas. Su propósito es interpretar a las instituciones o individuos ante sus públicos y a éstos ante aquellos, para lograr comprensión, apoyo, posicionamiento, notoriedad y una imagen positiva.

Fue la homogeneización de los servicios y productos lo que llevó a las entidades a buscar diferenciarse utilizando diversas herramientas y disciplinas entre las que se encuentran las Relaciones Públicas e Institucionales. Esta situación jerarquizó la disciplina, y las instituciones observaron la necesidad de contar con profesionales que los ayuden a cumplir con los objetivos.

Al presente son pocas las organizaciones que no reconocen la importancia de comunicarse con los grupos objetivos, de informarlos y relacionarse con ellos. Éstos tienen una influencia determinante en el desarrollo organizacional y por eso es importante los vínculos que se crean.

Este escrito se encuentra dividido en tres bloques, en una primera parte se realiza la presentación del proyecto en el cual se desarrollan el tema, su justificación, objetivos de investigación y un análisis del sector de las Organizaciones de la Sociedad Civil y los antecedentes organizacionales. La segunda unidad es denominada desarrollo del proyecto donde se incluyen el marco teórico de referencia, el diseño metodológico de investigación, el análisis de datos y el respectivo diagnóstico al que se arribó. Como último eslabón se encuentra el plan de actividades que se propone para corregir el problema de la institución trabajada y la conclusión.

b) Tema

- ❖ Posicionamiento Institucional en Organizaciones de la Sociedad Civil sin fines de lucro: Aero Club Rawson.

c) Justificación

En la actualidad, los clubes sociales, deportivos y recreativos, son un espacio donde los individuos se nuclean con el objetivo de llevar a cabo aquellas actividades que satisfacen sus necesidades personales y de recreación. Éstos permiten que los socios establezcan vínculos afines, compartan su pasatiempo, tareas y experiencias.

Lo que caracteriza a este tipo de instituciones, es la unión de personas que comparten gustos recreativos y aficiones similares, para lo cual se organizan a fin de lograr el impulso de dichas actividades.

Como toda organización actual, se encuentran con la necesidad de comunicarse con sus públicos; personas cada vez más informadas, que demandan a las entidades datos veraces y actitudes socialmente responsables.

Lo anterior, se debe a que nos encontramos en una época en que las comunicaciones son de vital importancia, donde las empresas, organizaciones sin fines de lucro y otras instituciones, buscan y necesitan lograr el apoyo de aquellos que la rodean, para así cumplir con sus objetivos. Las Relaciones Públicas e Institucionales, es la disciplina que gestiona la comunicación organizacional, buscando alcanzar tanto una imagen positiva como un posicionamiento institucional adecuado en la sociedad, creando así el consenso y apoyo que toda institución necesita. Cuando los organismos gozan de reconocimiento, sus socios están motivados para realizar las distintas tareas y cumplir con los fines propuestos, además los potenciales socios se encuentran con más razones para unirse al proyecto.

Los Clubes Aéreos, que son un tipo de club que agrupa personas interesadas por las actividades aéreas y que se organizan para realizarlas, no son la excepción. El Aero Club Rawson, es una institución ubicada en Rawson, capital de la Provincia de Chubut, en el que se desarrollan las actividades de aviación, aeromodelismo y paracaidismo.

El nombrado club aéreo, a pesar de sus 37 años de vida, no cuenta con el posicionamiento adecuado dentro de su comunidad, esto significa, que los ciudadanos y otras entidades representativas (instituciones sin estrecha relación con la organización entre las que se encuentran asociaciones vecinales y civiles; establecimientos educativos, clubes sociales, deportivos y culturales; instituciones benéficas) no están al tanto de las actividades y eventos que allí pueden realizarse. Una de las causas de esta ausencia de conocimiento, podría deberse a que los públicos no cuentan con la información mínima necesaria que les explique quiénes conforman la institución, cuáles

son sus valores, objetivos y actividades, que por un lado se pueden efectuar y por otro disfrutar como espectadores. Estos grupos de interés externos, son en la actualidad los más relevantes; dentro de este conjunto de habitantes, es donde se encuentran tanto potenciales socios, como aquellos que deben legitimar el accionar de la institución, premisa básica que necesita cumplir todo club deportivo y social.

De lo anterior se desprende, que la comunicación institucional del Club presenta ciertas falencias, y no se está cumpliendo con el objetivo de cambios en el conocimiento del receptor. Aún cuando la organización realiza acciones de comunicación, éstas son aisladas, reactivas y en casos de necesidad urgente. No se hace un trabajo proactivo, planteando objetivos y determinando mensajes que respeten el principio de coherencia.

Es necesario observar la importancia que tiene la comunicación institucional, para lograr los objetivos organizacionales, de lo contrario la sociedad circundante continuará desconociendo todo aquello que se realiza en las instalaciones. Si el posicionamiento institucional continúa siendo ineficiente, el club seguirá en su estado actual, lo que no permitirá un desarrollo óptimo, que puede desembocar en un futuro en una crisis de supervivencia de éste, ya que sin socios y público espectador los objetivos y la misión no serán cumplidos.

Por todo lo expuesto, se puede concluir que es de vital importancia comenzar a trabajar sobre la comunicación y posicionamiento del Aero Club, analizando mensajes, canales y públicos prioritarios, para detectar así las debilidades que puedan existir en este proceso. Luego, con estos datos se podrá evidenciar la situación de la comunicación en el Aero Club Rawson y tomar las medidas necesarias para aumentar su presencia institucional dentro del público objetivo y lograr un posicionamiento óptimo de la institución, permitiendo así, que ésta continúe progresando de forma cada vez más eficiente.

d) Objetivos de Investigación

d.1) Objetivo general de investigación

- ❖ Evaluar el posicionamiento institucional del Aero Club Rawson a través del análisis de su comunicación institucional externa.

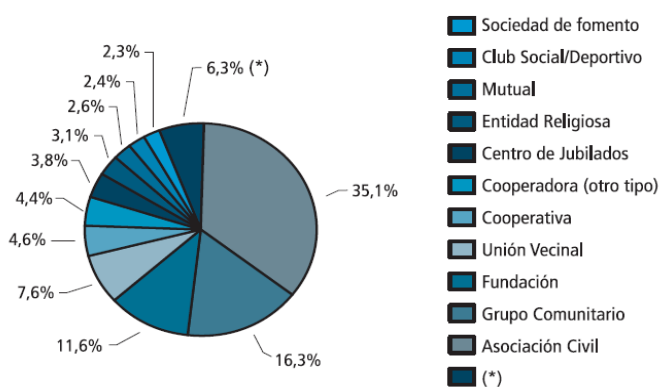
d.2) Objetivos Específicos de Investigación

- ❖ Identificar y analizar los mensajes que el club emite a su público “entidades representativas de Rawson”.
- ❖ Analizar los canales utilizados por el Aero Club para comunicarse con sus públicos.
- ❖ Explorar el conocimiento que poseen las entidades representativas de la ciudad sobre el Aero Club Rawson y sus actividades institucionales.
- ❖ Indagar los medios utilizados por los delegados de las entidades representativas para informarse.

e) Análisis del Sector de las Organizaciones de la Sociedad Civil Sin Fines de Lucro

En este punto del trabajo, se desarrollará un análisis acerca del sector de las asociaciones civiles ubicadas en la Provincia de Chubut, haciendo hincapié en las orientadas al deporte, recreación y actividades de afinidad como por ejemplo clubes. Para ello se tendrán en cuenta las variables económicas, sociales-culturales y políticas-legales que influyen en el entorno. Como lo expresa el Gobierno de Chubut, una organización de la sociedad civil es, un organismo constituido por un grupo de individuos, unidos con el objetivo de desempeñar alguna actividad social, cultural, deportiva, comunitaria o que busque el bien común. Para el funcionamiento de dichas instituciones se plantean determinadas reglamentaciones internas, se dividen en órganos, funciones y responsabilidades. Es el Estado, a través de la Inspección General de Justicia, quien le otorga reconocimiento legal (personería jurídica)¹.

Según datos extraídos de la publicación Acerca de la Constitución del Tercer Sector en Argentina, de las 9.010 OSC que conformaron el universo de su investigación, sólo 5.023 aseguraban contar con personería jurídica. Esto demuestra las distintas situaciones en las que se encuentran las Organizaciones de la Sociedad Civil de nuestro país, y expone la multiplicidad de realidades que ellas atraviesan, dando nacimiento a una amplia variedad de instituciones que trabajan sobre problemáticas o áreas temáticas diversas. En el gráfico presentado se expone lo mencionado en este párrafo, ya que se ven los distintos tipos de OSC que existen en nuestro país.²



Formas organizativas de las OSC.
Universo 9010

(*) Este 6,3% hace referencia a aquellas formas organizativas que en la Base de Datos del CENOC tienen una baja representatividad en cuanto al número de casos. Para una mejor apreciación de este conjunto de OSC, el Gráfico 3.2 desagrega en términos absolutos las cantidades de OSC que se agrupan en el mismo.

¹ <http://www.chubut.gov.ar/sri/archives/023082.php?id=-1>

² <http://www.redagora.org.ar/paginas/proyectos/Banco%20Documental%20202.0/Temas/Tercer%20Sector/Libros%20-%20Publicaciones/Acerca%20de%20la%20Constitucion%20del%20tercer%20sector%20en%20la%20Argentina.pdf>

Actualmente se cuenta con gran cantidad de OSC, por ello, para comprender profundamente su realidad en el próximo cuadro se exhibe una clasificación extraída de la investigación Definiendo el Sector Sin Fines de Lucro en Argentina¹:



Una vez comprendida la naturaleza del sector que estamos analizando, podemos proseguir con la exposición acerca de la evolución y la realidad de dichas entidades en la Provincia de Chubut. Según la información brindada por el Índice de Desarrollo Sociedad Civil de Argentina, las organizaciones de comerciantes fueron las que en un primer momento presentaron un gran impulso². Pero frente al clima inhóspito y a las grandes distancias, los Chubutenses comenzaron a agruparse en asociaciones civiles.

En la Provincia hay, según el último relevamiento realizado por el Gobierno, 1.466 OSC, dentro de las cuales un 75% son denominadas de afinidad, que agrupa por ejemplo a los clubes. Chubut, se ubica entre las provincias que tienen una alta existencia de Asociaciones Civiles. Recientemente también hubo un incremento entre las organizaciones de protección al medio ambiente, problemática muy relacionada a la Provincia por la diversidad de reservas naturales que existen³.

Si se tienen en cuenta los datos brindados por el área de Relaciones Institucionales del Gobierno de la Provincia, puede decirse que son el deporte, la cultura

¹ <http://www.educ.ar/educar/site/educar/na..html?uri=urn:kbee:1efcb380-54ba-11dc-8ecf-00163e000024&page-uri=urn:kbee:ff9221c0-13a9-11dc-b8c4-0013d43e5fae>

² <http://www.gadis.org.ar/documentos/IDSC%20de%20Arg.pdf>

³ Op. Cite.

y la recreación las áreas más abordadas por las OSC. Como consecuencia de los constantes avatares sociales, políticos y económicos que sufre nuestro país, los argentinos sucumben ante la inestabilidad e incertidumbre, acrecentado en estos días por la presente crisis financiera global que amenaza con una recesión mundial. Frente a este escenario las agrupaciones sociales de cualquier tipo cobran relevancia, ya que le brindan a los individuos un lugar de contención y afiliación.

Lo mencionado en el párrafo anterior, se encuentra basado en la investigación Organizaciones de la Sociedad Civil y Desarrollo Local¹. Allí se demuestra, como el gran avance de las OSC colaboró con la reconstrucción de redes sociales, destruidas a partir de la última dictadura militar.

Ante este panorama, donde la actividad del Estado se retrae, los Gobiernos provinciales reconocieron la necesidad de crear nuevos vínculos con las OSC. En la actualidad, en el plano político chubutense, se está desarrollando un relevamiento de las organizaciones de la sociedad civil, con el objetivo de fortalecer la relación Estado-OSC. Además, los organismos gubernamentales, no contaban con información actualizada sobre el universo de las OSC, necesaria para conformar políticas eficientes para relacionarse. A pesar de que aún no se cuenta con todos los resultados, si pudo observarse que una gran parte de ellas no contaban con personería jurídica o no estaban en la base de datos Provincial (Datos brindados por el personal de Relaciones Institucionales del Gobierno de Chubut en una charla explicativa).

Otro pilar a destacar del plan iniciado por el Gobierno de Chubut, es el de una vez relevadas las OSC, brindarles asesoramiento legal, económico y la ayuda necesaria para que cumplan con sus tareas eficientemente. Así fue expresado por el Director de Relaciones Institucionales de Chubut, quien visitó cada una de las ciudades organizando reuniones con los encargados de las Asociaciones Civiles.

Centrándonos ahora en el marco regulatorio que rige a las OSC de Chubut, existen algunas leyes que aquí se detallan:

¹ http://www.cenoc.gov.ar/documentos/ponencia_final.pdf.

Ley	Detalle	Comentario
Artículo 14 - Constitución Nacional Argentina	Establece el derecho a la asociación con fines útiles.	
Artículo N° 33 Inciso 1 - Código Civil Argentino	Reconoce a las asociaciones y fundaciones como integrantes del tercer sector.	
Artículo N° 46 - Código Civil Argentino	Reconoce como simples asociaciones civiles a las entidades sin personería jurídica.	
Resolución 225/04 (Inspección General de Justicia)	Unifica en una única normativa la reglamentación referente a las formalidades a cumplimentar por las OSC.	A través de las leyes presentadas, de las cuales la mayoría regula algún tipo de apoyo y colaboración hacia las OSC por parte del Gobierno, se demuestra la relevancia y preponderancia que tienen dichas organizaciones en el desarrollo de Chubut.
Ley Provincial 3891	Convenio entre la Provincia del Chubut y el Aero Club del Maitén.	
Ley Provincial 4553	Donación a la Asociación Bomberos de Rawson de un vehículo.	
Ley Provincial 5031	Tierras: Transferencia a Bigornia Club De Rawson (Inmueble)	
Ley Provincial 5140	Donación, al Club Defensores de la Ribera de la ciudad de Rawson	
Ley Provincial 5775	Construcción Aeródromo de Gastre	

Además de las leyes arriba mencionadas, también existen otros marcos regulatorios, según el ámbito de desempeño de la OSC. Así, por ejemplo, tenemos a la Fuerza Aérea Argentina con injerencia sobre toda aquella organización en que se desarrollen actividades aéreas, o la Asociación Argentina de Tenis sobre los clubes donde se practica la disciplina.

Puede decirse, que según el Índice de Desarrollo Sociedad Civil de Argentina Total País del año 2000, “un 47,7% de las Organizaciones de la Sociedad Civil de Chubut posee personería jurídica, porcentaje que, sin ser reducido, muestra una inclinación a la formalización menor a la observada para el nivel nacional, (65% de

organizaciones formalizadas).”¹ Esta baja tendencia hacia la obtención de la personería jurídica también se correlaciona con la alta proporción de OSC que efectivamente están formalizadas pero no cumplen con las regulaciones establecidas.

Un punto altamente complejo en el caso de las OSC, es la variable económica, relacionada intrínsecamente con la supervivencia de la institución y el logro de sus objetivos y planes. Cada una de ellas, deben emprender acciones y planificar estrategias con el fin de lograr los recursos necesarios para su desenvolvimiento. Entre las actividades más destacadas que llevan a cabo están las cuotas de socios, eventos, ventas, colaboraciones entre otras.

Según lo sostenido por los autores de *Acerca de la Constitución del Tercer Sector en Argentina*², existe una colaboración amplia del Estado nacional y provincial en la financiación de las OSC. En el caso de financiamiento provincial, este se hace a través de los organismos ministeriales, que tengan relación con la actividad que lleva a cabo la OSC.

Respecto a los presupuestos que manejan las OSC en Chubut, el Índice de Desarrollo Sociedad Civil de Argentina Total País del año 2000³, determinó que fue de \$46.532.825, gran parte del cual provino de subvenciones gubernamentales. Esta suma no se encuentra distribuida de manera equitativa entre las OSC.

Las variables tecnológicas son otra arista que debe analizarse en este sector, en nuestros días, nos encontramos en el interior de un mundo caracterizado por la globalización, esto significa que cada país, provincia y ciudad dejó de ser una unidad aislada y pasó a formar parte de un sistema mundial comunicado, en constante interacción, a través de nuevas y complejas tecnologías. Las OSC, por pequeñas que sean, forman parte de este cambio y requieren de elementos tecnológicos mínimos que les permitan cumplir con sus tareas y no las deje fuera de las interacciones.

Los nuevos medios como Internet, junto al e-mail y el sitio Web, permiten a las OSC comunicarse con la sociedad circundante por un bajo costo. Además dichos canales tiene un gran alcance y permiten un alto caudal informativo. Según el relevo de datos, llevado a cabo a los fines de este trabajo, pudo observarse que la mayoría de las OSC cuentan por lo menos con e-mail para contactarse con los públicos. Estos cambios tecnológicos, favorecen también, el trabajo en redes que caracteriza a las OSC. Dicha

¹ <http://www.gadis.org.ar/documentos/IDSC%20de%20Arg.pdf>

² <http://www.redagora.org.ar/paginas/proyectos/Banco%20Documental%202.0/Temas/Tercer%20Sector/Libros%20-%20Publicaciones/Acerca%20de%20la%20Constitucion%20del%20tercer%20sector%20en%20la%20Argentina.pdf>

³ <http://www.gadis.org.ar/documentos/IDSC%20de%20Arg.pdf>

modalidad de trabajo implica crear relaciones recíprocas de colaboración entre las Asociaciones Civiles de distinta naturaleza y lograr así objetivos de mayor jerarquía que abarcan un amplio espectro de personas.

Asimismo, es importante recalcar el hecho que en nuestro país, por las condiciones económicas, sociales y políticas, las OSC tienen una ardua tarea, pero no siempre obtienen los recursos que se requieren para llevarla a cabo. Esto implica que aunque se accede a ciertos avances de la tecnología, la mayoría está fuera de su alcance, como por ejemplo software específicos o elementos de alta complejidad. Si a ello sumamos que gran parte de los materiales tecnológicos provienen del exterior, donde las monedas que se manejan son el dólar y el euro, la situación real de las OSC en Argentina, y particularmente en Chubut se entiende con mayor profundidad.

A modo de síntesis de este análisis sectorial, se está en condiciones de decir que el ámbito de las OSC se encuentra en pleno apogeo, que día a día aparecen nuevas organizaciones que agrupan ciudadanos con un fin social determinado. Puede agregarse, que el Estado juega un rol importante en este progreso, ya que brinda subsidios, exenciones y colabora con elementos y materiales. La proporción de la cooperación está íntimamente ligada al fin que cumple la OSC. La diversidad de instituciones de este tipo se justifica con la existencia de una multiplicidad de necesidades insatisfechas que tienen los argentinos en general y los chubutenses en particular. Por ello los diversos análisis e investigaciones prevén un mayor desarrollo de las OSC a lo largo del país.

Por último, el sector de las OSC es de gran amplitud, agrupando bajo su ala una diversidad de asociaciones con distintos fines y estructuras. Además, es un sector que recientemente está siendo investigado con la profundidad y seriedad que se merece, razón por la cual no existe un gran cúmulo de datos e información actualizada.

f) Antecedentes Organizacionales

f.1) HISTORIA DEL AERO CLUB RAWSON

El 09 de Febrero de 1971, en la ciudad de Rawson, un grupo de ciudadanos decidió agruparse y formar un Centro de Actividades Aéreas (C.A.A.R), con el objeto de realizar la práctica de aviación y paracaidismo. Esta Asociación Civil sin fines de lucro tuvo su primer sede en el local de la Cámara de Comercio de Rawson, y el 06 de Mayo de 1971 quedó establecida la primera Comisión Directiva, pero fue recién el 25 de Mayo del mismo año que quedó totalmente constituido.

El 16 de Diciembre de 1971, el Centro de Actividades Aéreas, adquiere personalidad jurídica a través del decreto provincial número 3219/71. A fines de la década del 70, el club comienza con su mudanza hacia sus instalaciones actuales en las afueras de la ciudad.

Durante los últimos meses del año 2007 se decidió cambiar el nombre de la institución por el de Aero Club Rawson. Esta modificación que empezó a regir en el año 2008, se realizó debido a que bajo esa denominación era reconocido y tratado por quienes lo conocen. Además, el nombre anterior (Centro de Actividades Aéreas Rawson) era demasiado extenso y la comisión resolvió que Aero Club Rawson era un nombre que representaba ampliamente las actividades del lugar.

El club se encuentra emplazado en la Avenida Antártida Argentina s/n. Avenida que une a la Ciudad de Rawson con la villa balnearia Playa Unión (también dentro del ejido municipal de Rawson), por lo que cuenta con gran afluencia de vehículos y personas.



Ubicación geográfica del Aero Club Rawson. *Foto satelital Google Earth.*

La institución, es de tipo abierta ya que constantemente está en busca de alternativas en diversas áreas para mejorar su desempeño actual y escucha todas las propuestas de perfeccionamiento que le acercan. Debido a esta característica, la comisión directiva que está a cargo del gerenciamiento del club, tiene como objetivo primario para el próximo año, desarrollar la comunicación institucional externa para lograr el posicionamiento institucional meta que el club necesita para su progreso y supervivencia.

f.2) MISIÓN

Estimular el progreso y desarrollo de la aviación en todos sus aspectos, difundiendo los conocimientos y adelantos que sobre aeronáutica, su técnica y tecnologías afines se reconozcan, celebrando y/o tomando parte en conferencias, cursos, congresos y exposiciones, formulando encuestas, organizando festivales, concursos, excursiones, etc. Propender al desarrollo aeronáutico de acuerdo a las normativas que se emanen a tal efecto desde los organismos del Estado Nacional, Provincial y organismos internacionales a los que el Estado se encuentre adherido en lo que se refiere a instrucción de alumnos pilotos y entrenamiento y perfeccionamiento de los pilotos ya formados, organizando y realizando a tal fin cursos teóricos y prácticos de capacitación acordes al desarrollo técnico en la materia, vuelos de traslado, navegaciones, trabajos aéreos, vuelos de emergencia, patrullaje aéreo. Fomentar la práctica y difundir el conocimiento del aeromodelismo así como también de todos los deportes complementarios al mantenimiento de las condiciones físicas indispensables para las condiciones óptimas de vuelo y la buena salud.

f.3) VISIÓN

Ser una institución innovadora, reconocida tanto a nivel municipal como provincial y eficiente en la evolución y desarrollo de las actividades aeronáuticas, buscando por un lado contribuir y colaborar con el progreso de la aviación de nuestro país, y por otro acercar la aviación, el aeromodelismo y el paracaidismo a los ciudadanos.

f.4) PRINCIPIOS Y VALORES

Son principios del Aero Club Rawson, los siguientes:

- ❖ Desarrollar vínculos de solidaridad entre los miembros del club, la sociedad, las instituciones de gobierno municipal, provincial, nacional y no gubernamentales.
- ❖ Generar espacios de contención para la juventud promoviendo la actividad aeronáutica como posibilidad de desarrollo personal y social.
- ❖ Desarrollar la actividad aeronáutica como vía de comunicación entre las poblaciones.
- ❖ Adoptar de manera automática, en lo referente a la actividad de vuelo, la seguridad y el control de las aeronaves y tripulantes como así también el resto de las actividades, las reglamentaciones, normativas, códigos y convenios del Estado nacional, provincial y organismos internacionales civiles y de los que éstos sean originadas.

Es importante destacar los valores que este club tiene como pilares de su desarrollo, éstos son el respeto mutuo, el cuidado del medio ambiente y el respeto a la diversidad cultural. Son ellos los que rigen las relaciones, por un lado entre los socios, y por otro las del Aero Club con la sociedad de Rawson.

f.5) ACTIVIDADES Y SERVICIOS

El Aero Club Rawson es un club deportivo y recreativo en el cual se pueden realizar diversas actividades, que además brinda una serie de servicios a la comunidad.

Las actividades que pueden realizarse son:

- ❖ Aeromodelismo
- ❖ Aviación
- ❖ Paracaidismo
- ❖ Festivales aéreos
- ❖ Eventos



Exhibición de paracaidismo



Aviones de aeromodelismo

Festival aéreo



Los servicios que brinda se desarrollan a continuación:

- ❖ Búsqueda de personas
- ❖ Colaboración frente a catástrofes naturales
- ❖ Paseos aéreos
- ❖ Colaboración con las fuerzas
- ❖ Cursos de pilotos
- ❖ Escuela de aviación

f.6) ESTRUCTURA DEL AERO CLUB RAWSON

Esta asociación, se encuentra dirigida por una Comisión Directiva compuesta por seis miembros y una Comisión Revisora de Cuentas. El mandato de quienes se encuentran en los cargos, dura dos años, siendo la mitad renovable cada año. La comisión directiva se reúne mensualmente, ya sea por citación del Presidente o a pedido de tres de sus miembros.

La comisión, a su vez, se divide en dos subcomisiones. Una es la de Aeromodelismo, dirigida por José Luís Marziali (Vicepresidente) y la otra denominada Escuela de Vuelo, bajo la conducción de Daniel Biaggio (Presidente). Cada una, se

ocupa de la organización de las actividades relacionadas con el aerodelismo y la aviación, respectivamente. El paracaidismo, no cuenta con comisión específica, ello se debe a que no hay socios que se dediquen a practicar dicho deporte, aún cuando se cuenta con la infraestructura necesaria, utilizada principalmente por profesionales de la disciplina que visitan las instalaciones.

COMISIÓN DIRECTIVA	
Presidente	<i>Daniel Héctor Biaggio</i>
Vicepresidente	<i>José Luís Marziali</i>
Secretario	<i>Juan Francisco Brignone</i>
Tesorero	<i>Gabriel Eduardo Regojo</i>
Vocales	<i>1º Vocal: Juan Iguri 2º Vocal: Patricio Álvarez Kraus Vocal Suplente: Javier Deleu</i>
Revisores de Cuentas	<i>Guillermo Duplessis Alberto Roldan Suplente: Sergio Chiarandini</i>

Subcomisión de Aviación

Organiza tanto las actividades recreativas relacionadas con la aviación como la escuela. Los títulos que se obtienen son los de piloto privado de avión, habilitación VFR controlado, nocturno local y piloto comercial. En la actualidad se cuenta con dos instructores, Karina Kes (jefe de instructores) y Patricio Álvarez Kraus.

Otra de las tareas que desempeña, es la gestión de los vuelos de bautismo y paseo. Servicio que brinda la institución por el cual cualquier persona, sin necesidad de ser socio, y abonando el costo del mismo puede realizar el paseo que pretenda. Además se ocupa de la prestación de servicios de tipo social esto es rescates, búsquedas aéreas y colaboración con las fuerzas como por ejemplo Defensa Civil o Prefectura Naval Argentina.

Subcomisión de Aeromodelismo

Se ocupa de todas las tareas y actividades atinentes al aeromodelismo, tanto de la escuela, como del diseño y construcción de aviones a escala. También regula la actividad aeromodelística realizada por los socios, entre la que se encuentra la acrobacia aérea.



Taller de aeromodelismo

Estructura Edilicia

Se encuentra conformada por dos hangares uno del club y otro de propiedad privada, donde se guardan los aviones y también son utilizados cuando se llevan a cabo los eventos más importantes, un salón de reuniones y eventos pequeños, la secretaría y dos pistas de tierra.



Hangares y oficinas



Avión escuela

Además cuentan con una flota de aviones integrada por:

1. **PA-38 Tomahawk:** propiedad del Aero Club.
2. **PA-28 Cherokee Six:** propiedad de un socio.
3. **Beechcraft E90:** propiedad de un socio.
4. **Cessna 182:** propiedad de un socio.
5. **Aero commander 100:** propiedad de un socio.

Socios

El club, actualmente cuenta con 57 socios que abonan una cuota mensual de 20 pesos. Lo recaudado es distribuido de la siguiente forma: 20% para cada subcomisión y el 60% restante para cubrir los insumos y gastos comunes del Aero Club. Aquellos que hacen uso del avión del club deben pagar por la hora de vuelo, siendo su costo doscientos pesos sin instrucción y doscientos cuarenta pesos con instrucción.

f.7) ISOLOGOTIPO

El isologotipo, es la figura icónica que representa a una organización y puede clasificarse de diferentes maneras. Éste en particular, tiene una relación con la organización que está simbolizado en dos niveles, tanto por la actividad como por el nombre.



- ❖ Relación por la actividad: como puede observarse, en el isologotipo aparecen un avión y un paracaídas, símbolos indiscutibles del club aéreo que representan las actividades que lo caracterizan.
- ❖ Relación por el nombre: también existe una vinculación directa con el nombre de la institución, ya que aparece en él.

Con respecto a los colores, debe decirse que éstos cuentan con una simbología, en otras palabras connotan un significado. En este caso, el Aero Club Rawson presenta en su isologotipo los colores rojo y negro, superpuestos sobre un fondo blanco.

A través del color rojo, utilizado para destacar el paracaídas detrás del avión, se transmite vivacidad y alegría, esto se debe a que pertenece a la gama de colores denominados cálidos. Este connota la pasión por la aviación que existe en el Aero Club, además de la fuerza y vitalidad que lo representan. Es un color que transmite ímpetu, vigor y llama la atención, asimismo permite una mejor visualización tanto del símbolo (imagen) como el logotipo, debido al impacto que produce el rojo sobre el fondo blanco en la vista de los individuos.

El color negro, que cuenta en su mayoría con connotaciones negativas debido a su relación al luto y la muerte, está utilizado a modo de marco en este isologotipo. Como puede observarse encuadra la imagen del avión (representa a la aviación y el aeromodelismo) y el paracaídas, con líneas suaves que esbozan el dibujo. No es usado en este caso como fondo, y tampoco los dibujos lo presentan en su interior, dejando el fondo blanco para que logre un alto impacto conjuntamente con el rojo.

La tipografía es otro elemento integrante de la identidad visual corporativa. El Aero Club, en su isologotipo hace uso de una tipografía estándar que resalta el nombre de la entidad. El tipo de letra presentado es el Arial Black, perteneciente a la familia de las Palo Seco o Sans Serifs que se caracterizan por reducir la letra a su esquema esencial. El grosor, grueso e intenso, junto al uso de las mayúsculas y al tamaño logran un destaque visual del nombre.

g) Marco Teórico de Referencia

g.1) LA COMUNICACIÓN

Desde los albores de la humanidad, los individuos se caracterizaron por ser unidades sociales inmersas en un universo de relaciones y de comunicación. El hombre razona, actúa y habla con el objetivo de interactuar con sus pares. Por esto, se considera que las personas, son sujetos comunicativos, que conviven dentro de una red de mensajes.

Actualmente, nos encontramos frente a un escenario comunicativo de mayor complejidad; fueron los medios masivos de comunicación y las nuevas tecnologías las variables que influyeron en la creación de un sistema de comunicación más rápido y con mayor número de interacciones. Fue por estos cambios que la sociedad se vio en la necesidad de entender a la comunicación, estudiarla y aprender a abordarla correctamente.

En cuanto al concepto de comunicación, en este trabajo se sigue el esbozado por los representantes de la Escuela de Palo Alto quienes la definen como un, “proceso social permanente que integra múltiples modos de comportamiento, tales como la palabra, el gesto, la mirada y el espacio interindividual” (Rizzo, 2005: 12).

Este grupo de teóricos, basándose en la teoría general de los sistemas, plantearon una serie de axiomas:

- ❖ Es imposible no comunicar. La no conducta no existe, no hay no conducta.
- ❖ Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y uno relacional o cognitivo. Existe una comunicación digital (verbal, exacta) y otra analógica (no verbal, inexacta).
- ❖ La naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias de la comunicación entre los comunicantes.
- ❖ Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según esté basado en la igualdad o la diferencia.

Como puede observarse se entiende a la comunicación como un proceso permanente en el que existen múltiples dimensiones y que no se lo puede comprender fuera del contexto donde se desarrolla. Además de lo dicho, a partir de estos principios, queda demostrado que el proceso de comunicación es más complejo de lo que otras

teorías exponían, ya que es la relación entre los objetos aquello que es necesario estudiar.

Al igual que las personas, las organizaciones actuales, se presentan al mundo como seres vivos (tienen su historia, evolucionan, se encuentran dentro de un entorno que las influencia produciendo cambios, y al que ellas también modifican) y como tales, ven, la necesidad de comunicar. Tienen como objetivo integrarse a la sociedad que los rodea y con las que interactúan a través de diversos medios.

Tres son los motivos que, según Capriotti (1992), han llevado a las organizaciones a tener la necesidad de comunicarse:

1. Toma de conciencia social: las organizaciones toman conciencia de su calidad de ser social, vivo, que actúa y se relaciona con el entorno; y decide expresarse como tal.
2. La aceleración y masificación del consumo, que genera, tanto una alteración del ritmo de intercambio de bienes y servicios, como una paulatina estandarización de la oferta de los mismos. Para el público se hace cada vez más complicado discernir lo que diferencia a un producto de otro.
3. La saturación del ecosistema comunicativo: esto se debe a la superabundancia de información sobre productos y servicios que dificulta la asimilación de la información que les llega a los individuos y que se ven en la obligación de seleccionar.

Este tipo de comunicación que se desarrolla en las diversas instituciones existentes en nuestra sociedad, se denomina comunicación institucional, y es conceptualizada como “aquellos procesos que fluyen vertical, horizontal y oblicuamente hacia adentro o hacia fuera de una organización, por medio de las cuales las personas integrantes se relacionan entre sí, intercambiando mensajes en busca de armonía y homeostasis” (Avilia Lammertyn, 1997: 188). Para las organizaciones que conviven en el medio social e interactúan con distintos públicos, es de vital importancia trabajar sobre el mencionado proceso, con el objetivo de evitar conflictos, rumores, lograr el apoyo de los ciudadanos quienes juegan un rol importante en la supervivencia de las entidades del siglo XXI.

Teniendo en cuenta lo expresado por Avilia Lammertyn (1997), puede decirse que la comunicación institucional, se conforma por un lado con aquello que se dice y lo que no; por otro, también se va construyendo a través de la acción o inacción de las organizaciones. Dicha afirmación significa que se comunica continuamente, existan o no las estructuras y la planificación necesarias. Para el cumplimiento de los objetivos y la misión, es necesario desarrollar los elementos que se requieren para una comunicación eficiente.

En décadas pasadas este proceso se concebía de forma unilateral, esto significa que partía de un emisor que enviaba un mensaje a un receptor pasivo, y por ende estaba más cerca del concepto de información que de comunicación; actualmente este proceso se transformó en uno de doble vía, donde se investiga constantemente los públicos para lograr una confluencia de intereses y objetivos con la organización.

Como puede observarse, los principios e ideas de la teoría sistémica de comunicación también empapan al proceso de los establecimientos.

La comunicación institucional se encuentra dividida en dos:

- ❖ Comunicación Intra-Institucional o Interna: “proceso integrador entre la dirigencia institucional y todos sus estamentos, buscando que se cumpla una favorable imagen interna” (Avilia Lammertyn, 1997: 207).
- ❖ Comunicación Extra-Institucional o Externa: “aquellas que se realizan para conectar a la institución con aquellos grupos de personas que, si bien no pertenecen a la organización, se vinculan a ella por algún interés común” (Avilia Lammertyn, 1997: 190). Según el mencionado autor, su objetivo es generar una opinión favorable en los públicos externos.

No hay dudas de que la comunicación pasa a jugar un rol primordial a la hora de colaborar en el logro de los objetivos organizacionales, pero para esto debe existir una planificación; además hay que tener presente, que constantemente se emiten mensajes a la sociedad intencionalmente o no, razón por la cual cada decisión debe ser medida y tomada racionalmente.

g.2) RELACIONES PÚBLICAS E INSTITUCIONALES

A lo largo de la historia, los diversos grupos humanos han ido evolucionando y creando asentamientos que con el tiempo se transformaron en urbes que aglutinan a gran número de individuos, organizados bajo determinadas normas y reglas que permiten la convivencia pacífica entre ellos. Al nacer las ciudades actuales y sobre todo luego de la revolución industrial, surgieron nuevas necesidades y las instituciones de todo tipo comenzaron a observar y tener en cuenta nuevos factores que las afectaban ampliamente.

Con la explosión del capitalismo, se observaron varios cambios, como el incremento de la diversidad de productos y servicios ofrecidos, la homogeneización de dicha oferta que hacía muy difícil diferenciar productos similares, la explotación y las condiciones deplorables en las que trabajaban los empleados; además, y como consecuencia de lo expuesto arriba la propia supervivencia de las organizaciones comenzó a correr riesgo e hizo que los conceptos de notoriedad (grado de conocimiento), imagen, posicionamiento, legitimidad y la relación con los grupos de interés pasaran a tener un sitio preponderante.

Ante este panorama, la importancia de la comunicación como el instrumento para entablar vínculos con los grupos que la organización requiere para su desarrollo se hizo indiscutible. La aplicación de estrategias de comunicación permite por un lado que los directivos estén al tanto de lo que sucede en el contexto, en los públicos, y cómo pueden verse afectados; por otro abrir canales que fluyen desde la institución hacia los targets, enviando información y buscando cumplir con los objetivos propuestos.

Los profesionales de Relaciones Públicas, son quienes ejercen la función de comunicación, sea desde dentro de la organización, o desde fuera como consultores. Éstos son personas capacitadas para llevar a cabo dicha tarea. El comunicador se basa en la identidad corporativa, que es el “conjunto de rasgos y atributos que definen su esencia, algunos de los cuales son visibles y otros no” (Villafañe, 1998: 26), y a partir de ella haciendo uso de todas las herramientas pertenecientes a las Relaciones Públicas e Institucionales, trata de crear, mantener o modificar la imagen que se forma en la mente de los distintos públicos; fundamentándonos en lo sostenido por Avilia Lammertyn (1997), la imagen es una representación virtual de lo que se percibe, que se produce dentro de la mente de las personas y se encuentra influenciada por los sentimientos, experiencias, marcos referenciales que cada uno tiene.

Actualmente, existe una multiplicidad de definiciones de Relaciones Públicas que se tuvieron en cuenta a la hora de desarrollar una propia a los fines de este trabajo. A partir de aquí, se las conceptualiza de la siguiente forma:

- ❖ Las Relaciones Públicas e Institucionales son una disciplina, que a través de la investigación de los públicos, se orienta a crear, evaluar y mantener vínculos entre una entidad o sujeto y sus grupos de interés a través de acciones planificadas de comunicación. Tiene como propósito interpretar a las organizaciones, instituciones o individuos ante sus públicos y a éstos ante aquellos, con el objetivo de lograr comprensión, simpatía, apoyo, notoriedad, el posicionamiento de la organización así como una imagen positiva.

Según Wilcox (2006) las palabras clave que caracterizan la disciplina son:

Deliberada: las Relaciones Públicas se diseñan para influir, buscar comprensión, informar y lograr retroalimentación por parte de los públicos.

Planificada: las acciones deben ser organizadas eficientemente, por lo cual se está frente a una actividad sistemática, que requiere investigación y análisis.

Interés del público: las Relaciones Públicas deben beneficiar a los públicos objetivos y a la entidad; ante esta situación cobra especial relevancia la confluencia de intereses.

Función directiva: para cumplir los objetivos eficientemente, las Relaciones Públicas deben formar parte del proceso de toma de decisión. Deben trabajar sinérgicamente desde la alta dirección, en pos del logro de la misión corporativa.

Esta disciplina, a su vez, se encuentra enmarcada en un enfoque multidisciplinario, ya que se halla apoyada en tres grandes pilares, que según Pereyra Parodi (1996) son:

- A. Las ciencias sociales: las Relaciones Públicas, están vinculadas con el estudio y la comprensión del comportamiento humano.
- B. Las ciencias de la comunicación: ya que para cumplir los objetivos que se proponen los relacionistas públicos se requiere de la comunicación. Aquí se ve a la comunicación como medio para el logro de finalidades y no como fin en sí misma.

- C. Las ciencias de la administración: ve a las Relaciones Públicas como la rama de la administración que estudia la interacción social dentro de las organizaciones.

Las Relaciones Públicas e Institucionales, con el correr de los años, han ido desarrollándose en todo el mundo y hoy en día es muy difícil para cualquier institución prescindir de ellas. Pero aquellas, no siempre se implementaron de la misma forma, Grunig y Hunt (2000), fragmentaron la evolución de la disciplina utilizando 4 modelos que a continuación se enumeran.

1. Agente de prensa o publicity: quienes ejercían en este modelo eran periodistas que trabajaban para empresas y buscaban tanto la publicación de informaciones positivas sobre sus clientes como la neutralización de aquellos aspectos negativos. Para estos agentes, la investigación no existía, sólo importaba aparecer en la prensa, aún cuando se tergiversase la realidad.
2. Información pública: pule el modelo anterior ya que aunque la investigación sigue ausente, aquello que se publica en los medios de comunicación debe ser información veraz.
3. Modelo asimétrico bidireccional: incorpora la investigación de los públicos y sus motivaciones tanto antes como después de las comunicaciones. El objetivo es, una vez con los resultados de la investigación, intentar persuadir a las audiencias. Es asimétrico, ya que es el emisor quien busca cambiar la actitud de los grupos objetivos.
4. Modelo simétrico bidireccional: aquí la finalidad ya no es persuadir, sino lograr una buena relación entre emisor y públicos. Quien emite la comunicación puede variar su posición para lograr un mejor vínculo y no espera que los grupos de interés sean quienes siempre deben modificar su actitud. La investigación en este modelo explora la relación con la audiencia tanto antes de realizar la acción comunicacional como después, para observar en que estado se encuentra.

En síntesis puede decirse, que las Relaciones Públicas e Institucionales son, actualmente una disciplina que marca la diferencia en las organizaciones y son cada vez más necesarias, ya que el posicionamiento, el reconocimiento, la importancia de los públicos y su apoyo son algunas de las variables altamente importantes que contribuyen a la subsistencia de una institución. El concepto que para este trabajo se utiliza de

Relaciones Públicas e Institucionales, se encuentra influenciado por el modelo bidireccional simétrico detallado anteriormente.

g.3) COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EXTERNA

En el mundo organizacional actual, la comunicación (como se dijo anteriormente) es una fortaleza y oportunidad de la que no se puede prescindir, y la comunicación institucional externa es de vital importancia a la hora de crear y mantener los vínculos con los públicos externos.

La comunicación institucional externa, antes mencionada, se relaciona con la visibilidad y posicionamiento dentro del público externo, en otras palabras con el ser reconocido por dicho grupo humano y ocupar un espacio en su mente. En casos donde dicho reconocimiento existe se implementan acciones y estrategias orientadas a trabajar sobre la imagen de la organización.

Con respecto al concepto de comunicación institucional externa, es importante destacar que se la considera tanto como un fenómeno social con gran impacto en los seres humanos y sus relaciones; así como un proceso que cuenta con una serie de elementos que se irán explicando en los siguientes párrafos con el objeto de tener una idea más profunda sobre el tema tratado. La comunicación, en las instituciones puede presentarse por un lado en un estado o situación planificada, que implica plantear objetivos y acciones para cumplirlos, donde debe optarse entre diferentes cursos de acción y por otro en una situación de no planificación. En este último caso los mensajes son incoherentes, no responden a objetivos específicos y tampoco colabora en el cumplimiento de la misión.

Retomando el proceso que conforma la comunicación, éste parte de una fuente también denominada emisor, que “constituye el origen de la idea que se intenta transmitir al receptor y sobre ella recae la responsabilidad de la preparación del mensaje, pudiendo ser un individuo o varios, una institución u otra entidad” (Muriel y Rota, 1980: 197). En la comunicación institucional la fuente es la organización desde donde se emite el mensaje. Se entiende por organización o institución, a la “integración de individuos y grupo, en el marco de un orden formal que establece las funciones que ellos deben cumplir” (Etkin, 2000: 3)

El mensaje que se emite, es el conjunto de símbolos que componen el contenido de la comunicación y deben comunicar la identidad de la organización respetando el

principio de coherencia. Éstos pueden presentarse en diferentes formas, entre las que se destacan la palabra escrita, la palabra hablada, sonidos y la comunicación no verbal entre otras; además poseen una frecuencia de emisión, que en otros términos significa el número de veces que la organización produce y envía mensajes.

Siguiendo a Scheinsohn (1997), puede decirse que existen una variedad de clases de mensajes, que se denominan:

- ❖ Intencionales: son aquellos creados a través de un proceso de codificación técnicamente asistido, que tienen por objetivo generar un efecto determinado.
- ❖ No intencionales: dichos mensajes son generados sin que la organización que los emite se lo proponga.
- ❖ Explícitos: en ellos predomina lo denotativo y lo manifiesto, tienen estrecha relación con la información, lo analítico y el conocimiento.
- ❖ Implícitos: lo connotativo y lo tácito es lo que prevalece, expresan significados difusos.
- ❖ Residuales: implican a los mensajes del pasado que ejercen influencia en la actualidad organizacional.
- ❖ Exteriores: se emiten desde otras áreas externas a aquellas en las que la empresa interactúa.

Es necesario, a la hora de emitir el mensaje y continuar con el proceso, contar con un medio o canal, que según Muriel y Rota (1980), es el conducto por el cual fluye el mensaje de la fuente al receptor. Existen dos tipos:

- a) “Directos: son los que no requieren de ninguna clase de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y su receptor es directo, cara a cara.
- b) Mediatizados: requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y el receptor no es directo sino a través de algún vehículo físico externo” (Muriel y Rota, 1980: 218).

A los fines de este trabajo, y centrándonos en el siguiente eslabón del proceso, receptores son aquellos públicos objetivos de la comunicación y se los denomina como “un grupo humano que posee un interés común respecto de la organización, de características transitorias y cuya categorización se dará en relación a la proximidad con la misión institucional” (Avilia Lammertyn, 1997: 129).

Los públicos, siguiendo al mencionado autor, pueden ser divididos en internos, mixtos que a su vez se subdividen en semi-internos y semi-externos y por último en

externos que son aquellos que influyen en la vida de la organización desde una posición de interés relativa. Bajo estos supuestos, los destinatarios de la comunicación, dejan su rol pasivo para tomar un lugar activo en el proceso, creando conjuntamente con el emisor el mensaje.

A través de las acciones de comunicación, las entidades buscan tener algún efecto en sus públicos, esto significa que se procura provocar un cambio en ellos como resultado del proceso. Según Muriel y Rota (1980), son tres las áreas en las que pueden producirse efectos:

- a) En el conocimiento del receptor.
- b) En la actitud del receptor.
- c) En la conducta manifiesta del receptor.

Es importante detenerse sobre las acciones de comunicación institucional externa existentes. Éstas son definidas como “todas aquellas tácticas de comunicación institucional que se efectúan con los grupos de interés externos y semiexternos” (Avilia Lammertyn 1997: 191). Siguiendo la clasificación presentada por el mencionado autor, en los siguientes puntos se describirán las acciones más características de las Relaciones Públicas e Institucionales:

- ❖ Papelería y diseño institucional: publicaciones, membretados, tarjetas, formularios y demás sitios donde se aplica el isologotipo.
- ❖ Publicidad institucional: el contenido de la misma se refiere a la organización, sus características y actividades.
- ❖ Avisos en TV, gráfica, radio y vía pública:
 - TV: se hace uso de spots de larga duración donde se expresan la filosofía, valores, integrantes entre otras características.
 - Gráfica y vía pública: se las utiliza para dar apoyo a los spots de la TV. También pueden usarse individualmente, como acción en sí.
 - Radio: es el canal que menos se usa en las campañas de tipo institucional.
- ❖ Internet: en este medio se integra texto junto a sonido, videos, fotos u otras opciones permitiendo al Relacionista Público innovar y llegar a un público mayor.

- ❖ Folletos institucionales: son un canal en el cual se inserta información de la institución conjuntamente con fotos o gráficos. El profesional de las Relaciones Públicas e Institucionales está a cargo de la redacción y creación de la idea general.
- ❖ Stands: las exposiciones son un buen lugar para hacer contactos y dar a conocer la organización, para ello es necesario contar con un stand que comunique la personalidad de la institución.
- ❖ Prensa: el Relacionista Público es tanto el nexo entre medios e institución como la fuente de información de mayor confiabilidad, existe una variedad de modos de entrar en contacto con los medios:
 - Gacetillas: texto que la organización envía a los medios con información específica que se publica gratuitamente.
 - Artículos periodísticos: en ocasiones, por iniciativa propia o de los medios, los profesionales de las Relaciones Públicas e Institucionales realizan artículos sobre alguna temática particular y luego lo envía a los medios.
 - Solicitadas: esta táctica implica la compra de un espacio en los medios para que la organización emita su opinión sobre alguna temática.
- ❖ Sponsorship: es cuando una organización apoya y ayuda en alguna causa o a alguna otra entidad en proyectos o actividades que se vinculen con su identidad institucional.
- ❖ Newsletter: escrito breve de bajo costo de edición que cuenta con información exclusiva, pueden venderse o enviarse por mailing.
- ❖ Eventos: el Relacionista Público cuenta con una multiplicidad de eventos para realizar, éstos deben responder al plan integral de comunicación y tener objetivos claros:
 - Exposiciones
 - Charlas
 - Agasajos
 - Aniversarios

- Visitas guiadas

- ❖ Mailing: permite un contacto de tipo directo con los públicos. Pueden encontrarse mails de distinta índole, dependiendo del objetivo que se busca lograr.

Retornando al proceso de comunicación, existe una fase de retroinformación, se denomina así a la respuesta del público al mensaje emitido por la fuente (institución). La organización utiliza esta información para realizar correcciones o ver como mejorar el proceso comunicativo, buscando lograr así la mejora continua que lleva a la eficiencia organizacional y creando una interacción constante de roles y mensajes, reconociendo en el otro a un interlocutor válido, que presenta una actitud activa.

Un último tema que debe ser desarrollado, que se encuentra íntimamente ligado a la comunicación institucional externa, es el de la identidad visual institucional. Por identidad visual se entiende a “un conjunto de características físicas reconocibles perceptiblemente por el individuo como unidad identificadora de la organización” (Capriotti, 1992: 118).

La identidad visual para Capriotti (1992), está integrada por un conjunto de elementos:

- a) Símbolo: es la figura icónica que tiene por objetivo representar a la institución. Éste puede ser una representación realista, figurativa no realista, pictograma o una representación abstracta.
- b) Logotipo: se denomina así al nombre de la organización que se encuentra escrito de forma especial.
- c) Colores identificatorios: se refiere a la gama cromática que identifica a la organización.
- d) Tipografía: es el tipo de letra que la organización diseñó especialmente o eligió para que la represente.

En ciertas ocasiones, cuando las instituciones se enfrentan a importantes cambios, la identidad visual se modifica para acompañar esta evolución. De esta forma las organizaciones comunican su nueva identidad a sus públicos buscando nuevas connotaciones.

Como puede observarse, la identidad visual, es un componente más de la comunicación institucional que colabora a la hora de posicionar institucionalmente a una organización ante sus públicos. Por ello es imprescindible, tanto durante su creación

como en su aplicación, respetar el eje comunicacional presentando así una plataforma de comunicación coherente y eficiente.

Teniendo en cuenta lo desarrollado en los apartados anteriores, es de vital importancia destacar que, es responsabilidad del profesional de Relaciones Públicas e Institucionales planificar el proceso de comunicación para crear y mantener los vínculos con los públicos objetivos y así cumplir con los objetivos de las entidades corporativas. Por esto, los elementos que lo integran deben ser estudiados para diagnosticar en qué situación se encuentran, y de ser necesario perfeccionarlos. Sólo de esta forma se podrá ir adecuando la estrategia comunicativa, una de las piedras angulares a la hora del cumplimiento de la misión de la institución.

g.4) POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL O CORPORATIVO

En el presente apartado, se desarrollará el tópico posicionamiento institucional. Dicho concepto que, se encuentra íntimamente ligado a los desarrollados anteriormente, se originó según Scheinsohn (1997) en los comienzos de los años 70 luego de los estudios llevados a cabo por Al Ries y Jack Trout. A través de los años la noción de posicionamiento fue evolucionando, y es en la sociedad actual, donde comienza a ocupar un lugar destacado, ya que las organizaciones requieren de una posición adecuada en la mente de sus públicos para lograr su misión.

En este trabajo, siguiendo a Scheinsohn (1997), se entiende por posicionamiento el conjunto de actividades que se instrumentan desde la organización con el objetivo de lograr una posición favorable en la mente de los públicos. Desde la perspectiva de Tirón y Cavallo¹, es la comunicación, como herramienta de gestión la que tiene como objetivo primordial el posicionamiento de la institución. Asimismo, dicho posicionamiento se alcanza a través de la implementación de políticas y estrategias comunicativas eficientes que trabajan sinérgicamente con el resto de áreas de una institución. Se requiere de un abordaje integral desde la entidad que comunique un mensaje coherente a los públicos.

Cuando se trabaja sobre el posicionamiento de un ente, se hace hincapié en aquellos conceptos e ideas que existen en la mente de los públicos; el comunicador pretende reforzarlos y lograr, como manifiesta Scheinsohn (1997) una revinculación a

¹ <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/687/68730506.pdf>

favor de la organización. En consonancia con lo anterior, es necesario destacar que el posicionamiento, como sostienen Ries y Trout (2000), requiere de constancia y trabajo permanente por parte de los profesionales de la comunicación.

Teniendo en cuenta el aporte realizado por Scheisohn (1997), se puede hablar de tres posiciones mentales o mindset que ocupa una organización en la mente de los públicos:

- ⑥ Mindset actual: es considerada la posición que ocupa la institución en los públicos en un determinado momento.
- ⑥ Mindset meta: es el posicionamiento que la institución se propone.
- ⑥ Mindset ideal: simboliza los atributos que el público espera de la organización.

Las entidades, con el objetivo de compatibilizar el Mindset Actual con el Ideal, definen un Mindset Meta. Cuanto más se acerque el Mindset Actual al Mindset Meta, mayor será la posibilidad de posicionarse en el lugar deseado.

A modo de síntesis, puede decirse, que el posicionamiento indica el lugar que se ocupa en la mente de los públicos y es ahí donde radica su importancia; por lo expuesto es necesario conocer los atributos que los individuos esperan de la organización así como los propios a fin de obtener una concordancia entre ellos que permitan lograr esa posición buscada.

Son los profesionales de las Relaciones Públicas e Institucionales, los encargados, a través del análisis e investigación, de profundizar por un lado en los aspectos que los públicos esperan y por otro en los atributos con que cuenta la institución. Esto permite diagramar y gestionar políticas y estrategias comunicativas que constituyan un posicionamiento institucional adecuado que coadyuve al cumplimiento de la misión.

A modo de cierre de este marco teórico de referencia, es relevante sostener que las Relaciones Públicas e Institucionales en general y la comunicación institucional externa en particular son una disciplina y herramienta que deben ser aplicadas y planificadas adecuadamente para lograr el posicionamiento institucional adecuado y por ende el éxito en todo tipo de organización, sea esta una empresa o una asociación civil sin fines de lucro. El desafío es que quienes forman parte de esas instituciones reconozcan su importancia para lograr tener organizaciones más eficientes y comprometidas con sus públicos.

h) Diseño Metodológico de Investigación

h.1) FICHA TÉCNICA

Cobertura Geográfica	Rawson, Chubut
Tipo de Investigación	Exploratorio
Metodología a utilizar	Cualitativa
Técnica de recopilación	Entrevista en profundidad Observación guiada
Instrumento	Guía de pautas Guía de observación
Población	a) Delegados de las instituciones representativas. b) Representantes de la comisión directiva del Aero Club Rawson
Procedimiento muestral	No probabilístico Intencional
Muestra	a) 8 b) 2

h.2) APROXIMACIONES METODOLÓGICAS

Tipo de investigación

A los fines de este trabajo, se llevará a cabo una investigación de tipo exploratoria, las cuales, según Vieytes (2004), comienzan cuando, luego de relevar los antecedentes, surge que existe poco conocimiento sobre el mismo. Tienen como objetivo aclarar la naturaleza del problema o de alguna de sus variables, buscan aspectos nuevos.

Este tipo de investigación, tiene la característica de ser flexible, ya que permite trabajar con diversas alternativas de desarrollo que se irán definiendo y redefiniendo en las continuas evaluaciones. Es necesario destacar, que aunque este tipo de estudio es relevante en si mismo, toda investigación pasa por una etapa exploratoria, y los recursos propios de la exploración (fuentes bibliográficas, documentales y datos secundarios; exploración con métodos y técnicas cualitativas) son adecuados para dar comienzo a cualquier indagación.

Metodología:

La investigación que se realizará, se enmarca en la metodología cualitativa. Ésta, siguiendo a Vieytes (2004) trabaja con sucesos complejos que tratan de describirse en su totalidad. Los investigadores, estudian la realidad dentro de su contexto y buscan dar sentido e interpretar los fenómenos, prestando especial atención a cómo los sujetos piensan y qué significado poseen sobre el tema de investigación.

Esta metodología, necesita un entendimiento profundo del comportamiento humano, ya que busca explicar las diversas razones que pueden ser causales de dicha conducta. En síntesis, procura llegar a una descripción holística, analizando con máximo detalle un asunto particular.

Técnica de recopilación de datos

Para la realización del presente trabajo, se ha decidido emplear las técnicas de recolección de datos que a continuación se detallan.

Entrevista en profundidad: son de tipo flexible y dinámicas, según Vieytes (2004) puede decirse que, constituyen una narración conversacional entre entrevistador y entrevistados. Se tiene como objetivo captar aquello que es importante en la mente de los informantes, su visión y percepción del mundo.

Existen diferentes tipos de entrevistas, en este caso se utilizarán las individuales; el entrevistador se enfrenta con un sujeto quien será su fuente de información.

Las entrevistas se aplicarán, por un lado a la comisión directiva, y por el otro a los representantes de las entidades representativas de la ciudad de Rawson. A través de su utilización, se busca obtener información sustentable que permita llevar a cabo el análisis necesario.

Observación: es una técnica a través de la cual el investigador entra en contacto directamente con el objeto de investigación mediante el empleo de sus propios sentidos. En la presente investigación la observación será realizada en base a una guía de pautas diseñada previamente que permita relevar los datos necesarios para el desarrollo del trabajo¹. En este proyecto se observarán los medios o canales, los mensajes y los elementos de la identidad visual corporativa.

Población

Es, según Vieytes (2004), el conjunto total de individuos u objetos que poseen alguna característica común observable en un lugar y momento determinado. En este caso, la población está conformada por las entidades representativas de la ciudad de Rawson, dentro de las cuales se encuentran asociaciones civiles, clubes deportivos, culturales y sociales, establecimientos educativos, asociaciones vecinales e instituciones benéficas. El total de la población es de 50 entidades.

Otro público a indagar es el conformado por los integrantes de la comisión directiva. Ésta cuenta con un total de 6 personas de las cuales se entrevistarán a 2.

¹ <http://www.gruposaludgtz.org/proyecto/pass-gtz/calsap/Documents/Estudios-Cualitativos.pdf>.

Procedimiento muestral

El tipo de muestreo que se utilizará es el denominado intencional. Se caracteriza, según Vieytes (2004), por no obedecer reglas fijas, ni especificar de antemano el número de unidades a seleccionar.

Muestra

Se denomina así, según Quivy y Campenhoudt (1999), a un subconjunto de una población que comparte sus características en los aspectos de interés para la investigación. En este trabajo la muestra estará conformada, por un lado, por los niveles jerárquicos más altos de la comisión directiva del Aero Club Rawson.

Por otro, está la muestra que representa la población de las entidades representativas que fueron divididas arriba, y que estará conformada por dos de cada una de esos grupos.

En el caso de las entidades representativas, se entrevistará a los sujetos que ocupen las jerarquías medias organizacionales.

GUÍA DE PAUTAS PARA AEROCLUB RAWSON

1. Organización

- 1.1. Historia del Club.
- 1.2. Finalidad de la institución.
- 1.3. Estructura y organización del Aero Club Rawson.
- 1.4. Actividades que se realizan en el Aero Club.

2. Comunicación

- 2.1. Importancia de la comunicación para la organización.
- 2.2. Área o encargado de comunicación.
- 2.3. Relación del Aero Club Rawson con otras entidades.
- 2.4. Públicos del Aero Club.
- 2.5. Objetivos comunicacionales.

3. Comunicación Institucional

- 3.1. Objetivos.
- 3.2. Características de los mensajes (Contenido, coherencia, frecuencia).
- 3.3. Medios que utilizan para hacerse conocer.
- 3.4. Encargado de confeccionar los mensajes y seleccionar medios.
- 3.5. Efecto que quieren lograr sobre el público objetivo.
- 3.6. Información que buscan difundir.

GUÍA DE PAUTAS PARA ENTIDADES REPRESENTATIVAS

1. Institución Representativa

- 1.1. Historia de la organización
- 1.2. Estructura y organización.
- 1.3. Características
- 1.4. Actividades
- 1.5. Actividades que realiza el delegado durante su tiempo libre

2. Conocimiento

- 2.1. Clubes que conoce de la ciudad. (Si no nombra al Aero Club, preguntarle por él)
- 2.2. Tipo de relación que tiene con los clubes. (Socio, colaborador, visitante)
- 2.3. Actividades que se pueden llevar a cabo en el Aero Club Rawson.
- 2.4. Eventos que realiza el Aero Club Rawson.
- 2.5. Opinión sobre el Aero Club.
- 2.6. Motivos y expectativas por los cuales se acerca a los clubes.

3. Medios

- 3.1. Medios por los que se informa.
- 3.2. Medios a través de los cuales se vincula con el Aero Club u otros clubes.

GUÍA DE OBSERVACIÓN

Comunicación Institucional Externa

Medios o canales

Medios utilizados	Mediatizados	Directos	Comentario
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Libros ➤ Periódicos ➤ Revistas ➤ Folletos, publicaciones institucionales y volantes ➤ Cartas y papelería ➤ Radio ➤ Cine ➤ Cartelera ➤ Tv ➤ Teléfono ➤ Internet - E-mail - Sitio web - Newsletter virtual - Otro 		

Cantidad de medios utilizados	1	2	3	4	Más de 4		
	Coherencia entre medio utilizado e información emitida	Existe		No existe		Comentario	
Señalética del lugar	Existe		No existe		Respeto la identidad visual Si No	Información que provee	Comentario

Mensajes

Tipo de mensajes emitidos	Intencional	No intencional	Explicito	Implicito	Exterior	Residual
Frecuencia de los mensajes	1 o más por día	1 o más por semana	1 o más por mes	Otro	Detalle	
Coherencia de los mensajes	1		2	3	4	
Contenido	Informativo		Persuasivo	Informativo y persuasivo	Detalle	
Se respetan el uso del isologotipo u otros elementos de la identidad visual.	Si		No	Detalle		

Identidad Visual Corporativa

Existencia de isologotipo	Si	No		Comentario
Tipo de letra utilizado	Legible	No legible	Grosor Fina Media Gruesa	Comentario
Colores que presenta	Cálidos Rojo Amarillo Verde Naranja	Fríos Azul Violeta Negro	Neutrales Gris Blanco	Comentario
Respeto de la identidad visual en los diversos medios	Todos	Algunos	Ninguno	Comentario
Respeto de la identidad visual en las instalaciones	Si	No	Comentario	

i) Análisis de datos

Análisis del Aero Club Rawson

Análisis de los mensajes:

Analizando las entrevistas realizadas a los integrantes de la Comisión Directiva, puede observarse que el Aero Club Rawson emite diversos tipos de mensajes y en diferentes formas (Anexo 3). Por un lado, la institución envía mensajes intencionales en ocasiones determinadas, y sólo lo hacen ante una necesidad detectada (Anexo 4). Con lo anterior se quiere decir que el Aero Club entabla una comunicación con sus públicos ante situaciones especiales que acontecen, no existe planificación previa, ni una continuidad; por ejemplo en casos de festivales aéreos o de actividades se convoca a algunos medios o se envía algún tipo de gacetilla.

A través los datos relevados, se observó una variedad de mensajes no intencionales expresados por medio de las actividades que se realizan y las costumbres del club, condiciones que conllevan a que algunos ciudadanos vean a la organización como cerrada, perteneciente a una elite y que no está al alcance de todos. Los mensajes son explícitos, y generalmente informan sobre eventos o egresos de pilotos.

Características de los mensajes	
<i>Entrevistado 1</i> El Aero Club se comunica por eventos. Los mails son comunes, o sea la plantilla del Outlook donde ponemos lo que queremos avisar y va a nombre del presidente de turno en ese momento, los carteles que por ahí se hacen también son comunes, se imprimen en una hoja de papel blanco con la información sobre el festival.	<i>Entrevistado 2</i> En nivel de medios, el aeroclub debe estar saliendo 6 ó 7 veces al año, con una concentración muy grande cuando se está cerca del festival Los mails son comunes, pero todo lo que es notificación hacia entes gubernamentales y demás, sí tenemos un patrón de logotipo, de formato.

En relación a la frecuencia de emisión, debe decirse que no existe una determinación en la misma. Al no contar con un plan a seguir con respecto a qué comunicar, la frecuencia depende de las situaciones emergentes, viendo que se incrementan las gacetillas y entrevistas con los medios al acercarse alguna actividad (Anexo 4). Puede decirse que los mensajes son emitidos bajo necesidad, no se observa una actitud proactiva.

La mayoría de los mensajes presentan cierta coherencia a nivel informativo, ya que contienen el mismo tipo de datos, en este caso es siempre sobre festivales y graduaciones, y además tienen un mismo estilo de redacción, esto se debe a que es la misma persona la que se encarga de hacerlo. No se observa coherencia a nivel de diseño de los medios por los cuales se envían los mensajes, ya que según se relevó, sólo algunas notas dirigidas a entes gubernamentales o no gubernamentales, presentan el isologotipo, la misma tipografía, la misma estructura y características. Los mails o los carteles (cuando se utilizan) exponen la información necesaria que el club quiere difundir pero no se observan los parámetros comunes de las notas, creando así una disonancia en la identidad visual corporativa.

En concordancia con lo dicho anteriormente, la estructura edilicia tampoco respeta la identidad visual corporativa, ya que por un lado presenta en sus exteriores el nombre antiguo del club; por otro no existe la señalética institucional que informe al visitante sobre el lugar. En las fotos subsiguientes puede observarse lo sostenido en este párrafo.



Frente del Aero Club Rawson

Vista panorámica del Aero Club Rawson



Continuando con el análisis, debe decirse que existe en el club un encargado de diagramar y diseñar los mensajes que el Aero Club emite a la ciudadanía y éste es el Secretario de la institución. Ante la necesidad de comunicar, él se ocupa de relevar la información importante, que en su mayoría son datos sobre algún festival aéreo, y contacta a los medios que puede, o tiene acceso.

Área o encargado de comunicación	
<i>Entrevistado 1</i>	<i>Entrevistado 2</i>
Es el actual secretario del Aero Club quien se encarga de informar todo lo necesario.	El que se ocupa de todo esto es generalmente el secretario o sea Franco que tiene mayor contacto con los medios o cuando hablo con gente conocida que tengo en los medios

Objetivos	
<i>Entrevistado 1</i>	<i>Entrevistado 2</i>
Se busca que la gente se acerque, mostrar como es el Aero Club y llevarlos a volar.	Dar a conocer las actividades que realiza, lo que ocurre es que después esos objetivos, tal vez porque las metas no están bien proyectadas o están mal propuestas, no se logra el objetivo final de largo plazo.

Teniendo en cuenta las entrevistas, el eje del contenido de los mensajes es tratar de que la ciudadanía se acerque, que visite el lugar, que conozca lo que se puede hacer y que pase un momento agradable aunque no tenga los medios o las posibilidades para volar o practicar el aeromodelismo, así como también el paracaidismo. Por eso, los mensajes en general apuntan por una parte a difundir los eventos que se realizan, que son gratuitos, abiertos a todo el público y en los cuales puede disfrutarse de todas las disciplinas que se desarrollan en el club; asimismo se busca exhibir a sus alumnos-pilotos destacados cuando obtienen un título nuevo, para que las personas de la ciudad, que puedan acceder, vean en la aviación una profesión (Anexo 4).

Finalidad de la institución	
<i>Entrevistado 1</i>	<i>Entrevistado 2</i>
Preparar pilotos para una futura carrera, o por deporte. Tenemos otras actividades como aeromodelismo y paracaidismo que es muy poco lo que hay, porque no hay instructor de paracaidismo. El aeromodelismo se practica más por divertimento que como escuela	El Aero Club es un ente, sin fines de lucro que tiene como objetivo fomentar la actividad aérea en la sociedad. Es algo que institucionalmente nos cuesta mucho porque siempre la actividad aérea en toda sociedad estuvo relacionado con un grupo de personas de cierto estrato social, que es un poco lo que se está tratando de desterrar

En relación al párrafo anterior, los objetivos que se persiguen con los mensajes, aunque no estén explicitados en ningún lado, son llegar a la comunidad para que visite el club, conseguir nuevos socios y difundir la actividad. Además existen objetivos de tipo económico ya que también se aspira a que la gente vaya al club, se asocie y vuele porque esto genera un margen de utilidad necesario para mantener las instalaciones.

Análisis de los medios o canales:

El Aero Club Rawson hace uso, para emitir sus mensajes, de canales mediatizados y directos. Entre estos últimos se destacan los festivales aéreos y las charlas que se brindan en torno a contenidos relacionados a la aviación, tanto en sus instalaciones como en otras, por ejemplo colegios de la ciudad. Una mención aparte requiere las visitas a comercios a través de la cual se invita a que participen de los eventos ya sea como público o como sponsors.

Medios que utilizan para hacerse conocer	
<p style="text-align: center;">Entrevistado 1</p> <p>Los diarios, tanto El Chubut como Jornada. A veces se hizo apariciones en algún programa de televisión pero como invitados. También hemos asistido a programas de radio para comentar sobre algún festival.</p>	<p style="text-align: center;">Entrevistado 2</p> <p>Damos a conocer a través de afiches y demás el festival cuando se realizan, que se realiza, porqué y demás. Los diarios que más usamos son el Chubut, Jornada, el diario de Rawson, de Madryn que son de mayor difusión, por más que nosotros, cuando hacemos los boletines de prensa se los enviamos a todos los medios, y después las radios AM lo que es LU20 y radio 3 a las dos participan, y las FM locales la invitación se hace a todas. La utilización es una utilización muy objetiva en el sentido de que usamos los diarios cuando invitamos a la gente a participar en los festivales o damos a conocer los festivales, y sino cuando se recibe algún piloto digamos no hay otro tipo de comunicación.</p>

Los canales mediatizados utilizados por el club son diarios provinciales (El Chubut y Jornada), diario de la ciudad (Diario de Rawson), radios de Rawson (FM Bahía Engaño, FM Sonik, FM Tropical y Radio Rawson), además de aquellas de amplitud modulada entre las que se destacan LU20 y Radio 3. En ciertas oportunidades, se ha participado de programas de televisión emitidos por el canal 3 o 7. Por lo general se trata de generar actividades para que los medios se acerquen y realicen entrevistas, filmen y saquen fotos. En otras oportunidades, como se dijo anteriormente se envían gacetillas para que publiquen. Se trabaja de modo tal que no existan costos para el Aero Club.

En este caso, es el secretario quien está a cargo del contacto con los medios, además de ocuparse, como se dijo previamente, de la confección de mensajes y su emisión. No existe una selección racional sobre los canales más apropiados para llegar a los públicos de interés, sino que se envían a todos los medios que se tiene acceso una misma gacetilla o comunicado y se trata de que la difundan. A través de las visitas al Aero Club también se observó que tampoco se tiene en cuenta las secciones que conforman los periódicos y que pueden adaptarse mejor al tipo de información que el Aero Club envía.

En síntesis puede decirse que el Aero Club utiliza como canales a los medios masivos de comunicación en su mayoría, dejando de lado otro tipo como pueden ser los no mediatizados, o los directos pero no masivos. Frente a este escenario, en varias oportunidades los mensajes emitidos se pierdan entre el resto de informaciones que suministran las FM o diarios de la ciudad.

Análisis de los tipos de receptores:

En este apartado se analizará quienes son, según los representantes entrevistados del Aero Club, sus públicos de interés.

A través de las entrevistas pudo determinarse que existen distintos públicos con los que el club actualmente tiene algún tipo de relación o les interesa tenerla. Entre los destacados se mencionaron entes gubernamentales tanto municipales como provinciales y la comunidad rawsense, a la que buscan llegar para que conozcan el club y sus actividades.

Públicos del Aero Club Rawson	
<i>Entrevistado 1</i>	<i>Entrevistado 2</i>
El gobierno municipal, y en casos el provincial y la comunidad de Rawson, que es quien nos interesa que se acerque a conocernos.	Públicos que nos interesan, nos interesan todos, porque la actividad aérea no está limitada a cierto tipo de gente, la limitante te lo pone tu estado psicofísico.

Debe decirse que no existe ninguna división dentro del público en base a edades, sexo u otra variable. Según los argumentos de los socios, les interesan las personas que forman parte de la ciudad de Rawson en general, esto se debe a que, según la perspectiva de la Comisión Directiva del Aero Club, todos de alguna manera pueden acercarse ya sea a volar, visitar, practicar aeromodelismo, paracaidismo, presenciar charlas, festivales u otros eventos.

Relación del Aero Club Rawson con otras entidades de Rawson	
<i>Entrevistado 1</i>	<i>Entrevistado 2</i>
El Aero Club no tiene ningún tipo de relación con otras entidades o asociaciones civiles. A veces, se piden subsidios a provincia, una ayuda a la municipalidad.	Con las otras sociedades civiles es nula, no existe, porque de las otras asociaciones no se acercan y nosotros tampoco nos acercamos a ellos. Sí tenemos una relación, constante con la parte gubernamental, con la provincia y la municipalidad

Con respecto al público de los entes gubernamentales, éstos son importante para el Aero Club por su aporte, ya sea monetario o en suministros, por ejemplo combustible. La relación que se mantiene con este grupo objetivo es mayor; en distintas oportunidades se solicitan subsidios para mantenimiento o algún otro tipo de ayuda cuando se realizan eventos.

Se puede deducir de las entrevistas, que la Comisión Directiva es conciente de que existen determinados grupos a los que apuntan, y pretenden de alguna manera, lograr en ellos un efecto particular; apoyo en el caso del gobierno y el conocimiento que genere una posible visita de la comunidad. Además reconocen la importancia del público interno, conformado por los socios, con los que tienen una relación más continua y profunda.

Actualmente, se observa la importancia que tiene para el Aero Club, la ciudadanía rawsense, durante todas las entrevistas, se expresó el objetivo de tener una mayor llegada a dicho grupo. Todo club, necesita el apoyo y colaboración de su comunidad, y para ello es necesario hacerse conocer y lograr su captación. En cierto modo la organización no está emitiendo mensajes claros a fin de cumplir con tal cometido.

Análisis de los efectos buscados:

Desde la entidad se busca tener un efecto sobre el conocimiento de los ciudadanos de Rawson, para que al vincularse con la información emitida pueda nutrirse sobre las actividades y servicios que se brindan y se genere así un posicionamiento institucional eficiente; tratando además, forjar un interés en la comunidad para que se aproximen a las instalaciones.

Efecto que quieren lograr sobre el público objetivo	
<i>Entrevistado 1</i>	<i>Entrevistado 2</i>
Se busca que la gente conozca el aeroclub y se acerque, porque la gente no se acerca mucho, porque el aeroclub está visto como algo que es para pocos, para unos privilegiados o sea gente de plata normalmente y no como un lugar al que cualquiera se puede arrimar y aunque sea darse una vuelta en el avión.	Se quiere informar sobre las actividades que se llevan a cabo para que la gente se acerque sea como piloto, aeromodelista o por un espectáculo. Esa es la meta final que se persigue con las apariciones en los medios y los festivales que hacemos.

Según lo relevado, desde el club se tiene la perspectiva de que los individuos no se acercan porque ven al Aero Club como una institución elitista que no es accesible para todos. Por ello es que la organización quiere que los habitantes puedan informarse adecuadamente, para mitigar esta percepción.

A pesar de lo dicho anteriormente, desde el club no se realizan las acciones necesarias para lograr los efectos en el conocimiento de los receptores objetivos; y las pocas que se llevan a cabo, entre las que se encuentran las gacetillas y eventos, no son planificadas adecuadamente.

Actualmente el objetivo primordial que tiene el club es, como se explicó, lograr un efecto en el conocimiento de los ciudadanos de Rawson, que permita acceder a una posición en la mente de los públicos favorable y motivar así un acercamiento de cualquier tipo, sea como socio, espectador, colaborador, etc.

Información que busca difundir	
<i>Entrevistado 1</i>	<i>Entrevistado 2</i>
Que la gente sepa cuando arrancan los cursos de la escuela de vuelo, cuando se realizan festivales y otras festividades además quienes son los pilotos de la ciudad que se reciben. También es importante que la gente conozca donde queda, los horarios en los que se puede visitar y que otras actividades se pueden hacer.	La actividad aérea en su conjunto, o sea la actividad de aeromodelismo la aérea en sí, y dar a conocer lo servicial que puede ser la actividad aérea desde todo punto de vista. La parte recreativa, turística, social en el sentido de estar trabajando mancomunadamente hacia necesidades específicas o no que pueda tener la sociedad, cuando ocurren catástrofes naturales, humanas.

Para lograr este tipo de efecto, desde la comisión, se desea emitir la información relacionada con los cursos de vuelos, festivales, pilotos recibidos, las actividades de aeromodelismo y los servicios sociales que se pueden brindar. Además es de vital importancia que se de a conocer su ubicación y datos relativos a visitas, vuelos de bautismo y charlas.

Análisis de las entidades representativas

Análisis de los medios:

Basándonos en los datos analizados, puede observarse que existe un consumo amplio de medios. Los ciudadanos, recurren a la hora de informarse, en primera instancia a los diarios, tanto provinciales (El Chubut y Jornada), como al de la ciudad de Rawson que tiene una periodicidad semanal. Conjuntamente se nutren de las radios, que actualmente son cinco, de entre las cuales se observa una clara preferencia por la FM Bahía Engaño (104.1), en parte por la trayectoria, ya que fue la primera de la ciudad y cuenta con una alta credibilidad.

Medios por los cuales se informa			
<i>Entrevistado 1</i>	<i>Entrevistado 2</i>	<i>Entrevistado 3</i>	<i>Entrevistado 4</i>
Me informo a través de la radio, el diario. El Chubut de Rawson saca muy poco y Jornada no lo leo. La Radio que escucho es Bahía Engaño o tropical.	A nivel local con los diarios locales, El Chubut y eventualmente el Jornada. Las radios locales en realidad no tengo una predilección.	Escucho la radio, la 104.1 básicamente, y diarios leo El Chubut y ocasionalmente el Jornada y obviamente leo clarín, infobae, La Nación por Internet.	Me informo mucho escuchando Bahía Engaño, la FM de Aldo Vega. Diario leo poco y el que compro es el Jornada.

Teniendo en cuenta a los entrevistados, puede observarse que existe, entre los diarios, un mayor consumo de El Chubut por sobre Jornada, situación que puede comprobarse ante la diferencia en la cantidad de ventas de uno y otro (Jornada: 2.700 ejemplares por día de lunes a sábado; El Chubut: 4.000 ejemplares por día de lunes a sábado). Un punto a destacar es que las personas no se informan a través de los canales provinciales (Canal 7 Provincial y Canal Chubut TV de propiedad privada). De los entrevistados ninguno dijo consumir los canales locales y sólo uno por su labor profesional los nombró.

Medios por los cuales se informa			
<i>Entrevistado 5</i>	<i>Entrevistado 6</i>	<i>Entrevistado 7</i>	<i>Entrevistado 8</i>
Me informo con todos los medios. Hay muchos medios de comunicación en Rawson y en Chubut, hay 6 diarios. En Rawson está FM Bahía Engaño que es la que más se escucha y la primer Radio de FM de la ciudad, después esta Radio Rawson, Sonik, FM Tropical, hay otra de una Iglesia Evangélica y FM Capital. Existen dos canales, Chubut TV y Canal 7. Además en los últimos años se vio un incremento del uso de Internet como medio para informarse, de hecho todos los medios tienen su página que se actualiza constantemente.	Principalmente leo los diarios nacionales por Internet, cuando estoy en el trabajo, además escucho mucho la radio Bahía Engaño, diarios en papel no leo mucho, por ahí el fin de semana compramos el Jornada.	Leo el diario El Chubut y radio escucho cualquiera, igual no escucho mucho. Y uno se entera también por lo que se comenta, siempre hay alguien que leyó el diario o vio algo.	De acá leo El Chubut todos los días, también leo Jornada o Rawsonline por Internet y escucho Bahía Engaño de vez en cuando.

Internet es un canal que está cobrando cierta relevancia como medio de información, y cada vez son más las personas, y sobre todo jóvenes, que recurren a dicha herramienta para saber lo que sucede a su alrededor.

Retomando la cuestión de los diarios, algunos de los entrevistados sostuvo que la sección dedicada a la ciudad de Rawson es cada vez menor, por lo cual debe recurrir a otros medios para informarse. El consumo de medios, en este caso, está relacionado con el rango etario al que pertenece cada uno de los ciudadanos; así puede observarse que las personas mayores recurren al diario y a la radio, mientras que los más jóvenes a la hora de informarse se vuelcan hacia Internet y la radio en segundo lugar.

Medios a través de los cuales se vincula con el Aero Club u otros clubes			
<i>Entrevistado 1</i> Me enteré por Radio del torneo nacional que se hizo el fin de semana pasado en Germinal, en realidad de todo me entero por la Radio. Mis nietas por ahí también me cuentan, porque ellas juegan al hockey.	<i>Entrevistado 2</i> Mi relación con otras asociaciones civiles o con los clubes de Rawson es por lo general a través de mi función en los bomberos. En realidad la relación se da por los bomberos, ya sea porque necesita que nosotros colaboremos o por los mismos chicos que comentan que hacen y donde.	<i>Entrevistado 3</i> De lo que sucede en otros clubes me entero por la radio si dice algo, o por ahí cuando leo la sección deportes.	<i>Entrevistado 4</i> Yo esto lo conocí ahora, desde que tengo a mi hijo metido ahí, imaginate que antes yo pasaba todos los días cuando iba y venía de Playa Unión y no sabía lo que había. Pero me relacione con el Aero Club por un acercamiento familiar. Y sobre Bigornia por ejemplo se lo que pasa por la revista que nos llevan o por mis nietos que van.

En relación a los medios que se utilizan para informarse sobre lo que sucede en los clubes, la mayoría de los entrevistados sostuvo que es a través de los diarios, la radio y el boca a boca, que se enteran de las novedades. En ciudades pequeñas como Rawson, los ciudadanos recurren mucho al boca a boca, esto es que uno que asiste comenta a otro sobre algo en particular y así se produce un contagio informativo viral.

Medios a través de los cuales se vincula con el Aero Club u otros clubes			
<i>Entrevistado 5</i> Básicamente es por la gente que me cuenta o por lo que aparece en los medios que me entero de lo que sucede en Rawson o alguna de sus instituciones.	<i>Entrevistado 6</i> Yo de lo que pasa en Germinal se por mis hijos, y de los otros clubes también se por lo que comentan mis amigos o compañeros de trabajo que por ahí van.	<i>Entrevistado 7</i> Me entero por lo que dicen los que van, así se cuando hay un torneo o cuando se hace algo, algún amigo o familiar que viene y me dice lo que están haciendo.	<i>Entrevistado 8</i> Acá uno se entera mucho por la gente, por ejemplo yo se cuando pasa algo en La Pileta porque voy y me cuentan o por los chicos. Y con la cuota te mandan un papel informándote si pasó algo, si aumenta la cuota o si hay reunión de comisión.

Por último, es necesario destacar, que ciertos clubes tienen revistas propias o algún tipo de hoja informativa que hacen llegar a sus socios y no socios para comunicar las novedades.

Análisis de los efectos:

A través de los datos recolectados, se observa que el efecto buscado por el Aero Club Rawson no se está logrando. Las personas de la ciudad ante la pregunta que interrogaba sobre los clubes que conoce de la ciudad, no nombraron al Aero Club como uno de ellos. Una vez que se lo mencionaba, decían conocerlo aunque sea superficialmente.

Clubes y centros de actividades que conoce			
<i>Entrevistado 1</i>	<i>Entrevistado 2</i>	<i>Entrevistado 3</i>	<i>Entrevistado 4</i>
Mi esposo ha realizado por ejemplo el gimnasio de Germinal Luís González. (Se le menciono el Aero Club Rawson) Si, es el que está camino a la Playa	Está el club Germinal, La Rivera, el Bigornia Club, creo que existe una asociación de ciclismo, creo que el ajedresismo también tiene una institución. (Se menciona el Aero Club Rawson) Si el Aero Club lo conozco, hemos trabajado para ellos y tengo gente conocida que asiste.	Germinal, Bigornia, La Rivera y el Club Aéreo, que en realidad no se si es un club pero bueno se que tiene socios así que supongo que es un club, que está camino a playa. Lo conozco por un amigo	Bigornia, con las canchas de tenis, el rugby, el hockey. Está también La Pileta, a la que concurrí. Bueno Germinal, que es el Club tradicional de Rawson, La Rivera. (Se le menciona el Aero Club Rawson) Si lo conozco, porque tengo familiares en la comisión que son pilotos.

Clubes y centros de actividades que conoce			
<i>Entrevistado 5</i> Está Bigornia, Germinal, como asociación cultura puedo nombrar El Puente y la Biblioteca Vachina. (Se le nombra el Aero Club Rawson). Sí lo conozco, viste que alguno me faltaba.	<i>Entrevistado 6</i> Yo conozco La Rivera, Germinal y Bigornia. También esta el club de pesca. (Se menciona el Aero Club Rawson) Es el que está camino a Playa, ahí al lado de la ruta, lo conozco de vista en realidad.	<i>Entrevistado 7</i> Está Germinal, Bigornia y el Club de Pelota Paleta. (Se menciona el Aero Club Rawson) Sí lo ubico pero para mí no era un club por eso no te lo nombré.	<i>Entrevistado 8</i> Te puedo nombrar a Bigornia donde se puede jugar al rugby, al tenis o al hockey, está Germinal que creo es el más famoso por los años que tiene, donde se puede practicar fútbol, hockey y básquet y ahora otro no me viene a la mente, pero seguro que hay más. (Se menciona el Aero Club Rawson). Sí, ahora que me decís lo conozco, pero no lo tenía como un club así de deportes, pero sí se donde está porque como está ahí solito al lado de la ruta se ve. También está La Pileta del otro lado del río, que es como un club.

Siguiendo con lo anterior, el Aero Club Rawson, no es tomado como un club de la ciudad, los rawsenses entrevistados lo ven como una institución en la que se realiza alguna actividad relacionada con los aviones pero no todos conocen exactamente que se hace o como pueden formar parte. Además, numerosos entrevistados relacionan club con deporte y sobre todo con el fútbol.

Un punto a destacar es el hecho de que todos los entrevistados, luego de escuchar el nombre de la institución, lograban ubicarlo geográficamente, aún cuando luego no supieran qué se practicaba en ese lugar ni quienes forman parte de él. Por ende, puede decirse que la ciudadanía ubica a la organización.

Con respecto a las actividades y servicios que desarrolla el Aero Club, los habitantes de Rawson entrevistados no tienen un conocimiento acabado, todos mencionaron el aeromodelismo y la aviación como las disciplinas que se pueden practicar. Algunos también decían haber visitado las instalaciones para alguna festividad del lugar.

Actividades que se pueden llevar a cabo en el Aero Club Rawson			
Entrevistado 1 Sólo se realizan actividades de aeromodelismo y aviación ahí.	Entrevistado 2 Traslado de personas y vuelan. En realidad mucho más no conozco.	Entrevistado 3 Básicamente hacen vuelos de bautismo, vuelos y aeromodelismo, además he ido un par de veces al festival que hacen porque tengo un amigo que es socio.	Entrevistado 4 Las actividades que realizan son las propias de un Aero Club, vuelan, hacen aeromodelismo y esas son las que conozco.

Actividades que se pueden llevar a cabo en el Aero Club Rawson			
Entrevistado 5 Conozco la escuela de vuelo, los festivales que hacen.	Entrevistado 6 Sinceramente no conozco mucho su trabajo, pero se que hacen aeromodelismo, porque por ahí he pasado por la ruta y los veo, también se que hacían o hacen vuelos.	Entrevistado 7 He visto que hacen aeromodelismo y supongo que hacen actividades relacionadas a los aviones, pero por eso te decía que no me parecía un club.	Entrevistado 8 Nunca entré pero se que te llevaban a volar, y creo que no hacen nada más.

Puede deducirse que los rawsenses entrevistados no tienen noción sobre la amplitud de actividades que allí pueden desplegarse, por otro lado tampoco se asocia al Aero Club como un prestador de servicios sociales y turísticos. Los horarios y charlas que se realizan en la institución tampoco son difundidos por lo cual se desconoce la oferta existente.

Aquellos que manifestaron tener un conocimiento más hondo sobre actividades, eventos, servicios, etc. justificaron esto con la existencia de algún tipo de relación con integrantes del Aero Club y que era por ello que estaban al tanto de lo que allí sucede. Esta relación con algunos socios de la institución, también tiene un efecto sobre la actitud hacia el club; aquellas personas con algún familiar o amigo asociado además de tener mayor grado de conocimiento, ven al club como un lugar abierto para todo aquel que quisiese acercarse.

A diferencia de lo dicho anteriormente, otro grupo de individuos ve al Aero Club como una institución cerrada, para unos pocos que tienen el privilegio de poder realizar alguna actividad aeronáutica.

Opinión sobre el Aero Club			
Entrevistado 1 Sería injusta si opino sobre el Aero Club de acá de Rawson, porque sinceramente conozco muy poco.	Entrevistado 2 Se que el Aero Club es una institución que lamentablemente no goza de la imagen para la cual se ha creado, ésta es la de la solidaridad, de que están siempre listos y atentos para eventualmente trasladar una persona o algo por el estilo, sino que se lo ve lamentablemente como algo que es un club o entidad elitista, como que estas ahí sólo si tenés plata. En lo personal considero que no es así, porque conozco a la gente que está ahí.	Entrevistado 3 No tengo una opinión formada, como te dije conozco gente de ahí y no tengo problema, pero no puedo decirte mucho más.	Entrevistado 4 Se puede denominar club, pero es un círculo medio cerrado, porque el Aero Club no es para cualquiera, no es como ser socio de un club de fútbol, el Aero Club es algo un poco individual, el que tiene la suerte de volar bueno se divierte, pero los otros están mirando desde afuera.

Opinión sobre el Aero Club			
Entrevistado 5 Lo considero un club y una entidad importante por la actividad que desarrollan, no sólo las actividades de turismo y recreación sino también por los servicios que presta por ejemplo cuando ayuda a los bomberos y ese tipo de cosas.	Entrevistado 6 No puedo opinar mucho que digamos porque no conozco lo que hacen, como lo hacen y quienes están ahí, estaría mal de mi parte que dijese algo.	Entrevistado 7 Bueno como te dije es un lugar que se donde está, que no se mucho que hacen, y tampoco tengo gente que esté ahí por eso tampoco tengo información, y no puedo darte una opinión.	Entrevistado 8 La verdad no te puedo dar una opinión porque es injusto que te diga algo si no conozco.

Por último, los entrevistados expresaron que se acercaban a los clubes con el objetivo de practicar alguna actividad y relacionarse con otras personas. Teniendo en cuenta que por un lado no asocian al Aero Club con un club social y recreativo; y por otro lo ven como una entidad un poco cerrada, puede entenderse que no estén motivados a acercarse.

Motivos y expectativas por los cuales se acerca a los clubes			
Entrevistado 1 Uno se acerca para compartir, practicar algún deporte y pasar un momento agradable.	Entrevistado 2 La contención y el compartir experiencias hacen que uno se sienta bien y que tiene un grupo al que pertenece, creo que principalmente por eso, y por mi vocación de colaborar y ayudar es que me acerco a los clubes o asociaciones como es el caso de los bomberos.	Entrevistado 3 Yo cuando voy a un club busco la recreación y hacer lo que me gusta.	Entrevistado 4 Yo por lo menos cuando iba a Bigornia o cuando voy al tiro, voy para charlar un rato, jugar al tenis, hacer unos tiros que son cosas que me gustan. Ahí nos podemos encontrar con gente que por ahí de otra forma no nos cruzamos.

Motivos y expectativas por los cuales se acerca a los clubes			
Entrevistado 5 Busco la recreación, la expresión, soy una persona que disfruta del arte y por eso concurro a lugares que desarrollan esas actividades.	Entrevistado 6 Yo cuando iba a los clubes lo hacía para hacer un deporte que me gustaba como es el caso del rugby, aparte uno ahí se hace amigos, te lleva a juntarte y a pasar lindos momentos, es por eso que mando a mis hijos ahora, para que ellos sepan lo que es el deporte y lo vivan, compartan con amigos y sobre todo se diviertan.	Entrevistado 7 Y cuando uno va a un club espera hacer algún deporte que le gusta o aprender algún deporte sea fútbol, tenis, rugby, por lo menos por eso he ido yo.	Entrevistado 8 Aprovecho en realidad a hacer un poco de actividad que no es lo que más me guste y de paso hago sociales.

Es necesario emitirles la información que permita que ellos puedan cambiar esta percepción, permitiendo que lo visiten y si así lo desean formen parte de él. Es trascendental presentar la esencia del club a los integrantes de las entidades de Rawson.

Eventos que se realizan en el Aero Club Rawson			
Entrevistado 1 Sinceramente no se mucho más de lo que te comenté.	Entrevistado 2 De los festivales que hacen nos avisan para pedir nuestro servicios como bomberos voluntarios, y por eso se que realizan.	Entrevistado 3 He ido un par de veces al festival que hacen porque tengo un amigo que es socio y nos avisa cuando hacen algo.	Entrevistado 4 En las fiestas patrias hacen encuentros, todos los viernes hacen un asadito entre los socios para integrar a la gente.

Eventos que se realizan en el Aero Club Rawson			
<i>Entrevistado 5</i> Yo iba cuando hacían festivales con mis hijas y mi mujer a hacer vuelos de bautismo.	<i>Entrevistado 6</i> Todo lo que se es lo que ya te dije recién, si te digo algo más te mentiría.	<i>Entrevistado 7</i> Realmente no tengo idea.	<i>Entrevistado 8</i> No sabría decirte que hacen o que no hacen porque encima no paso mucho por ahí.

Recapitulando, puede decirse que la ciudadanía no tiene conocimiento sobre las actividades, los servicios, eventos y finalidad del Aero Club Rawson. En su mayoría, tienden a reconocerlo y logran ubicarlo geográficamente, aunque como pudo observarse en las entrevistas, muy pocos pudieron dar una opinión sobre el lugar ya que sentían que no estaban adecuadamente informados como para hacerlo.

j) Diagnóstico

El Aero Club Rawson, hace 37 años funciona en la ciudad de Rawson y luego del análisis de los datos puede concluirse que cuenta con una gestión ineficiente de la comunicación externa lo cual trae aparejado una discrepancia entre el posicionamiento institucional meta y el que existe actualmente entre las entidades de Rawson y las personas que las componen. Esto tiene como corolario el no reconocimiento de las actividades y servicios que la entidad brinda a la comunidad.

A través del contacto que se mantuvo con los delegados de las entidades representativas de la ciudad de Rawson, que aglutinan a gran parte de los habitantes, se observó que éstos no tenían un conocimiento profundo sobre el club y por dicha razón no se acercaban ni participaban. Si se tiene en cuenta que un pilar fundamental de todo club son las personas que forman parte de él y la sociedad circundante que a través de su apoyo y reconocimiento coadyuva al cumplimiento de sus objetivos, puede sostenerse que el Aero Club Rawson presenta una gran falencia a la hora de comunicar.

Por otra parte, a través de las visitas al Aero Club y las entrevistas a sus representantes, pudo observarse que lo desarrollado en el párrafo anterior está íntimamente relacionado con el hecho de que el club tiene una actitud pasiva frente a la comunicación. Ésta se ve como una herramienta impulsora pero sólo para casos específicos y ante determinadas situaciones, con lo cual se acciona de forma improvisada para cumplir objetivos en el corto plazo. Es necesario contar con una actitud proactiva que permita posicionar institucionalmente al club en su entorno, para que la gente lo reconozca.

Un dato importante al que se tuvo acceso es que la estrategia comunicativa está basada en el uso de los medios masivos de comunicación. Todo se emite a través de los radios y diarios locales, en formato de comunicado o gacetilla, sin tener en cuenta el consumo que el público hace. Por otra parte, dentro del público objetivo se detectó cierto patrón de consumo que debería tomarse como una oportunidad para desarrollar un plan de comunicación más adecuado, que permita llegar apropiadamente a cada una de las personas que son importantes para el club.

A pesar de que una gran proporción de las acciones las lleva a cabo una sola persona, que en este caso es el secretario del Aero Club, él las realiza instintivamente, haciendo uso de los canales a los que tiene acceso, y no recurriendo a aquellos que serían más eficaces. Actualmente, existen una diversidad de medios a los que no se

acude y que están al alcance como por ejemplo Internet u otro tipo de nuevas tecnologías, que permiten sumar eficiencia a la comunicación institucional externa.

En contraste a lo que se viene diciendo, es necesario destacar la coherencia informativa que presentan los mensajes, ya que a pesar de que no se observan patrones uniformes a nivel de diseño, aquello que se emite son siempre datos referidos a eventos, festivales y egresos de pilotos. Un hecho a destacar es la frecuencia de los mensajes, sobre la cual cabe decir que no existe, ya que como se comentó, la comunicación que se lleva a cabo es de tipo “utilitaria”, sólo cuando al club le interesa que la gente se acerque por alguna razón. Frente a esto, la ciudadanía que no se vinculan con el club, desconoce las actividades, los servicios y hasta la naturaleza del lugar, lo que se constató con ciertas entrevistas donde se sostenía que no tenían claro si era o no un club.

Una discrepancia importante que se detectó es que a pesar de que la institución tiene como objetivo darse a conocer en la sociedad circundante para que ésta se acerque, aquella, no busca accionar de forma proactiva para cumplir con su meta, ya que según los entrevistados, la mayoría, sólo puede ubicarla y suponer algunas de sus actividades. Además existe una diferencia entre la postura del Aero Club que se muestra abierto, buscando que los rawsenses se acerquen y la representación mental que algunos tienen de que es un club cerrado, perteneciente a una elite.

Respecto a las opciones que ofrece el club, cabe aclarar, que además de poder practicar aeromodelismo, aviación o paracaidismo, existen una multiplicidad de servicios que se brindan y que el público desconoce, ejemplos de esto son, los paseos aéreos, las charlas de capacitación, los cursos, la colaboración con las fuerzas en búsquedas o rescates, entre otros. Sólo los eventos de mayor envergadura como los festivales aéreos tienen cobertura de medios, inversamente no se llevan a cabo acciones de comunicación con respecto a las charlas que en ocasiones se realizan o de competencias internas del Aero Club, las cuales podrían ser de gran atractivo para los habitantes de Rawson.

Una variable a tener en cuenta es la razón por la cual un individuo va a un club. Los entrevistados coincidieron en que uno busca la recreación, el intercambio social y la práctica de alguna actividad, sea cultural, deportiva o recreativa. Teniendo en cuenta que los mensajes del Aero Club no contienen datos sobre como hacerse socio, actividades, vida social, es posible inferir que ésta sea una de las causas por las cuales no se lo considera como un club, situación que explica también porque las personas no se acercan.

Relacionado con lo anterior, debe decirse, que no existe difusión de los datos de contacto del Aero Club. Aún teniendo en cuenta que la mayoría de los entrevistados reconoció donde estaba ubicado, no están al tanto de cómo vincularse por otros medios. Una posible explicación, es que a pesar de contar con línea telefónica y dirección de e-mail, dichos datos no se dan a conocer en la ciudadanía.

Al llegar al club uno puede observar la ausencia de señalética que indique las actividades que se llevan a cabo, los servicios que se prestan, los espacios con que cuenta etc. Si uno desconoce la naturaleza de dicho lugar, no existe cartelera adecuada que lo informe y despierte el interés del transeúnte. Por otro lado el edificio principal continúa presentando la sigla del nombre anterior (C.A.A.R. Centro de Actividades Aéreas Rawson) lo que lleva a crear confusión en las personas que lo ven, ya que ese nombre no se asocia al lugar que es conocido popularmente como Aero Club.

En consonancia con lo anterior, pudo observarse que los entrevistados no asociaban la palabra club con el Aero Club Rawson, y luego de que se lo nombrara, algunos, lograban ubicarlo. Las actividades, servicios y naturaleza organizacional no son distinguidos por los públicos. Puede deducirse que esta situación se presenta por la ausencia de un plan de Relaciones Públicas e Institucionales que aglutine los esfuerzos comunicacionales en una estrategia única, coherente y a largo plazo. Es necesario que el club sea conciente de la importancia de implementar una comunicación planificada para lograr los objetivos que persiguen.

Toda organización necesita de un adecuado plan de Relaciones Públicas e Institucionales, y los clubes no son la excepción ya que, por su esencia, requieren del soporte público para desarrollarse y sobrevivir. Y si el objeto del club es lograr un efecto en el conocimiento posicionándose institucionalmente entre las entidades representativas de la ciudad y por ende en la sociedad, estamos en presencia de una falencia en la comunicación, que no es coherente ni eficiente.

Las entidades de Rawson, más específicamente los delegados de dichas instituciones, que son representativos de los rawsenses por su estrecho vínculo e interacción con ellos, no tienen conocimiento profundo sobre el Aero Club Rawson. Dicho grupo de interés difícilmente asocian a la institución con un club y no se vinculan con él. A su vez, desde el Aero Club, se sostuvo que no existe una interacción continua y directa con las entidades rawsenses, público de gran importancia por la cantidad de individuos que agrupa en su interior.

Puede sostenerse que el Aero Club Rawson actualmente presenta una incompatibilidad entre el mindset actual, el meta y el ideal. Por un lado se encuentra el club que, pretende posicionarse institucionalmente como un club recreativo, abierto a la comunidad, de carácter servicial que busca el acercamiento e interacción con su comunidad circundante (mindset meta); por otro, los público que no lo reconocen como un club, sino que lo caracterizan como una institución, de la cual no se tiene gran volumen informativo, que presenta un perfil cerrado y hasta para algunos elitista. La realidad institucional del Aero Club Rawson es desconocida por parte de los entrevistados, situación que trae como consecuencia una discordancia entre el posicionamiento meta y el actual, alejándose así del mindset ideal.

Como se desarrolló en párrafos anteriores, los entrevistados mencionaron una serie de razones que los motiva a acercarse a los diversos clubes existentes, atribuyéndole a dicho tipo de organizaciones una serie de atributos. Los individuos consultados dijeron acercarse por razones de sociabilidad, deportiva, recreativa y cultural. El rasgo de mayor distinción fue el del perfil social, ya que según ellos, visitan y forman parte de los clubes para compartir momentos con sus allegados, practicar deportes y en algunos casos disfrutar de muestras culturales.

Teniendo en cuenta los argumentos presentados, puede verse la necesidad de implementar un plan de Relaciones Públicas e Institucionales, que logre un acercamiento entre el mindset actual y el meta. Una vez que se minimice dicha brecha, el Aero Club Rawson, se encontrará próximo a alcanzar el posicionamiento institucional ideal, cumpliendo así las expectativas de los rawsenses. Estas son las razones por las cuales este trabajo pretende hacer un abordaje holístico desde la perspectiva de las Relaciones Públicas e Institucionales.

k) Análisis F.O.D.A.

Fortalezas	Debilidades
Es el único Aero Club de la ciudad	Ausencia de planificación de la comunicación
Ubicación	Bajo conocimiento sobre las actividades por parte de los públicos.
Infraestructura	Bajo conocimiento sobre los servicios que presta por parte de los públicos.
Reconocimiento del nombre y la ubicación	Los delegados de las entidades representativas de la ciudad no lo perciben como un club.
Prestador turístico de la provincia	Uso exclusivo de la prensa para comunicarse con la comunidad.
	Comunica por necesidad
Oportunidades	Amenazas
La creciente afluencia de turistas a la ciudad.	La inflación y la política cambiaria que aumentan los costos de los elementos necesarios en el sector aeronáutico
El aumento de la importancia de los clubes como entidades de esparcimiento y contención social.	El poco apoyo por parte de los entes gubernamentales provinciales.
Los eventos y actividades recreativas que se realizan en Rawson.	La amplia diversidad de clubes en la ciudad.
Las mejoras que se presentan en el área de la comunicación y la tecnología.	La existencia de aero clubes en ciudades aledañas.

1) Análisis de factibilidad

En este apartado se desarrollará el análisis de factibilidad, a través del cual se estudiarán las siguientes variables:

- ❖ Humana
- ❖ Política
- ❖ Técnica
- ❖ Material
- ❖ Financiera

Humana: en el Aero Club Rawson se cuenta con un grupo grande de personas que están dispuestas a trabajar y colaborar para cumplir con los objetivos. A su vez algunos de ellos son profesionales en áreas relacionadas al marketing y el turismo, quienes tienen conocimientos básicos que pueden ser útiles a la hora de implementar un plan de Relaciones Públicas e Institucionales. Teniendo en cuenta lo expresado en este apartado puede decirse que existe una alta factibilidad en relación a la variable humana.

Política: la Comisión Directiva, que es quien está a cargo de la gestión está muy interesada en desarrollar una estrategia comunicacional que le permita alcanzar su objetivo de llegar al público meta. Al observarse esta colaboración e interés tanto desde la comisión como de los socios, puede considerarse que la factibilidad política es alta.

Técnica: el club aéreo con respecto a la variable técnica se encuentra en una buena posición. Con esto quiere decirse que se cuenta con acceso a Internet, computadoras, acceso telefónico, equipos de radiofrecuencia, equipos de impresión, espacios amplios para las distintas actividades y eventos entre otros. La factibilidad técnica para desarrollar el plan de Relaciones Públicas e Institucionales es alta, ya que en principio se cuenta con lo necesario, y en los casos en que no se tienen los recursos puede recurrirse a otras entidades que los proveen.

Material: el club posee como parte de su estructura edilicia dos hangares, sala de reunión, oficina, salón de usos múltiples y dos pistas. Como puede verse el Aero Club cuenta con la estructura material necesaria para realizar el plan, ya que como se dijo existen los espacios requeridos para las distintas acciones y estrategias. Por ello puede decirse que la factibilidad en este caso es alta.

Financiera: el Aero Club Rawson, es una asociación civil sin fines de lucro; los ingresos que tiene son de las cuotas, los cursos que dicta y las horas de vuelo. Además cuenta con aportes gubernamentales, en ciertas ocasiones. La entrada de dinero con que cuenta la institución es media, razón por la cual, toda acción de comunicación debe adecuarse a dicha realidad. Teniendo en cuenta todo lo expuesto la factibilidad financiera es media, ya que siempre es posible recurrir a entes gubernamentales y comercios para solventar los gastos e inversiones.

	ALTA	MEDIA	BAJA
<i>Variable Humana</i>	X		
<i>Variable Política</i>	X		
<i>Variable Técnica</i>	X		
<i>Variable Material</i>	X		
<i>Variable Financiera</i>		X	

Teniendo en cuenta los datos expuestos en los puntos anteriores, puede concluirse que es viable para el Aero Club Rawson implementar el plan de Relaciones Públicas e Institucionales.

m) Objetivos de Intervención

m.1) Objetivo general de intervención

Posicionar institucionalmente al Aero Club Rawson como un club social y recreativo abierto a la comunidad.

m.2) Objetivos específicos de intervención

1. Aumentar la presencia institucional del Aero Club Rawson entre los integrantes de las Entidades Representativas de la ciudad de Rawson.
2. Proyectar la identidad institucional del Aero Club Rawson entre los integrantes de las Entidades Representativas de Rawson.
3. Entablar y mantener vínculos óptimos con las Entidades Representativas de Rawson y el resto de la ciudadanía.
4. Propiciar el acercamiento de los ciudadanos de Rawson al Aero Club Rawson.

n) Plan de Relaciones Públicas e Institucionales

En el presente apartado se desarrollará el plan de Relaciones Públicas e Institucionales, confeccionado para solucionar la problemática que exhibe el Aero Club Rawson con respecto a su posicionamiento institucional. Luego de analizar los datos relevados durante la investigación, se arribó a una serie de conclusiones que expusieron las fortalezas y debilidades del Aero Club.

Teniendo en cuenta dicha información, los objetivos de la institución y los recursos existentes, se esbozó este plan que busca conjugar los esfuerzos comunicativos necesarios que lleven a la organización al cumplimiento de sus metas y misión. El plan se encuentra conformado por una multiplicidad de tácticas, que trabajan de manera sinérgica en pos del objetivo planteado.

Cada una de las tácticas comunicativas que se expondrán en el plan responden a objetivos específicos, y coadyuvan al cumplimiento del objetivo general. La creación de cada una de ellas, estuvo influenciada por los datos que brindaron los entrevistados. Por ello, y buscando atender a las necesidades de cada uno de los públicos externos de relevancia, las tácticas planificadas hacen uso por un lado de medios tradicionales, y por otro de las nuevas tecnologías. Esto último permite un contacto más personalizado y oportuno para los tiempos actuales.

El plan confeccionado para este fin se desarrollará durante el año 2009, comenzando en el mes de Enero y finalizando en Diciembre, mes en el cual se evaluará el accionar y decidirá como continuar el año próximo.

Es necesario destacar, que el plan se encuentra enmarcado dentro de una estrategia comunicacional basada en vínculos bidireccionales, donde es tan importante la comunicación que fluye desde la institución hacia sus públicos como de éstos hacia la organización; así puede observarse la relevancia que tienen sus públicos para el Aero Club Rawson. Otro pilar estratégico que se tiene en cuenta es la gestión de tipo puertas abiertas, en otras palabras, el Aero Club es una institución fuente generadora de noticias e información, y desde la Comisión Directiva se percibe la importancia de estar siempre disponibles y accesibles tanto para periodistas, como para otras organizaciones y el público en general.

A continuación se plasman las acciones de comunicación que se llevarán a cabo:

Programas de Relaciones Públicas e Institucionales

Cuadro

Programa	Nombre del Programa	Táctica	Objetivo	Público
A	Aero Club Rawson en la Web	Web Institucional	Generar un vínculo comunicativo constante con los públicos externos, informándolos sobre la institución, su naturaleza, actividades, servicios entre otros.	- Entidades de Rawson - Socios - No Socios
		Blog	Involucrar a los integrantes de las Entidades Representativas de Rawson con la institución, informándolas y ofreciendo artículos que de alguna forma se relacionen con el club.	Integrantes de las Entidades Representativas de Rawson
		Newsletter Digital	Fomentar las actividades, eventos y servicios del Aero Club Rawson.	- Integrantes de las Entidades Representativas de Rawson - Socios - No socios
		Artículos Institucionales	Vincular al Aero Club Rawson con las entidades representativas de la ciudad de Rawson a través de artículos informativos, que posicionen al club en la mente de sus públicos.	Integrantes de las Entidades Representativas de Rawson
B	Comunicando Desde el Aero Club Rawson	Señalética Externa	Captar la atención de quienes visitan o transitan por la Avenida Antártida Argentina.	Integrantes de las Entidades Representativas y comunidad en general.
C	Interactuando Con Otras Instituciones	Colaborando Con Otras Entidades de Rawson	Vincular al Aero Club Rawson con otras entidades de la ciudad, a través de sus actividades.	Integrantes de las Entidades Representativas de Rawson y comunidad en general.

		El Mes de los Clubes	Crear vínculos con otras entidades deportivas, recreativas y culturales de la ciudad.	Entidades deportivas, recreativas y culturales de Rawson y quienes las integran.
		Visitas a Colegios	Presentar institucionalmente el Aero Club Rawson, su función y actividades entre quienes forman parte de las entidades educativas de Rawson.	Alumnos de 3° Polimodal de las escuelas de la ciudad.
D	Abriendo el Aero Club	Festival Fiesta de la Bahía	Contribuir al acercamiento de los integrantes de las entidades de Rawson y la ciudadanía en general al Aero Club Rawson y promover sus actividades.	Integrantes de las Entidades Representativas de la ciudad de Rawson y comunidad en general.
		Fiesta Informal Cierre de Temporada 09	Optimizar el vínculo entre el Aero Club Rawson y las otras entidades de Rawson, mostrándose como una institución de la ciudad que colabora e interactúa con la sociedad.	Delegados de las Entidades de la ciudad de Rawson.
		Fiesta Día del Aero Club Rawson	Contribuir en la vinculación de los integrantes de las Entidades Representativas de Rawson con el Aero Club Rawson, en un ambiente festivo que permita mostrar la esencia del Club.	Integrantes de las Entidades de la ciudad de Rawson.
		Festival Día del Niño	Vincular al Aero Club Rawson con los integrantes de las entidades educativas de Rawson, abriendo sus puertas y mostrando sus actividades.	Escuelas y jardines de Rawson.

Desarrollo del Plan de Relaciones Públicas e Institucionales

PROGRAMA A

Aero Club Rawson en la Web

TÁCTICA 1

Creación de un sitio Web institucional

OBJETIVO

Generar un vínculo comunicativo constante con los públicos externos, informándolos sobre la institución, su naturaleza, actividades y servicios entre otros.

PÚBLICO

Integrantes de las Entidades de Rawson

No socios

Socios

JUSTIFICACIÓN

Como se expresó en las conclusiones y el diagnóstico, los delegados de las entidades de Rawson no tienen un conocimiento profundo del Aero Club, ante dicha situación la creación de un sitio Web es de vital importancia ya que a través de ella se puede emitir gran cantidad de volumen informativo a los públicos externos permitiendo posicionarlo en sus mentes. Además teniendo en cuenta la importancia que ha cobrado Internet en esta última década, la táctica presente se adecua a los tiempos que corren, permitiendo por un bajo costo mantener la comunicación con los grupos de interés relevantes buscando acercar el club a los públicos.

FECHA

Comenzará a funcionar el 01 de enero de 2009.

DURACIÓN

Al igual que el plan está estipulado que dure un año, luego se evaluará la continuidad o no.

DESARROLLO

Se diseñará un sitio Web donde los usuarios podrán encontrar información sobre la institución, su naturaleza, cultura, actividades, servicios, fotos de eventos, datos de contactos, novedades entre otras cosas. A partir del mes de septiembre de 2008 se comenzó a trabajar con un diseñador gráfico que se ocupó del armado de la página. Para ello se le suministró toda la información relevante para este caso. Como el club no

contaba con un sitio, el diseñador analizó páginas de otros aeroclubes para indagar como utilizaban la presente herramienta.

En el anexo 7 se encuentra el CD con el sitio Web.

RECURSOS

Económicos	Materiales	Humanos
Diseñador gráfico: \$ 170 Analista en sistema: \$ 100 Total: \$ 270	<ul style="list-style-type: none"> ⑥ Computadora. ⑥ Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> ⑥ Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales. ⑥ Diseñador gráfico. ⑥ Analista en sistema.

CONTROL

El sitio Web se controlará de distintas formas, por un lado a través de un contador de ingresos, con lo cual se relevará el número de personas que visitó el sitio. Por el otro, se realizará una encuesta global (Anexo 6) que se aplicará a los integrantes de las Entidades Representativas de Rawson, en la cual se indagará sobre los medios a través de los cuales se vincula con el Aero Club Rawson y su opinión sobre el sitio.

TÁCTICA 2

Blog

OBJETIVO

Involucrar a los integrantes de las Entidades Representativas de Rawson con la institución, informándolas y ofreciendo artículos que de alguna forma se relacionen con el club.

PÚBLICO

Integrantes de las Entidades Representativas de Rawson.

JUSTIFICACIÓN

Internet es una herramienta actual que permite emitir grandes volúmenes de información y comunicarse con un gran número de personas por un costo bajo. El blog es una especie de sitio Web que se actualiza constantemente y en el que se permite subir textos, artículos, videos y fotos. Lo innovador de esta táctica es que los visitantes pueden comentar, escribir sus propios artículos, hacer consultas e interactuar en este caso con la institución. La retroalimentación aquí es más veloz, y la comunicación tiende a ser más persuasiva, presentando textos que tratan de acercarse a las personas

pero no con datos informativos sino con temáticas que se relacionen de algún modo al club, pero también a otras entidades o ciudadanos.

Además al ingresar en la comunidad de los blogs uno puede ver que actualmente las distintas organizaciones cuentan con su espacio allí para vincularse con sus públicos.

FECHA

Inicio: 01 de enero de 2009.

DURACIÓN

El blog al igual que el resto del plan tiene previsto durar desde el 01 de enero de 2009 hasta el 31 de diciembre de 2009. Luego se realizará la encuesta global con la cual se tratará de analizar si los públicos hicieron uso del blog y si lo relacionan con el Aero Club. Con los datos que se extraigan, se decidirá que tácticas continúan o deben ser modificadas.

DESARROLLO

El blog (Anexo 8) por una cuestión de tiempo fue abierto durante el mes de octubre de 2008 dando la bienvenida a los lectores, pero el lanzamiento oficial, como se dijo será en 2009. El 1° de enero se publicará un artículo que cuente la historia del Club para transmitir así su esencia.

A partir de ahí se actualizará tres veces por semana, cargando textos, fotos, videos, permitiendo artículos de los lectores y leyendo los comentarios de los visitantes.

RECURSOS

Económicos	Materiales	Humanos
En esta táctica, los recursos económicos necesarios están incluidos en los costos fijos del Aero Club (luz, gasto de Internet)	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Computadora. ⊕ Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales.

CONTROL

Periódicamente se leerán los comentarios dejados por los visitantes del blog y se contabilizarán los ingresos. Además se preguntará en la encuesta global a realizar los canales por los cuales se comunican con el Aero Club Rawson, así como su opinión.

TÁCTICA 3

Newsletter digital.

OBJETIVO

Fomentar las actividades, eventos y servicios del Aero Club Rawson.

PÚBLICO

Integrantes de las Entidades Representativas de Rawson

Socios

No socios

JUSTIFICACIÓN

Como se expresó en el diagnóstico, los delegados de las entidades representativas de Rawson, no conocían actividades, servicios, ni eventos; ante este panorama se diseñó un newsletter que informe a quienes integran las entidades sobre las novedades del Aero Club. El newsletter se enviará también a los socios y no socios que se encuentran dentro de la base de datos ya que son un público que no debe descuidarse por su importancia. El newsletter presenta un diseño ameno y amigable con 4 artículos de diversa índole, para que así se conozca y difunda la información institucional.

FECHA

Inicia el 15 de enero de 2009.

DURACIÓN

Todo el año 2009, se enviará una vez por mes.

DESARROLLO

El newsletter estará compuesto de 4 artículos y se enviará por e-mail a quienes conforman la base de datos todos los 15 de cada mes. El formato de envío será como archivo adjunto ya que permitirá una mejor visualización por parte del receptor, asimismo en el cuerpo del mail irá un comentario invitando al receptor a leerlo firmado por el Presidente y Vicepresidente de la institución.

Para el diseño del newsletter se recurrió al profesional de Relaciones Públicas e Institucionales, ya que el plan debe adecuarse al presupuesto con que cuenta el club. Los costos se hubiesen incrementado de haberse solicitado el mencionado proyecto a un diseñador gráfico.

En el anexo 9 se expone el modelo de newsletter.

RECURSOS

Económicos	Materiales	Humanos
En esta táctica, los recursos económicos necesarios están incluidos en los costos fijos del Aero Club (luz, gasto de Internet)	<ul style="list-style-type: none">⑥ Computadora.⑥ Internet.	<ul style="list-style-type: none">⑥ Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales.

CONTROL

Se controlará aplicando el sistema de recepción de mail, por el cual cuando los receptores abran el mail automáticamente generarán un mensaje de recibido al emisor. El objetivo es que por lo menos la mitad de los receptores abran el e-mail y a su vez que esa misma cantidad de personas durante la encuesta global lo nombre como uno de los medios por los cuales se vincula con el Aero Club. Asimismo se relevará su opinión sobre el newsletter.

TÁCTICA 4

Publicación de artículos en el boletín informativo que la Subsecretaría de Relaciones Institucionales de la Provincia del Chubut envía a las OSC.

OBJETIVO

Vincular al Aero Club Rawson con las Entidades Representativas de la ciudad de Rawson a través de artículos informativos, que posicionen al club en la mente de sus públicos.

PÚBLICO

Entidades representativas de Rawson y sus integrantes.

JUSTIFICACIÓN

El mencionado boletín es emitido por la Subsecretaría de Relaciones Institucionales de la Provincia del Chubut y está conformado por una diversidad de artículos sobre las OSC de Chubut. Los destinatarios de este boletín son las Asociaciones Civiles, por lo cual tiene un gran alcance. Frente a dicha situación, es relevante para el Aero Club Rawson tener algún tipo de participación allí, ya que cuenta con un alto nivel de lectura por la importancia de la información, la fuente que la emite y la función que cumple.

Debido a los resultados obtenidos en las entrevistas, el Aero Club Rawson debe contar con apariciones en este tipo de publicaciones para llegar a su público objetivo, en este caso los integrantes de las entidades representativas de Rawson.

FECHA

A partir del 28 de enero.

DURACIÓN

Todo el año 2009, se enviarán artículos informativos sobre actividades y eventos a la Subsecretaría de Relaciones Institucionales.

DESARROLLO

Todos los meses se enviarán artículos informativos al área de Relaciones Institucionales de la Provincia de Chubut para tratar de que sean publicados en el boletín. Los temas a abordar serán actividades y eventos que se realizan en el club. En el Anexo 10 puede accederse al Boletín Informativo que envía la Subsecretaría de Relaciones Institucionales.

RECURSOS

Económicos	Materiales	Humanos
En esta táctica, los recursos económicos necesarios están incluidos en los costos fijos del Aero Club (luz, gasto de Internet)	<ul style="list-style-type: none"> ⑥ Computadora. ⑥ Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> ⑥ Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales.

CONTROL

Se controlará a través de la encuesta global que se llevará a cabo, en la cual se indagará sobre los medios a través de los cuales conoció el Aero Club, actividades que se desarrollan, servicios que presta, eventos, etc.

PROGRAMA B

Comunicando Desde el Aero Club Rawson

TÁCTICA 1

Señalética externa

OBJETIVO

Captar la atención de quienes visitan o transitan por la Avenida Antártida Argentina.

PÚBLICO

Integrantes de las entidades representativas y comunidad en general.

JUSTIFICACIÓN

El Aero Club no cuenta con cartelera que informe sobre actividades, servicios ni tampoco acerca de los edificios o lugares de información. El único cartel que se toma como tal es el nombre antiguo del club que se encuentra pintado en el frente del edificio central, lo que lleva a una disonancia cognitiva en quienes no conocen el lugar. Por ello en este plan se aplica la presente táctica para que quien visite o vea desde afuera sepa que es ese lugar y en caso de entrar que tenga alguna referencia informativa de hacia donde dirigirse para consultar e informarse adecuadamente. Es de vital importancia tener los carteles necesarios para captar la atención de quienes pasan por afuera del club y brindarles los datos necesarios para que sepan como interactuar con él correctamente.

Por último esta intervención cobra relevancia ya que es un deber primordial mantener una coherencia a nivel identidad visual.

FECHA

02 de Enero de 2009.

DURACIÓN

Permanente.

DESARROLLO

Los carteles que conforman la señalética serán colocados el 02 de enero de 2009. El cartel principal se ubicará en el ingreso y presentará el isologotipo, las actividades, los servicios y una frase que invite a quien lo lee a ingresar al Club.

Además se colocarán carteles indicativos en los edificios que informen donde está cada destacamento. Asimismo se pintará el frente del edificio principal con el nombre actual y el isologotipo. Todas las acciones mencionadas se encuentran plasmadas en el Anexo 11.

RECURSOS

Económicos	Materiales	Humanos
Diseñador gráfico: \$ 40 Gráfica y estructura: \$ 330 Pintura: donación de Ferretería Argentina. Pintores: \$ 140 Colocación: \$ 75 Total: \$ 585	⑥ Pintura. ⑥ Impresión de carteles. ⑥ Estructura para carteles.	⑥ Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales. ⑥ Diseñador gráfico. ⑥ Empresa gráfica. ⑥ Colocadores de carteles. ⑥ Pintores.

CONTROL

Se evaluará con la encuesta global que se realizará a los delegados de las entidades representativas de Rawson, que como se dijo anteriormente relevará los medios a través de los cuales se informa el público sobre el Aero Club, además del conocimiento que tiene de actividades y servicios.

PROGRAMA C

Interactuando Con Otras Instituciones

TÁCTICA 1

Colaborando con otras entidades de Rawson.

OBJETIVO

Vincular al Aero Club Rawson con otras entidades de la ciudad, a través de sus actividades.

PÚBLICO

Entidades de la ciudad de Rawson y comunidad en general.

JUSTIFICACIÓN

Actualmente el Aero Club Rawson no tiene relación con otras instituciones de la ciudad y si a esto le sumamos el bajo conocimiento que se observó sobre el club entre los delegados de las entidades representativas de Rawson, puede verse la necesidad de interactuar con otras organizaciones de la ciudad para colaborar y relacionarse con la comunidad en la que el club está inmerso demostrando su apertura, esencia y naturaleza. La supervivencia de un club depende de las personas que lo conforman pero también de la sociedad circundante, por ello es necesario que el Aero Club se comprometa con otras organizaciones ya que además de un club es un prestador de servicios importante.

DESARROLLO

Simulacro de la Prefectura Naval Argentina: (jueves 5 de marzo) todos los años la Prefectura Naval Argentina realiza un simulacro de sus actividades e invita a las otras fuerzas a participar, en este caso se demostrará al público presente cómo el Aero Club colabora en tareas de rescate y de ayuda humanitaria trasladando elementos, personas y heridos.

Simulacro de los Bomberos Voluntarios: (martes 2 de junio) el Aero Club realizará una pasada aérea mostrando como en un caso de siniestro actúa el avión rescatando y colaborando con la labor de los bomberos. A través de un e-mail se

solicitará una reunión con el Presidente de los Bomberos Voluntarios para organizar la intervención (Anexo 12).

Desfile y semana día de Rawson: el Aero Club Rawson realizará el día del desfile de Rawson una pasada de salutación aérea al momento que lo nombran por los altoparlantes. Un mes antes del desfile el municipio envía invitaciones a todas las entidades de Rawson para reunirse y organizar las actividades que se realizarán. En ese momento se comienza a planificar el desfile y cada entidad realiza su aporte.

Durante la participación del club en estos eventos, se repartirán volantes informativos entre el público.

RECURSOS

Económicos	Materiales	Humanos
Combustible: suministrado por el Gobierno Provincial. Impresión de volantes: \$ 60 Total: \$ 60	⑥ Avión. ⑥ Combustible. ⑥ 1000 volantes (10x20).	⑥ Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales ⑥ Pilotos.

CONTROL

Se controlará a través de la encuesta global que se realizará. Se buscará que los destinatarios, por un lado puedan relacionar al Aero Club Rawson con este tipo de participación y colaboración; por otro que conozca lo servicial que es el Aero Club en caso de catástrofes.

TÁCTICA 2

El Mes de los Clubes

OBJETIVO

Crear vínculos con otras entidades deportivas, recreativas y culturales de la ciudad.

PÚBLICO

Entidades deportivas, recreativas y culturales de Rawson y quienes las integran.

JUSTIFICACIÓN

En la ciudad de Rawson existe una gran cantidad de clubes sociales de distinta índole. El Aero Club Rawson es un club de la ciudad que no es reconocido como tal, por ello implementando el mes de los clubes, se intenta acercar a la institución con el resto de los clubes para estrechar vínculos y reconocerse mutuamente. Como se dijo en

otro punto de este trabajo, las OSC optimizan su desarrollo creando redes y trabajando sinérgicamente.

FECHA

Mes de abril.

DURACIÓN

Un mes.

DESARROLLO

El jueves 5 de marzo, se convocará vía teléfono y e-mail (Anexo 13), desde el Aero Club, a los demás Clubes de la ciudad para reunirse en las instalaciones de la institución y organizar el mes de clubes. Los clubes convocados son los siguientes:

- ⑥ Bigornia Club
- ⑥ Club Atlético Germinal
- ⑥ Defensores de La Rivera
- ⑥ Club de Pesca
- ⑥ Asociación Cultural El Puente
- ⑥ Asociación Myfanwy Humphreys
- ⑥ Club de Pelota Paleta Don Bosco
- ⑥ Club Social y Deportivo Juventus
- ⑥ Agrupación Ciclistas Unidos De Rawson (ACUR)

Cada una de estas instituciones contará con un día o dos, dependiendo de las actividades previstas, para abrir las puertas al público y realizar acciones relacionadas con la naturaleza del Club.

Cronograma de actividades:

Semana del 23 al 27 de Marzo:

Se invitarán por un lado a los alumnos de 7º año y 3º polimodal pertenecientes a las entidades educativas de Rawson, por medio de visitas que los representantes de los clubes harán y por otro a los socios de los otros clubes (cada club se ocupará de ello) para que participen ya que son integrantes de entidades representativas de Rawson.

Miércoles 1º de Abril:

Inauguración del Mes de Clubes en las instalaciones del Aero Club Rawson. Comenzará a las 17:00 horas, el Presidente del Aero Club dará la bienvenida y se comentará la temática del Mes de Clubes a todos los presentes.

Se propondrá a los establecimientos educativos primarios que formen equipos entre los alumnos de 7º año y a los colegios secundarios que los conformen con chicos

de 3° año del polimodal. Los equipos competirán en las diversas disciplinas que ofrecen los clubes:

Tenis

Rugby

Fútbol

Teatro

Pesca

Natación

Pelota-paleta

Ciclismo

Asimismo, y debido a que las actividades que se desarrollan en el Aero Club no son accesibles para todos, se realizará como concurso final del mes uno en el que los colegios deberán armar un avión a escala y lograr hacerlo volar con la ayuda y guía de los aeromodelistas.

Al final del mes, el equipo (por colegio) que mayor puntaje haya obtenido ganará la suma de 3000 pesos otorgados por el municipio de la ciudad como aporte para los viajes de estudio que se llevan a cabo en 7° año y 3° polimodal.

Sábado 4 y Domingo 5:

Se realizará un torneo de fútbol con los equipos que se presenten de las escuelas. Habrá dos categorías, una para los alumnos de establecimientos primarios y otra para los de secundario.

Los partidos se jugarán en las canchas del club La Rivera, Juventus y la final será en el estadio del Club Atlético Germinal.

Miércoles 8:

Se largará la carrera de ciclismo por relevos. El circuito será el denominado triángulo de Playa Unión (12 km). La largada será en el destacamento municipal ubicado en Playa Unión. Los cuatro primeros que crucen la meta se llevarán puntos para sus equipos:

1°: 4 puntos

2°: 3 puntos

3°: 2 puntos

4°: 1 punto

Sábado 11 y Domingo 12:

En las instalaciones del Club Bigornia se jugarán torneos de tenis y de rugby. La modalidad del torneo de tenis, será presentar un equipo con un single femenino, uno masculino y un doble mixto. Los puntos obtenidos se suman por equipos.

De forma paralela en las canchas de rugby, se jugarán partidos de tocata entre los colegios que presenten equipos.

Miércoles 15:

Los equipos deberán representar una obra teatral en las instalaciones del Centro Cultural El Puente. Los alumnos serán evaluados por los profesores de los talleres del Centro Cultural.

Sábado 18:

Comenzará el torneo de pesca por equipos. Cada grupo estará conformado por 4 personas y se le dará los puntos al conjunto que consiga la pieza mayor. Los jueces serán los integrantes de la Comisión Directiva del Club de Pesca.

Miércoles 22:

Torneo de Pelota-Paleta en el Club de Pelota-Paleta Don Bosco. Cada colegio presentará una pareja de jugadores. Se llevarán puntos los puestos primero, segundo y tercero.

Sábado 25:

En la Asociación Myfanwy Humphreys, conocida popularmente como “La Pileta” se desarrollará la competencia de natación. Habrá 3 disciplinas:

Pecho

Mariposa

Postas

Al igual que en el caso anterior se llevarán puntos los tres primeros puestos de cada carrera.

Domingo 26:

Se realizará el último concurso de armado de aviones a escala en el Aero Club Rawson. Tendrá comienzo a las 15:00 horas y los equipos tendrán una hora para el armado. Los materiales necesarios se encuentran en el Aero Club Rawson, ya que ese tipo de aviones se arman y desarman constantemente. El Gobierno Municipal colaborará donando el combustible necesario. Luego deberán intentar hacerlos volar en compañía

de los aeromodelistas del lugar quienes serán además los jueces que determinarán quien se llevará los últimos puntos.

Una vez contabilizado el puntaje obtenido por cada equipo se procederá a la entrega del cheque simbólico que otorgará el Intendente Adrián López a los ganadores.

RECURSOS

Económicos	Materiales	Humanos
Combustible: donado por el Gobierno Provincial. El resto de los elementos ya se encuentran en posesión del club.	<ul style="list-style-type: none"> Ⓞ Combustible. Ⓞ Aviones a escala. Ⓞ 4 mesas largas. Ⓞ 100 sillas. 	<ul style="list-style-type: none"> Ⓞ Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales Ⓞ Aeromodelistas.

CONTROL

Se aplicará la encuesta global, donde se relevará si los integrantes de las entidades representativas de Rawson relacionan el Aero Club con los eventos que realizan, si reconocen sus actividades y servicios.

TÁCTICA 3

Visitas a colegios (último año del polimodal).

OBJETIVO

Presentar institucionalmente el Aero Club Rawson, su función y actividades entre quienes forman parte de las entidades educativas de Rawson.

PÚBLICO

Alumnos de 3º Polimodal de las escuelas de la ciudad.

JUSTIFICACIÓN

El Aero Club Rawson es una institución donde además de practicar distintas actividades, los individuos pueden cursar una carrera como la de piloto e ir adquiriendo las distintas licencias, transformándose así en una organización que brinda una salida laboral y profesión para aquellos que así lo desean. Por esto es importante para el Aero Club visitar los colegios dando charlas sobre su rol como formador de profesionales, prestador de servicios a la comunidad y como lugar de esparcimiento y recreación. En Rawson no existen Universidades donde los chicos puedan estudiar, y concurren a la de Trelew que cuenta con algunas carreras, por eso es interesante difundir esta faceta del Aero Club y presentarla como una opción de carrera.

FECHA

Durante el mes de agosto del año 2009.

DURACIÓN

Todo el mes de agosto del año 2009.

DESARROLLO

Se acordará con los directivos de los colegios secundarios un día para visitar a los cursos pertenecientes a tercero polimodal (Anexo 14). El día acordado se presentará el Presidente o Vicepresidente y un piloto recibido. Ellos se ocuparán de comentarles a los alumnos que es el Aero Club, cual es su función, actividades, servicios y por último hacer hincapié en la escuela de vuelo que tiene salida laboral tanto en el país como en el exterior.

Una vez terminada la charla se invitará a los alumnos a hacer preguntas y se le repartirán volantes informativos (Anexo 15) invitándolos a visitar las instalaciones.

RECURSOS

Económicos	Materiales	Humanos
Volantes: \$ 55 Total: \$55	⑥ Computadora. ⑥ 500 Volantes (10x20).	⑥ Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales. ⑥ Pilotos. ⑥ Aeromodelistas.

CONTROL

Se controlará relevando en el mes de diciembre cuantos de los nuevos socios y alumnos corresponden a chicos de los colegios rawsense.

PROGRAMA D

Abriendo el Aero Club

TÁCTICA 1

Festival Fiesta de la Bahía.

OBJETIVO

Contribuir al acercamiento de los integrantes de las entidades de Rawson y la ciudadanía en general al Aero Club Rawson y promover sus actividades.

PÚBLICO

Integrantes de las entidades de la ciudad de Rawson y comunidad en general.

JUSTIFICACIÓN

La Fiesta de la Bahía, es una festividad tradicional de la ciudad de Rawson que representa y difunde los valores, actividades y espíritu de sus pobladores. Por este motivo durante la primera semana de la segunda quincena de enero todas las entidades, tanto gubernamentales como no, de la ciudad abren sus puertas y forman parte de los festejos. El Aero Club Rawson, como integrante de estas instituciones, tiene el objetivo de sumarse, y colaborar junto a los otros entes, para trabajar mancomunadamente y poder así comunicarse tanto con las organizaciones de Rawson como con la ciudadanía en general.

FECHA

Sábado 17 de enero de 2008.

DURACIÓN

De 11:00hs. a 17:00hs.

DESARROLLO

Por medio de esta táctica, se busca llegar a las diferentes entidades de la ciudad de Rawson y las personas que la conforman (ciudadanía). El evento tendrá comienzo a las 11 horas. A partir de dicho horario las personas podrán ingresar al predio y disfrutar de las diversas actividades. A continuación se expone el cronograma del evento con las actividades y sus horarios:

- a) 11:00: Apertura de puertas y recepción, a cargo de los alumnos del Aero Club.
- b) 11:30: Bienvenida e inauguración del festival a cargo del Presidente de la institución.
- c) 11:45: Demostración de aerodelismo a cargo de aerodelistas experimentados.
- d) 12:15: Exhibición de paracaidismo. Invitados nacionales e internacionales que además de hacer lanzamientos en paracaidismo, explicarán a los visitantes y enseñarán técnicas de la disciplina de forma práctica.
- e) Momento de recreación, donde los individuos podrán recorrer el predio, observar los aviones por dentro, interactuar con los aerodelistas y sus aviones a escala, visitar las instalaciones y comprar comida para degustar en el lugar.
- f) 14:00: simulacros de emergencia aérea que serán realizados por pilotos experimentados de la institución. Llevarán a cabo en el aire acrobacias de auxilio y aterrizajes forzosos.

- g) 15:00: comienzo de la competencia entre aeromodelistas tanto alumnos como expertos, interactuando con el público.
- h) 15:30: en simultáneo con la actividad anterior, se inicia la tradicional competencia entre pilotos, en la cual desde los aviones se arrojan bolsas de harina que tienen como objetivo un blanco que se encuentra en tierra.
- i) 17:00: se procede a la finalización del festival, agradeciendo al público visitante y a los participantes por su colaboración. Se realiza la invitación para el próximo evento, el cierre estará a cargo del Presidente.

Durante el transcurso del festival se contará con la presencia de un Disc Jockey encargado de la animación y la música. También se convocarán a 2 o 3 panaderías-confiterías de la ciudad para que se presenten con un stand y vendan sus productos.

La difusión del evento, se hará de la siguiente forma:

- ❖ Envío de gacetillas a los medios masivos.
 - Diarios:
 - a) El Chubut (Sección Rawson)
 - b) Jornada (Sección Rawson)
 - Radios:
 - a) Bahía Engaño
 - b) La Capital
 - c) Tropical
 - d) Rawson
 - e) Sonik
- ❖ Mailing destinado a toda la base de datos del Aero Club (Socios, No Socios y Entidades de Rawson).
- ❖ Posteo de la invitación vía Blog.
- ❖ Sitio Web del Aero Club
- ❖ Newsletter digital.

Para la realización del Festival se cuenta con el aporte económico de los siguientes sponsors:

- Banco del Chubut S.A. (\$ 200)
- Daniel Antonio Iñón Repuestos (\$ 150)
- Ferretería Argentina (\$ 150)
- Vulcano (\$ 150)

Las diversas acciones que se emprenderán para difundir el festival pueden observarse en el Anexo 16.

RECURSOS

Económicos	Materiales	Humanos
Bomberos Voluntarios: \$ 200 Ambulancia: \$ 130 Disc Jockey: \$ 250 Impresión de volantes: \$ 55 Total: \$ 635	<ul style="list-style-type: none"> ⑥ Combustible ⑥ Aviones ⑥ Aviones a escala ⑥ Equipo de paracaidismo ⑥ Tres mesas ⑥ 100 sillas ⑥ Programa del evento (500 volantes). 	<ul style="list-style-type: none"> ⑥ Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales ⑥ Personas a cargo de la recepción y asesoramiento del público (alumnos). ⑥ Paracaidistas profesionales. ⑥ Pilotos (alumnos-profesionales) ⑥ Aeromodelistas ⑥ Disc Jockey ⑥ Bomberos Voluntarios. ⑥ Ambulancia, chofer y médico.

CONTROL

Esta acción comunicativa se evaluará en el corto plazo teniendo en cuenta la asistencia al evento (el objetivo mínimo es contar con la visita de 150 personas), en el largo plazo, para relevar el impacto que tuvo, se realizará la encuesta global en las entidades representativas de la ciudad, que como se dijo aglutinan a los habitantes de Rawson. Asimismo se realizará una pequeña encuesta durante el evento que permita evaluar su desarrollo (Anexo 17).

TÁCTICA 2

Fiesta Informal Cierre Temporada Verano 09.

OBJETIVO

Optimizar el vínculo entre el Aero Club Rawson y las otras entidades de Rawson, mostrándose como una institución de la ciudad que colabora e interactúa con la sociedad.

PÚBLICO

Delegados de las entidades de la ciudad de Rawson.

JUSTIFICACIÓN

La temporada veraniega es la de mayor importancia para la ciudad, y de una forma u otra toda la ciudadanía coopera en las diversas actividades que se desarrollan. Por esta razón el fin del verano es un momento importante, donde se realizan los balances de cómo se finalizó. El Aero Club Rawson, con esta táctica, busca reunir en una noche especial a los representantes de las entidades de la ciudad, para interactuar en un ámbito familiar, relajado y divertido, para lograr así el cierre de la exitosa temporada.

FECHA

Viernes 06 de marzo de 2009.

DURACIÓN

Inicio 21:00 hs.

Cierre: 04:30 hs.

DESARROLLO

El evento está programado para comenzar a las 21:00 horas, a medida que los invitados comienzan a llegar serán recibidos en el ingreso del Aero Club Rawson por un grupo de alumnos de las escuelas de vuelo y aerodelismo, quienes les brindarán las indicaciones necesarias (estacionamiento, puerta de ingreso u otra información). A las 21:15 horas se comenzará con un cocktail sencillo servido en una mesa donde se presentarán sandwiches y bocaditos. A las 22:00 horas se dará inicio a la cena luego de un discurso de bienvenida a cargo del Presidente.

A las 24:00 horas se procederá a la realización de un brindis que enmarque el cierre de la temporada 2008/2009. A continuación se ofrecerá el postre y una vez finalizado se invitará a los agasajados a terminar el evento bailando.

La mecánica del evento será, primero realizar las invitaciones a las entidades de la ciudad que conforman la base de datos del Aero Club Rawson vía e-mail (Anexo 18) y luego ofrecer las tarjetas que tendrán un valor de cien pesos por persona. Se deberá confirmar y comprar las entradas hasta una semana antes del evento.

El servicio de catering estará a cargo de Leonardo 1º, una empresa de Rawson que se ocupa de llevar adelante este tipo de cenas.

MENU

Recepción

Bocaditos salados y bebidas

Entrada

Matambre arrollado – Crep’s primavera con Jamón crudo – Ensalada Capresse (tomate, mozzarella y albahaca)

Plato Principal

Colita de Cuadril con guarniciones y Crema de Hongos

Postre

Helado

Bebidas

Vino fino tinto y blanco, gaseosas y agua de mesa

Brindis

Sidra

Precio: \$ 100,00 la tarjeta.

RECURSOS

Económicos	Materiales	Humanos
Disc Jockey y luces: \$ 400 Mesas: prestadas por gendarmería. Sillas: prestadas por gendarmería. Vajilla, mantelería y tarjetas: a cargo del servicio de catering. Total: \$ 400	⑥ Mesas (dependen de la cantidad de asistentes). ⑥ Sillas (depende de la cantidad de asistentes). ⑥ Tarjetas. ⑥ Vajilla y mantelería.	⑥ Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales ⑥ Personas a cargo de la recepción de los asistentes (alumnos). ⑥ Disc Jockey ⑥ Servicio de catering.

CONTROL

Al igual que la táctica anterior, se evaluará durante el evento con una pequeña encuesta que se realizará (Anexo 17); además se aplicará a los integrantes de las Entidades Representativas de Rawson la encuesta global que relevará nuevamente el conocimiento sobre la institución, actividades, servicios, etc.

TÁCTICA 3

Fiesta Día del Aero Club Rawson

OBJETIVO

Contribuir en la vinculación de los integrantes de las Entidades Representativas de Rawson con el Aero Club Rawson, en un ambiente festivo que permita mostrar la esencia del Club.

PÚBLICO

Integrantes de las entidades de la ciudad de Rawson.

JUSTIFICACIÓN

El 25 de mayo es el día del aniversario del club, y por ello es muy importante utilizar esta fecha como plataforma para abrir la institución a otras entidades e interactuar con ellas en un marco ameno y descontracturado. Así se puede relacionar con integrantes de otras entidades representativas, y mostrar otra arista del Aero Club, sus instalaciones, quienes la conforman, expresando así su esencia públicamente. Asimismo, la cena es un tipo de evento diferente al que acostumbra a hacer el Aero Club (festivales y encuentros aéreos) que tiene una llegada diferente y en el que se pueden generar contactos y nuevos vínculos.

FECHA

Sábado 22 de mayo.

DURACIÓN

De 21:30hs. a 05:00hs.

DESARROLLO

Se enviará un e-mail, un mes antes de la cena, a la base de datos informando sobre los festejos, solicitando la confirmación de su presencia. Asimismo el evento se difundirá a través del Newsletter Digital, el sitio Web y el Blog. Las acciones nombradas se encuentran desarrolladas en el Anexo 19. Una vez confirmados los asistentes se procederá a la venta de las tarjetas que tendrán un valor de \$100 por persona.

21:30: inicia la cena con una bienvenida a cargo del Presidente.

23:00: se entregarán medallas honoríficas a los socios fundadores del Aero Club, a los alumnos recibidos durante el año y a los aeromodelistas destacados.

24:00: brindis por los 38 años del Aero Club Rawson.

Luego del brindis se presentará la banda local Piccardini, y se invitará a bailar a los presentes al compás de covers musicales de los años 70 y 80.

Durante el baile se servirán bocaditos y bebida.

5:00: se realizará el cierre del evento, con una despedida a cargo del Vicepresidente de la institución, quien agradecerá a los invitados por estar ahí.

Menú

Recepción

Bocaditos salados y bebidas

Entrada

Terrina de Pollo, Arrollado de Palmitos y Jamón, Vol Aut Vent de Atún, Ensalada Waldorff

Plato Principal

Roll's de Lomo al Champignons con papas noisette.

Postre

Helado

Bebidas

Vino fino tinto y blanco - Gaseosas y agua de mesa

Brindis

Sidra

Precio: \$ 100,00 Por PERSONA

RECURSOS

Económicos	Materiales	Humanos
Grupo musical: \$ 250 Medallas: \$ 225 Mesas: prestadas por gendarmería. Sillas: prestadas por gendarmería. Vajilla, mantelería y tarjetas: a cargo del servicio de catering. Total: \$ 475	⑥ Mesas (depende de la cantidad de asistentes). ⑥ Sillas (depende de la cantidad de asistentes). ⑥ Micrófono. ⑥ Instrumentos musicales. ⑥ 20 medallas.	⑥ Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales ⑥ Servicio de catering. ⑥ Número musical (grupo de Rawson).

CONTROL

Se llevará a cabo teniendo en cuenta la cantidad de personas que asistan, a las cuales, se les encuestará sobre el evento (Anexo 17). Además se aplicará la encuesta global a los integrantes de las Entidades Representativas de Rawson.

TÁCTICA 4

Festival Día del Niño

OBJETIVO

Vincular al Aero Club Rawson con los integrantes de las entidades educativas de Rawson, abriendo sus puertas y mostrando sus actividades.

PÚBLICO

Escuelas y jardines de Rawson.

JUSTIFICACIÓN

Como se dijo anteriormente, las entidades de Rawson cuentan con una baja relación y conocimiento sobre el Aero Club Rawson, por ello se deben aplicar tácticas para crear lazos con otras instituciones y las personas que la conforman. Un club sin el apoyo de la sociedad que lo rodea no puede desempeñarse óptimamente.

Las actividades que se desarrollan en el club no son las más convencionales y atraen la atención del público, sobre todo de los más pequeños que tal vez nunca volaron en un avión, o les gusta el tema de poder volar aviones a escala, ver paracaidistas con sus trajes y demás elementos. Por otro lado, los niños son un público interesante, ya que junto a ellos viene su familia, logrando así atraer mayor cantidad de personas.

FECHA

Domingo 9 de agosto de 2009.

DURACIÓN

Un día. De 11:00hs. a 17:00hs.

DESARROLLO

Durante los días previos al evento se enviará una invitación por mail (ver anexo 20) a los jardines y escuelas primarias de Rawson para que se sumen a los festejos del día del niño que se realizará el domingo 9 de agosto en el predio del Club. Por otro lado la difusión se hará a través de la publicación de artículos informativos en el sitio Web y en el Blog, además se enviarán gacetillas a los medios para reforzar la comunicación a los diarios El Chubut (sección Rawson) y Jornada (sección Rawson) y a las 5 radios de la capital. Las acciones de comunicación mencionadas se encuentran plasmadas en el Anexo 20.

A las 11:00 se comenzará con las actividades, el encargado de iniciar el evento será el Presidente de la institución. El Disc Jockey es el encargado de la música y de llevar adelante el festival. Debido a que es un evento para los niños no habrá actividades programadas con horarios estipulados, sino que a partir de las 11:30 los aeromodelistas iniciarán sus actividades, interactuando con los chicos y sus familias, haciendo piruetas, al tiempo que se sortearán vuelos de bautismo entre los visitantes. Además se invitará a Prefectura Naval Argentina (Anexo 21) para que forme parte del festival presentándose con su helicóptero y prefectos quienes harán demostraciones a los chicos.

Habrá un lugar determinado para poner un kiosco. Para esto último se invitará a algún kiosco de Rawson que desee tomar la concesion por ese día.

Se tratará de crear un clima distendido y entretenido donde los niños con sus familias puedan disfrutar de su día en el club volando, jugando, mirando exhibiciones y vinculándose con pilotos, paracaidistas y aeromodelistas.

Con respecto a los costos del evento, debe decirse que se cuenta con el apoyo económico de los siguientes sponsors:

Banco del Chubut S.A. (\$ 200)

Daniel Antonio I on Repuestos (\$ 150)

Ferretería Argentina (\$ 150)

Vulcano (\$ 150)

RECURSOS

Económicos	Materiales	Humanos
Bomberos Voluntarios: \$ 200 Ambulancia: \$ 130 Disc Jockey: \$ 250 Total: \$ 580	<ul style="list-style-type: none"> ⊗ Combustible ⊗ Aviones ⊗ Aviones a escala ⊗ Equipo de paracaidismo ⊗ Tres mesas ⊗ 100 sillas ⊗ Gacetillas. 	<ul style="list-style-type: none"> ⊗ Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales ⊗ Paracaidistas profesionales. ⊗ Pilotos (alumnos-profesionales) ⊗ Aeromodelistas ⊗ Disc Jockey ⊗ Bomberos Voluntarios. ⊗ Ambulancia, chofer y médico.

CONTROL

Se controlará teniendo en cuenta la cantidad de personas que acudió al evento, que, además, serán encuestados brevemente sobre su opinión respecto al evento (Anexo 17). Otra herramienta de evaluación que se aplicará es la encuesta global que se realizará a quienes conforman las entidades representativas de la ciudad, en la cual se preguntará por los medios a través de los cuales se relacionan con el club, actividades y servicios que conoce.

ñ) Cronograma de Actividades

Táctica	Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Sitio Web	Activación												
	Actualización												
Blog	Lanzamiento												
	Actualización												
Newsletter Digital													
Publicación en Boletín Informativo													
Señalética Externa													
Visitas a Colegios													
Colaboración con Otras Entidades	Simulacro Bomberos Voluntarios												
	Simulacro de la Prefectura Naval Argentina												
Desfile Día de Rawson													

o) Presupuesto

Detalle	Costo
Diseñador Gráfico	210
Analista en Sistema	100
Gráfica y Estructura	330
Pintores	140
Colocación	75
Volantes	170
Bomberos Voluntarios	400
Ambulancia	260
Disc Jockey	900
Grupo Musical	250
Medallas	225
Honorarios Relacionista Público	5000
TOTAL	8060

p) Flujo de Fondos

INGRESOS													
Concepto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Ingresos destinados al plan de RPI	1906,67	416,67	876,67	416,67	891,67	416,67	416,67	1051,67	416,67	416,67	416,67	416,67	8060,04
TOTALES	1906,67	416,67	876,67	416,67	891,67	416,67	416,67	1051,67	416,67	416,67	416,67	416,67	8060,04
EGRESOS													
Concepto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Sitio Web													
Diseñador Gráfico	170												170
Analista en Sistema	100												100
Señalética Externa													
Diseñador Gráfico	40												40
Gráfica y Estructura	330												330
Pintores	140												140
Colocación	75												75
Colaborando con Otras Entidades													
Volantes			60										60
Visitas a Colegios													
Volantes								55					55
Festival Fiesta de la Bahía													
Bomberos Voluntarios	200												200
Ambulancia	130												130
Disc Jockey	250												250
Impresión Volantes	55												55

Fiesta Informal Cierre de Temporada																							
Disc Jockey e Iluminación		400																					400
Fiesta Día del Aero Club																							
Grupo Musical				250																			250
Medallas				225																			225
Festival Día Del Niño																							
Bomberos Voluntarios												200											200
Ambulancia												130											130
Disc Jockey												250											250
Honorarios																							
Relacionista Público	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	5000,04
	1906,67	416,67	876,67	416,67	891,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	1051,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67	8060,04
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

q) Conclusión

Actualmente, estamos inmersos en una sociedad altamente vinculada a través de lazos comunicativos que permiten que interactuemos socialmente; teniendo en cuenta este escenario y el hecho de que las instituciones son parte integrante de las comunidades que las rodean, las Relaciones Públicas e Institucionales fueron ocupando un lugar cada vez más resonante en el plano institucional.

Otro hecho que resalta el papel fundamental de la mencionada disciplina, es el aumento de la homogenización de los productos y servicios que brindan las organizaciones. Es a través del desarrollo e implementación de estrategias creativas e innovadoras que los Relacionistas Públicos establecen lazos virtuosos y honestos con los diversos públicos, con el objetivo de crear un valor agregado intangible en las instituciones que las diferencie y posicione en la mente de los públicos.

Puede observarse así la función central que desarrolla en el presente el Profesional de las Relaciones Públicas e Institucionales en organizaciones de todo tipo, ya sea asesorando o formando parte de su staff permanente. El experto en la disciplina se encuentra capacitado, por un lado, para diagramar políticas en las altas jerarquías y por otro para ser el ejecutor de las tácticas, trabajando mancomunadamente con el resto de áreas y departamentos.

A lo largo del presente trabajo, se expuso esta preponderancia de las Relaciones Públicas e Institucionales, en el desarrollo de cualquier tipo de organización. La mencionada disciplina, cuenta con diversas estrategias, tácticas y herramientas que coadyuvan al cumplimiento de la misión de una institución; pero es necesario contar con una correcta planificación para lograr los objetivos eficientemente.

Fue mediante el análisis de la comunicación externa del Aero Club Rawson, que se detectó el bajo posicionamiento institucional con que cuenta debido a las falencias comunicacionales que requerían de la intervención de un Plan de Relaciones Públicas e Institucionales. Frente al bajo conocimiento que exteriorizó el público investigado, se propuso un plan que posicionara institucionalmente al Aero Club Rawson dentro de dicho grupo de interés.

Luego de finalizar el mencionado proceso de indagación se comenzó a trabajar en un plan de intervención que se adecua tanto a las necesidades de la organización, como a sus posibilidades económicas. En este escrito se aplicaron a un caso concreto los conceptos teóricos que se fueron aprendiendo a lo largo de la carrera, vinculando así el

universo académico con el profesional, permitiendo al alumno enfrentarse con un escenario real.

Personalmente se buscó emprender una investigación seria y responsable que permitiese, por un lado, diseñar e implementar un plan de Relaciones Públicas e Institucionales que contribuya al crecimiento profesional; por otro brindar una plataforma comunicativa coherente y propicia para el Aero Club Rawson, buscando fortalecer así sus debilidades y maximizar sus oportunidades.

Es nuestra tarea y responsabilidad, trabajar en pos de la evolución constante de nuestra disciplina, tratando de lograr a largo plazo la legitimidad y aceptación que se merece como pilar de desarrollo de las instituciones; como así también ser profesionales íntegros que busquen el desarrollo constante de las Relaciones Públicas e Institucionales sin comprometer sus valores y ética.

r) Bibliografía

- AVILIA LAMMERTYN, Roberto E. (1997) *RR.PP. estrategias y tácticas de comunicación integradora*, Editorial Imagen: Buenos Aires.
- BARTOLI, Annie (1992) *Comunicación y Organización – La organización comunicante y la comunicación organizada*, Editorial Paidós: Barcelona.
- BLACK, Sam (2001) *El ABC de las Relaciones Públicas*, Editorial Gestión 2000: España.
- CAPRIOTTI, Paul (1992) *La imagen de empresa – Estrategia para una comunicación integrada*, Editorial Consejo Superior de Relaciones Públicas de España: Barcelona.
- FLORES BAO, Francisco (1987) *Relaciones Públicas. Ciencias de la Integración Humana*, Editorial Imprenta Desa: Lima, Perú.
- GARRIDO, F. (2002) *Comunicación Estratégica*, Editorial Gestión: España.
- GRUNIG, James E. y HUNT Todd (2000) *Dirección de Relaciones Públicas*, Editorial Gestión 2000: Barcelona.
- MURIEL, María Luisa y ROTA, Gilda (1980) *Comunicación institucional – Enfoque social de Relaciones Públicas*, Editorial Andina: Quito.
- PEREIRA PARODI, Julio César (1993) *Las relaciones públicas en el mundo actual*, Trabajo monográfico: Córdoba.
- QUIVY, Raymond y CAMPENHOUDT Luc Van (1999) *Manual de investigaciones en Ciencias Sociales*, Editorial Limusa S.A. de C.V. Grupo Noriega Editores: México
- RIES, Al y TROUT, Jack (2002) *Posicionamiento: La batalla por su mente*, Editorial McGraw Hill/Interamericana de España, S.A.U.: España.
- RIZO, Marta (2005) *El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto - Hacia un nuevo concepto de comunicación*, Aula Abierta, Lecciones Básicas.
- SCHEINSOHN, Daniel (1997) *Más allá de la imagen corporativa – Como crear valor a través de la comunicación estratégica*, Editorial Macchi: Buenos Aires.
- VIEYTES, Rut (2004) *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad – Epistemología y técnicas*, Editorial de las Ciencias: Buenos Aires.
- VILLAFANE, Justo (2002) *Imagen positiva – Gestión estratégica de la imagen de las empresas*, Editorial Pirámide: Madrid.

WILCOX, Dennis L. (2006) *Relaciones Públicas – Estrategias y tácticas*, Editorial Pearson Education: Madrid.

Sitios Web

http://www.cenoc.gov.ar/documentos/ponencia_final.pdf.

<http://www.chubut.gov.ar/sri/archives/023082.php?id=-1>

<http://www.educ.ar/educar/site/educar/na..html?uri=urn:kbee:1efcb380-54ba-11dc-8ecf-00163e000024&page-uri=urn:kbee:ff9221c0-13a9-11dc-b8c4-0013d43e5fae>

<http://www.gadis.org.ar/documentos/IDSC%20de%20Arg.pdf>

<http://www.gruposaludgtz.org/proyecto/pass-gtz/calsap/Documents/Estudios-Cualitativos.pdf>.

<http://www.redagora.org.ar/paginas/proyectos/Banco%20Documental%202.0/Temas/Tercer%20Sector/Libros%20-%20Publicaciones/Acerca%20de%20la%20Constitucion%20del%20tercer%20sector%20en%20la%20Argentina.pdf>.

<http://www.redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/687/68730506.pdf>

s) ANEXOS

Anexo 1

Entrevistas miembros comisión directiva Aero Club Rawson

Ejes Temáticos	Entrevistado 1	Entrevistado 2
1) Organización		
1.1.) Historia del Club	<p>El aeroclub fue creado en 1971 por un grupo de personas que primero hicieron un club que tuvo sede en Rawson y después de a poco se fue conformando la comisión hasta que lograron conseguir un avión y mudarse a su nueva sede, y después en el año 80 se compró el actual. Los socios fundadores eran ciudadanos de Rawson que estaban interesados en las actividades relacionadas a la aviación.</p>	<p>Yo en el club arranqué en junio del 2002, fui porque siempre me gustó la actividad aérea y en ese momento Dani que ya estaba en la comisión directiva, era socio y parte de la comisión me dijo un día que vaya y empecé ahí el curso de piloto y en octubre de 2004 me recibí de piloto privado y ahí fueron mis primeras armas y experiencias.</p>
1.2.) Finalidad de la institución	<p>La finalidad y función del club es preparar pilotos para una futura carrera, o por deporte. Tenemos otras actividades como aeromodelismo y paracaidismo que es muy poco lo que hay, porque no hay instructor de paracaidismo. El aeromodelismo se practica más por divertimento que como escuela</p>	<p>El aeroclub es un ente, sin fines de lucro, es una sociedad sin fines de lucro, una organización en realidad que tiene como objetivo fomentar la actividad aérea en la sociedad. Es algo que institucionalmente nos cuesta mucho porque siempre la actividad aérea en toda sociedad estuvo relacionado con un grupo de personas de cierto estrato social, que es un poco lo que se está tratando de desterrar o tratar de reflejar desde otro punto de vista, pero esa es la finalidad del club, todo aeroclub tiene como finalidad dar a conocer la actividad aérea en la sociedad en la que convive y prestar servicios a la comunidad.</p>
1.3.) Estructura y Organización del Aeroclub Rawson	<p>Tenemos un hangar donde hay tres aviones, uno es del club y otros dos de particulares y tenemos un lugar que es la secretaría del club y otro lugar que vendría a ser el ambiente común donde se come se hacen las reuniones sociales.</p>	<p>Estructuralmente el aeroclub cuenta con nuestro predio que está camino a Playa Unión, está comprendido por el famoso quincho donde compartimos todas nuestras aventuras, el hangar propio y</p>

	<p>Dentro de la comisión hay dos subcomisiones, una de pilotos o sea de aviación y la de aeromodelismo.</p>	<p>uno particular, y dentro de esa infraestructura del quincho donde nos juntamos y demás. Hay un pequeño aula donde se dan los teóricos. La propiedad del aeroclub es compartida, en realidad nosotros estamos en un terreno físico que pertenece a la Municipalidad de Rawson donde está asentado el Aeroclub en sí, las pistas y demás pertenecen a lo que es la Dirección Provincial de Aeronáutica, todas las pistas son propiedad de aeronáutica. El aeroclub como material volante, tenemos un solo avión que es el Piper Tomahawk. Sirve para llevar gente, mercadería entre otras cosas.</p>
<p>1.4.) Actividades que se realizan en el Club</p>	<p>Las actividades que se llevan a cabo son aviación por un lado, la escuela de aviación que ahí es donde contamos con dos instructores y la de aeromodelismo que se practica más por divertimento que como escuela. Además hacemos vuelos de bautismo, festivales, eventos.</p>	<p>Las actividades que tiene el aeroclub es del fomento de la actividad aérea que se realiza a través de los cursos, todos los cursos para habilitación de pilotos, piloto privado, piloto comercial, instructor de vuelo, piloto comercial de primera y después bueno las otras dos licencias que es piloto comercial y de transporte y TLA (de transporte de línea aérea) eso se realizan aparte porque el club no tiene el material volante como para hacerlo. Después también se dan charlas sobre todo lo que es correspondiente a la actividad en sí, meteorología, charla de concientización, el año pasado hubo un programa muy lindo en el cual participaron distintas escuelas de secundario, para dar a conocer lo que es la actividad aérea. El proyecto piloto se hizo con el Instituto Don</p>

		<p>Bosco y este año se presentó un proyecto para que el Ministerio de Educación lo avalara como para que distintos alumnos de los polimodales de Rawson pudieran realizar y bueno el Ministerio quedó ahí en veremos igual que con la Municipalidad de Rawson pero siempre se trata de dar a conocer cursos, o charlas. En este caso era para los chicos pero también se tratan de hacer cosas para el público en general. Como para que toda la comunidad esté un poco empapada de lo que es la actividad aérea. Después actividades aéreas de tipo social se realiza el festival aéreo, que es la principal actividad social que hacemos. A veces coincide con el cumpleaños del aeroclub que es el 25 de mayo o sino como esa época es media fría, bastante cruda climatológicamente acá el año pasado lo hicimos en octubre como para aprovechar más el día y entonces es más que nada eso, ese es el principal evento social que hace el aeroclub. Después siempre que se puede se hacen charlas, encuentros. Nosotros prestamos servicios si hay algún problema de incendio o acá que vivimos en la franja marítima y hay algún accidente con algún barco o demás o cuando alguien se pierde o algún problema de seguridad en el mar siempre estamos a disposición. Esos servicios, todo lo que es incendio, cuando acá se cortan las rutas que acá puede</p>
--	--	---

		quedar gente varada, o llevar a veces no siempre nos solicitan para llevar mercadería y demás, es Defensa Civil, la policía también trabaja con nosotros, las fuerzas de seguridad completas. Toda la fuerza de seguridad.
2) Comunicación		
2.1.) Rol de la comunicación en la organización	Nos comunicamos verbalmente, no tenemos una comunicación fluida sino que cuando necesitamos avisar algo lo hacemos, con invitaciones, nos juntamos en algún momento con otros aeroclubes y con la población por ahí sacamos avisos en el diario de que se hacen vuelos de bautismo los fines de semana, o se sacan fotos o artículos cuando se recibe algún piloto. Además tenemos una base de datos con los mails de todos los socios que usamos para ponernos en contacto con ellos cuando sea necesario por distintas razones.	Con los socios o sea creo que hay que separar en dos, hay una comunicación externa y una interna. La interna está íntimamente relacionado con los socios, como somos relativamente pocos socios, alrededor de 50 de socios activos, la comunicación la hacemos por mail o por teléfono, no es difícil encontrarnos. Y la comunicación externa se hace principalmente con los medios gráficos, o sea diarios a veces cuando se hacen los festivales se hace una comunicación radial, tenemos participación en programas de televisión que han venido que hemos invitado nosotros para dar a conocer las actividades del aeroclub.
2.2.) Área o encargado de comunicación	Es el actual secretario del aeroclub quien se encarga de informar todo lo necesario.	El que se ocupa de todo esto es generalmente el secretario o sea Franco que tiene mayor contacto con los medios o cuando hablo con gente conocida que tengo en los medios y sacan publicaciones o con Brian que va con la radio y la televisión pero no hay un encargado.
2.3.) Relación del Aeroclub Rawson con otras entidades de Rawson	El aeroclub no tiene ningún tipo de relación con otras entidades o asociaciones civiles. A veces, se piden subsidios a provincia, una ayuda a la municipalidad.	Con las otras sociedades civiles es nula, no existe, porque de las otras asociaciones no se acercan y nosotros tampoco nos

		acercamos a ellos. Sí tenemos una relación, constante con la parte gubernamental, con la provincia y la municipalidad pero con las Asociaciones Civiles no tenemos ninguna. Con la parte gubernamental tenemos relación a nivel provincial con la Dirección Provincial de Aeronáutica que a nosotros nos rige toda la actividad la Fuerza Aérea Argentina y que ellos bajan sus contenidos y las reglas que tenemos los aeroclubes. Con Defensa Civil, la policía y con la municipalidad.
2.4.) Públicos del Aeroclub Rawson	El gobierno municipal, y en casos el provincial y la comunidad de Rawson, que es quien nos interesa que se acerque a conocernos.	Públicos que nos interesan, nos interesan todos, porque la actividad aérea no está limitada a cierto tipo de gente, la limitante te lo pone tu estado psicofísico. Entonces que la gente que no puede hacer o ejecutar su pasión o hobby como aviador, puede hacerlo como aeromodelista. Generalmente la gente que empieza con cursos es desde los 19 o 20 años hasta los 40 más o menos.
3) Comunicación Institucional		
3.1.) Objetivos	Nos interesa llegar a la comunidad, para que la gente se acerque a hacer el curso de pilotos, porque nuestra función es hacer que la escuela de pilotos funcione para que el avión produzca dinero. Se busca que la gente se acerque, mostrar como es el aeroclub y llevarlos a volar.	Lo que busca el aeroclub con la comunicación externa siempre es dar a conocer las actividades que realiza, lo que ocurre es que después esos objetivos, tal vez porque las metas no están bien proyectadas o están mal propuestas, no se logra el objetivo final de largo plazo. El de corto plazo que puede ser dar a conocer un festival, o los pilotos que se recibieron si puede cumplirse.
3.2.)	El secretario informa sobre	En nivel de medios, el

<p>Características de los mensajes</p>	<p>eventos que se hacen, pilotos que se reciben, que se va a hacer un festival, algún fin de semana un vuelo de bautismo.</p> <p>El Aeroclub se comunica por eventos. Si se recibe un piloto se saca una foto en el diario y listo. Los mails son comunes, o sea la plantilla del Outlook donde ponemos lo que queremos avisar y va a nombre del presidente de turno en ese momento, los carteles que por ahí se hacen también son comunes, se imprimen en una hoja de papel blanco con la información sobre el festival, el lugar y el horario y se pegan en algún kiosco o farmacias del centro de la ciudad. Lo que sale en el diario por lo general son avisos cuando se recibe un piloto, en realidad se invita a los periodistas para que vayan el día del examen y tomen fotos y hagan alguna entrevista. No se pagan.</p>	<p>aeroclub debe estar saliendo 6 o 7 veces al año, con una concentración muy grande cuando se está cerca del festival que salimos 2 semanas completas en la radio, en la televisión, en los diarios. Después salimos solamente en los medios gráficos cuando se realizan los cursos de pilotos, cuando vienen los inspectores a tomarnos y demás. No sale otro tipo de información. Los mensajes tienen un patrón, a los medios gráficos se les informa a todos, por supuesto que los que más levantan las notas son los dos principales que son diario Jornada y diario El Chubut, pero siempre la invitación a la publicación se le realiza a todos y después no hay otro tipo de comunicación. Interna es el mail y externa la que vengo diciendo. Los mails son comunes, pero todo lo que es notificación hacia entes gubernamentales y demás si tenemos un patrón de logotipo, de formato, igual que a los diarios. A los diarios las notas van con un formato determinado. Lo que principalmente informamos, poniendo un ejemplo de un festival, es la fecha, lugar, la actividad en si que comprende el festival que eso varía según los invitados que tengamos, damos a conocer los tipos de vuelo que se van a realizar, si hay actividad de paracaidistas o no.</p>
<p>3.3.)Medios que utilizan para hacerse conocer</p>	<p>Se informa a través de los diarios, tanto El Chubut como Jornada. A veces se hizo apariciones en algún programa de televisión pero como invitados. También hemos asistido</p>	<p>Nosotros cuando armamos un festival vamos a todos los comercios, los invitamos para ver si quieren participar del festival, si quieren realizar</p>

	<p>a programas de radio para comentar sobre algún festival que se estaba por realizar para invitar a la comunidad a que se acerque.</p>	<p>una publicidad para solventar los costos del festival que son muy altos y damos a conocer a través de afiches y demás el festival cuando se realizan, que se realiza, porqué y demás. Los diarios que más usamos son el Chubut, Jornada, el diario de Rawson, de Madryn que son de mayor difusión, por más que nosotros cuando hacemos los boletines de prensa se los enviamos a todos los medios, y después las radios AM lo que es LU20 y radio 3 a las dos participan, y las FM locales la invitación se hace a todas y tenemos gran participación de Bahía Engaño, la Tropical, Sonik y radio Rawson. Lo que se busca es generar algo, por lo general cuando invitamos a los periodistas, o a veces sale de ellos mismos venir para hacer una entrevista en el aeroclub y demás, se acercan al aeroclub por lo general en fechas próximas a los festivales y lo que hacemos es sacarlos a dar una vuelta entonces a veces hacen si es un medio radial transmiten desde el mismo avión, si es televisivo pasan las imágenes que toman de la costa. Pero más que nada buscando el objetivo de difundir un caso o momento específico, no algo general. Pero el principal medio que utilizamos es el gráfico. La utilización es una utilización muy objetiva en el sentido de que usamos los diarios cuando invitamos a la gente a participar en los festivales o damos a conocer los festivales, y sino cuando se recibe algún piloto</p>
--	---	---

		<p>digamos no hay otro tipo de comunicación, no lo hacemos por eso digo que es muy objetiva porque vos en realidad no haces ningún tipo de promoción o de fundamentación de la misma sino que brindas información y nada más y es tal vez uno de los problemas que tenemos, porque no es que uno no quiera, todo lo contrario uno siempre quiere dar a conocer la actividad del Aero Club y demás, lo que pasa que lamentablemente siempre terminamos o terminan trabajando tres o cuatro personas o sea que vos te cargás de un montón de responsabilidades que después no podés afrontar.</p>
<p>3.4.) Encargado de confeccionar los mensajes y seleccionar medios</p>	<p>Es el actual secretario del aeroclub quien se encarga de informar todo lo necesario.</p>	<p>Hay un manejo coordinado que se hace a través del secretario que es quien se ocupa de los medios gráficos y después cada uno va aportando, la gente que conoce distintos medios los va coordinando con él.</p>
<p>3.5.) Efecto que quieren lograr sobre el público objetivo</p>	<p>Se busca que la gente conozca el aeroclub y se acerque, porque la gente no se acerca mucho, porque el aeroclub está visto como algo que es para pocos, para unos privilegiados o sea gente de plata normalmente y no como un lugar al que cualquiera se puede arrimar y aunque sea darse una vuelta en el avión. Para eso es que hacemos los festivales y los invitamos a todos, y ponemos comunicados en el diario contando cuando y donde va a hacer.</p>	<p>Nuestro objetivo es dar a conocer la actividad aérea en su forma global y particular, lo que ocurre es que en el aeroclub no existe un plan orientado hacia determinados segmentos de gente, ya que no segmentamos porque tenemos un mensaje global para todos que queremos comunicar. Se quiere informar sobre las actividades que se llevan a cabo para que la gente se acerque sea como piloto, aeromodelista o por un espectáculo. Esa es la meta final que se persigue con las apariciones en los medios y los festivales que hacemos.</p>

<p>3.6.) Información que busca difundir</p>	<p>Nosotros como parte de la comisión lo que queremos es que la gente sepa cuando arrancan los cursos de la escuela de vuelo, cuando se realizan festivales y otras festividades además quienes son los pilotos de la ciudad que se reciben. También es importante que la gente conozca donde queda, los horarios en los que se puede visitar y que otras actividades se pueden hacer.</p>	<p>El aeroclub que buscamos difundir es la actividad aérea en su conjunto, o sea la actividad de aeromodelismo la aérea en sí, y dar a conocer lo servicial que puede ser la actividad aérea desde todo punto de vista. La parte recreativa, turística, social en el sentido de estar trabajando mancomunadamente hacia necesidades específicas o no que pueda tener la sociedad, cuando ocurren catástrofes naturales, humanas. Esa es la</p>

Anexo 2

Entrevista a delegados de las entidades representativas de Rawson

Ejes Temáticos	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevista 4	Entrevista 5	Entrevista 6	Entrevista 7	Entrevista 8
1) Entidad representativa y delegado	Ruca Cumelen, como el nombre te lo dice es un centro de acción familiar. Ruca Cumelen significa casa feliz en mapuche. Se inauguró, es decir se creó en el año 65, por la necesidad que había de madres que trabajaban o padres que no tenían con quien dejar a los chicos, es decir de recursos económicos bajos, que tenían la necesidad de trabajar y los	Los bomberos voluntarios de Rawson se crearon en el año 1973 por una ordenanza del gobierno del intendente Damis, comenzaron a funcionar en la calle Don Bosco, luego se trasladaron a la Belgrano y después nos vinimos para el predio actual. El primer presidente que tuvimos fue el Sr. Mantrís.	3	El Tiro Federal Rawson, estaba ubicado detrás del Bergareche, ahí se terminaba el pueblo, no había nada. Nosotros empezamos a concurrir al tiro porque teníamos la posibilidad de ganarnos unos pesos, te imaginas que en aquel tiempo, el	La escuela provincial número 4, se creo en el año 1882 y conmemoramos sus años el 15 de Septiembre que es el día de la fundación de Rawson. Fue la primer escuela de la provincia del Chubut. Es una escuela de educación primaria, que va desde el 1º año de EGB hasta 9º año, se	La asociación vecinal Luis Vernet nació hace, más o menos, 16 años, yo no estaba en el barrio por eso no se con exactitud, fue creada por los propios vecinos que empezaron a llegar al barrio y decidieron unirse para solucionar los temas que se relacionaban	El centro Río Chubut fue creado en noviembre del año 1990 para mantener el barrio bien y para tener un lugar donde los del barrio pudieran acudir en busca de soluciones, somos como un nexo, gestionamos los problemas ante el municipio, buscamos mejorar las	La escuela 729 está en funcionamiento hace alrededor de 16 años, y tiene como tarea educar a los chicos de la ciudad de Rawson, nosotros somos un colegio de nivel secundario, tenemos desde 7º año, lo que sería EGB 3 hasta 3º año del Polimodal.
1.1.) Historia y actividades que realiza la organización								

	<p>chicos quedaban solos en las casas. Entonces fue ahí que se crearon estos centros de acción para que atendiera a la familia y al chico, como una organización familiar para que la mamá también aprenda buenas costumbres al aprender el chico buenas costumbres, alimentación, higiene, la convivencia. La mamá tenía la obligación de trabajar, es decir que los chicos que atiende el centro no tienen a sus mamás en las casas. Porque no es una</p>	<p>Nos ocupamos de brindar un servicio a la comunidad Rawsense, combatimos incendios, asistimos en accidentes, colaboramos en rescates de barcos, búsqueda de personas en el Río.</p>	<p>se sacan jugadores para las mayores, o sea con esto quiero decir que se realiza un trabajo importante de inferiores. Básicamente el club se creo en 1922, porque antes existía un club que se llamaba La Sportiva y debido a una pelea entre los socios éste se separó y un grupo de ellos formó Germinal.</p>	<p>tiro se fundó en 1903 y yo te estoy hablando del 44, 45 cuando teníamos 12 años más o menos, empezamos ganando 20 centavos por anotar, en aquel tiempo tiraba Bernigola, González, Portales entre otros y bueno concurríamos a las 8 y pico de la mañana y nos daban los elementos para marcar los blancos donde impactaban las balas. En ese entonces</p>	<p>o sea que tenemos chicos de entre 6 y 15 años. Nuestra tarea es brindar la educación básica y formar personas tanto en lo académico como en lo humano.</p>	<p>con su barrio. En este lugar trabajamos para ayudar al vecino, para mejorar el barrio y para haber actividades para los que viven acá, ese es nuestro rol.</p>	<p>cosas y estar ahí para los del barrio.</p>	
--	---	---	---	---	---	---	---	--

	<p>guardería, siempre se le llamó guardería de chicos, van los depositan ahí los deja, pero es mal llamada guardería. Cumple otra función, más formativa. Los chicos, van a la escuela, bueno toman el desayuno, van a la escuela, vienen y almuerzan, como las madres los retiran a las cuatro porque a las cuatro se van los empleados, hacen la tarea y los que van a la tarde hacen la tarea a la mañana. Tienen un apoyo escolar.</p>			<p>había tres blancos de 100 metros, 200 metros y 300 metros, que hoy en día siguen funcionando. Luego de esa época entraron otros chicos para realizar ese trabajo y yo le dije a Don Luís, que estaba en la comisión en ese momento que quería comenzar a tirar, y el me dijo que a partir del domingo siguiente podía empezar a tirar yo, ahí</p>				
--	--	--	--	--	--	--	--	--

				<p> arranque como tirador, porque costaba monedas tirar. Don Luís, me enseñó a tirar con las distintas técnicas. La comisión fue conformada por distintas personas a través de los años. Se hacían campeonatos zonales, donde participaban, Madryn, Frelew, Gaiman y Rawson, que nos servían para juntarnos y comer asado, </p>				
--	--	--	--	---	--	--	--	--

era una cosa social o sea juntarnos para charlar pasarla bien y tirar un poco. Todos los años se hacía, además, el campeonato nacional que se hacía en Buenos Aires, Santa Fe, donde se practicaba mucho, tal es así que el tiro de Buenos Aires sigue funcionando mucho mucho. Viajábamos mucho en ese entonces, y como se viajaba, eran viajes largos,

				<p>en bancos de madera, con los fusiles en la mano. En el año 59 fuimos a Santa Fe a un campeonato nacional, donde salimos cuartos y yo salí campeón argentino de tiro de pie. También salimos sextos en otra oportunidad en equipo, fuimos a Buenos Aires y salimos cuartos, y te imaginas cuando llegábamos acá nos hacían un recibimiento</p>				
--	--	--	--	--	--	--	--	--

	<p>La celadora y el personal está catalogado según las edades de los chicos porque hay de los tres años hasta los 12, entonces hay salita para los más chicos, para los más grandes y para los medianos y van a la escuela. La mayoría va a la mañana, los que no van al jardín todavía quedan en la institución. Tienen un apoyo escolar. Tienen material, bibliografía,</p>	<p>Nuestra entidad se conforma por una Comisión Directiva, que es la máxima autoridad y responsable legal, y luego por el cuerpo de bomberos del que estoy a cargo bajo el cargo de Jefe Bomberos. Actualmente contamos con una cantidad de 50 bomberos, y todos los años tomamos</p>	<p>El club cuenta con una confitería, donde se realizan algunas reuniones, un estadio de fútbol llamado El Fortín, uno de básquet "Don Luis González" y una cancha de Jockey. Dentro del predio también hay un gimnasio cuya explotación</p>	<p>Actualmente el tiro, está del otro lado del Río, al lado de la Ruta Nº 25, tiene un edificio donde están las camillas desde donde se tira, y tiene otro lugar para reuniones y ese tipo de cosas. Ahora además está a cargo de la policía, y antes estaba a cargo de una comisión</p>	<p>La escuela depende del Ministerio de Educación, y como toda entidad educativa cuenta con la Dirección, el área de preceptoría, el departamento de orientación para los alumnos y el personal de maestranza. La escuela 4 es la más antigua, como te</p>	<p>Las asociaciones vecinales, o centros comunitarios se ocupan te decía, de trabajar por los barrios que representan. En estos lugares nos juntamos para solucionar los problemas que existen, para gestionar mejoras y</p>	<p>El centro comunitario esta ubicado en el centro del Barrio Río Chubut, tiene actualmente 25 personas trabajando, todos voluntarios. Tenemos a la presidenta Mirta que es preceptoría, quien se ocupa de coordinar todo lo que se hace y después hay una vicepresidente</p>	<p>La escuela esta ubicada en la zona del barrio Covira, Covitre y 490, como toda escuela contamos con un gimnasio, sala de computación, biblioteca, dirección, preceptoría, aulas, baños y una sala administrativa. Esta bajo el control del Ministerio de Educación, y</p>
<p>1.2.) Estructura y organización</p>								

	<p>material para estudiar y ahora con la nueva dirección del Ruca tienen un departamento de computadoras donde los chicos trabajan muchísimo, aprenden a manejarlas y están con ese trabajo los más grandecitos. Tienen una salita especial y los más chicos tienen bueno, tienen diversos entretenimientos ya sea en la parte interna del local, los días que hace mucho frío o llueve están con los juegos que siempre se les provee de mesa de salón y</p>	<p>alrededor de 5 o 6, ya que a diferencia de otras asociaciones hermanas podemos darnos el lujo de restringir el ingreso. Trabajamos con una licenciada en psicología laboral que nos asesora en la toma de nuevos bomberos, buscando determinados perfiles, ya que preferimos la calidad a la cantidad. Con respecto a los vehículos, contamos con 3 autobombas</p>	<p>está a cargo de un tercero, o sea que nosotros sólo alquilamos el salón. Existe una Comisión Directiva que es la responsable del Club y cada deporte cuenta con una subcomisión que colabora con el desarrollo del deporte.</p>	<p>directiva, por eso tiene relación con toda la parte de las entidades de seguridad de la provincia.</p>	<p>comenté y con el paso de los años se fue modernizando, hoy en día contamos con el edificio antiguo, al que se le sumó una ampliación, además cuenta con un gimnasio desde hace unos años que comparte con un colegio secundario vecino. La escuela está distribuida en 15 secciones de EGB 1, EGB 2 y nueve secciones EGB 3. La</p>	<p>para que las necesidades de los vecinos sean escuchadas y tengan representante s. Nos juntamos acá, que es una casa y tenemos un presidente, un vice y luego distintos voluntarios que ayudan.</p>	<p>e que la ayuda, igualmente es como que todos trabajamos en conjunto, los puestos son por necesidad jurídica, pero acá trabaja tanto la presidenta como el voluntario más nuevo. Nos juntamos una vez por semana pero estamos en contacto permanente y siempre está abierto para los vecinos.</p>	<p>esta a cargo de la directora, esta organizada como todo colegio, cada curso esta bajo la tutela de un preceptor quien mantiene informado a la dirección sobre lo que ocurre. A su vez, los profesores se reúnen con la directora de ser necesario y también con la orientadora sobre lo que pasa con los chicos.</p>
--	---	---	--	---	--	---	---	---

	<p>también la parte del jardín atrás es nuevo y tiene calesitas y toboganes, tienen actividades, también tienen de profesor de gimnasia con esto te quiero decir que tienen elementos para jugar.</p>	<p>y dos camionetas 4x4. Hace unos años terminamos la obra de ampliación del cuartel, y ahora contamos con sala de presidencia, habitaciones para los bomberos, vestidores, oficinas administrativas y sala de estudio. Además la semana pasada el gobierno nos dio cinco trajes especiales de origen estadounidense, muy caros</p>			<p>planta funcional está integrada por 70 docentes y 12 agentes de servicio general.</p>			
--	---	---	--	--	--	--	--	--

Colombia y Ecuador y pude ver que técnicamente nosotros estamos muy bien, a pesar de que acá son todos los que participan voluntarios, y sólo perciben un sueldo unos pocos empleados administrativos. El cuartel se mantiene, con una tasa generada por el municipio que está enganchada con la factura de luz en función de los kilowatts que consume cada hogar, hasta

						<p>100 kilowatts haces un aporte mínimo, de 100 a 200 es otro importe y de 200 para arriba es uno más costoso. Rawson al no tener grandes industrias, los aportes que se hacen son mínimos. Tenemos personería jurídica, y una relación muy estrecha con Defensa Civil ya que el Jefe de Defensa Civil es el Intendente, en síntesis se puede decir que tenemos mucha relación</p>
--	--	--	--	--	--	--

		también con el Municipio de la ciudad.						
<p>1.3.) Características</p>	<p>Bueno, Ruca Cumelén es una asociación que busca ayudar al prójimo. Esa es la idea, estamos abiertos a la comunidad para ayudar a los chicos, pero de manera integral. Los contenemos, los ayudamos con la escuela, le damos de comer y esas cosas. Nos gusta colaborar con otras entidades y buscar que ellos colaboren con nosotros también.</p>	<p>Los Bomberos Voluntarios se caracterizan básicamente por su espíritu solidario, eso es lo que prima en este lugar, el espíritu de compañerismo, de solidaridad, y de trabajar para ayudar a nuestra comunidad. Eso es lo que nos distingue, trabajar sin esperar nada, con las ganas de ayudar.</p>	<p>En el club Germinal tratamos de generar un espacio para todo aquel que quiera venir a practicar un deporte, o a pasar un momento entre amigos. Puede decirse que somos un club para todos, porque, tratamos de hacer lo posible para que nadie se sienta excluido, nos gusta que</p>	<p>El tiro es un lugar donde se practica un deporte que por ahí no es muy popular, y es por eso que no todo el mundo nos visita. Pero nosotros no tenemos ningún problema y nos gusta la realidad social actual apoyando y conteniendo a los chicos, somos una escuela que apoya a sus alumnos, donde se acepta a todo el mundo.</p>	<p>La escuela 4, es una entidad pública, por ende todo chico puede acceder. Y lo que nos caracteriza por ahí como escuela es que tratamos de enfrentar la realidad social actual apoyando y conteniendo a los chicos, somos una escuela que apoya a sus alumnos, donde se acepta a todo el mundo.</p>	<p>Como toda asociación vecinal nos caracterizamos por ayudar a los vecinos y a la vez estamos ahí para escucharlos y permitirles formar parte, porque en realidad la asociación vecinal es de todos, no es que algunos somos dueños o algo así. Si existe algún tipo de puesto como el presidente es</p>	<p>Somos una asociación que tiene como característica que la diferencia de otras la de estar ahí para solucionar el problema del vecino. Siempre estamos esperando que se acerque para que lo necesite. También estamos ahí para ayudar a la comunidad toda, porque trabajamos en conjunto con</p>	<p>Bueno, somos como cualquier escuela, que teniendo en cuenta la situación de hoy en día, tratamos de educar pero no por eso dejamos de lado el costado humano de los chicos. La escuela ayuda a sus alumnos con lo que les pasa siempre y cuando este a su alcance. Los escuchamos, les</p>

				<p>venga cualquier persona y si no pudo asociarse al club por alguna razón, gestionamos para que si pueda serlo. Esa es la idea del club no?</p>	<p>parece un poquito más cerrado, pero es la impresión que se da. En realidad estaría bueno que todo el mundo venga y comparta.</p>		<p>por organización, alguien tiene que coordinar todo para así poder ayudar.</p>	<p>otras asociaciones vecinales.</p>	<p>demostramos interés y confiamos en ellos. Esto puede ser algo que nos diferencie de otros establecimientos educativos.</p>
<p>1.4.) Actividades que realiza el delegado en su tiempo libre</p>	<p>Me dedico mucho a estar con mi familia, sobre todo mis nietas, paso tiempo en la Ruca y además formo parte del Movimiento de Schoenstantt.</p>	<p>Yo personalmente , actualmente estoy cumpliendo una actividad cívica ya que fui elegido como concejal, más los horarios que tengo en el cuartel, me hacen muy difícil concurrir a realizar alguna</p>	<p>Yo en el tiempo que queda entre el trabajo y mi familia me gusta jugar al tenis, al fútbol y también juego al paddle. Los fines de semana por ahí salgo un poco más a algún lado</p>	<p>En el tiempo libre, que es todo, porque soy jubilado, visito a mi familia, hago un poco de deporte, poco pero hago, y voy claro está al Tiro Federal.</p>	<p>En la realidad lo que hago en mi tiempo libre es escribir, disfrutar del arte y colaborar con distintas entidades en la parte de prensa, pero esto lo hago con la responsabilidad que requiere como si fuera</p>	<p>En mi tiempo libre estoy con mi familia, vamos con mis hijos a pescar, me gusta jugar al fútbol con mis amigos y aprovechar para descansar en mi casa.</p>	<p>Aprovecho para pasear, vengo al centro y nos reunimos a tomar unos mates, me gusta salir a correr por la playa y juntarme con mis amigos para salir o hacer algo.</p>	<p>Me ocupo de las tareas de la casa, hago cosas con mis chicos como ir a pasear o a jugar al tenis, también nos reunimos con familias amigas y hacemos cosas juntos. Voy al gimnasio para</p>	

		<p>actividad. Por ahora sólo formo parte de bomberos, de los cuales soy Jefe y socio hace ya 32 años. Siempre me gustó el espíritu del bombero, el tema de la solidaridad, y además cuando era joven me atraía mucho eso de salir y asistir a personas en un choque, o rescatar un barco cosas que cuando uno es joven lo divierte. Y ahora que estoy más grande, sigo</p>	<p>con mi familia o a veces con compañeros de trabajo o amigos.</p>		<p>un trabajo, nunca fue rentado.</p>			<p>despejarme un poco.</p>
--	--	--	---	--	---------------------------------------	--	--	----------------------------

		<p>colaborando para que esto continúe y los bomberos estén cada vez mejor. Por eso mucho tiempo libre no tengo, sino que lo ocupo entre mi deber cívico, mis tareas como jefe de bombero y mi familia. Las tareas de bombero son obligatorias todos los miércoles a la noche de 21 a 23 horas más o menos, y los sábados desde 14:30 hasta 17:00 o 17:30.</p>						
--	--	---	--	--	--	--	--	--

2) Conocimiento	Los conozco, no asisto, no participo pero se que están los conozco a algunos desde sus comienzos o parte porque me ha tocado, por ejemplo mi esposo ha realizado por ejemplo el gimnasio de Germinal Luis González lo hizo él, la cancha también, el túnel, la salida primera que tenía, no se si la siguen usando. Hicieron a los dos años los camarines y demás y en la primera que vinieron los visitantes en	Está el club Germinal, la Rivera, el Bigornia creo que existe una asociación de ciclismo, creo que el ajedrezismo también tiene una institución, después como asociaciones civiles está el Ruca Cumelen, otro club que conozco es La Rivera y el club Aéreo, que en realidad no se si es un club pero bueno se que tiene socios así que supongo que es un club, que está a camino a playa. (Se menciona al Aero Club	Germinal, Bigornia, como asociación civiles conozco los bomberos, la asociación Ruca Cumelen, otro club que conozco es La Rivera y el club Aéreo, que en realidad no se si es un club pero bueno se que tiene socios así que supongo que es un club, que está a camino a playa. (Se menciona al Aero Club	Bigornia, con las canchas de tenis, el rugby, el hockey, Bigornia es un club que tuvo un resurgimiento o impresionant e, puede ser que haya sido por el apoyo del gobierno provincial y municipal, pero ahora está muy bien. Está también La Pileta, a la que concurrí en sus comienzos cuando no tenía techo ni nada. Bueno	Está Bigornia, Germinal, como asociación cultura puedo nombrar El Puente y la biblioteca Vacchina. Con los deportivos nunca tuve mucha relación por eso por ahí me falta alguno seguro. (Se menciona al Aero Club Rawson). El Centro de Actividades Aéreas si lo conozco, viste que alguno me	Yo conozco La Rivera, Germinal y Bigornia, por lo menos esos son para mí los más importantes, también está el Club de Pesca, que en realidad somos un grupo de personas que estamos tratando de reflotarlo. (Se menciona al Aero Club Rawson). Sí lo ubico, es el que está camino a Playa, ahí al lado de la ruta, lo conozco de	Está Germinal, Bigornia y el Club de Pelota Paleta. (Se menciona al Aero Club Rawson). Sí lo ubico pero para mí no era un club por eso no te lo nombré, no sabría decirte que es pero no me parece un club, porque no hacen deportes.	Te puedo nombrar a Bigornia donde se puede jugar al rugby, al tenis o al hockey, esta Germinal que creo es el más famoso por los años que tiene, donde se puede practicar fútbol, hockey y básquet y ahora otro no me viene a la mente, pero seguro que hay más. (Se menciona al Aero Club Rawson) Si, ahora que me
2.1.) Clubes y centros de actividades que conoce								

2.2.) Tipo de relación que tiene con los clubes	Personalmente no asisto, no participo. La Ruca Cumelen no tiene relación	Los bomberos, cuando hay algún tipo de evento, son	Soy socio de Germinal, y además practico otros deportes	Actualmente participo del tiro federal y además soy socio del	Como socio, en una época estuve asociado a Bigornia y a	Soy socio de Germinal, donde mis hijos juegan al fútbol,	Estoy asociado a Bigornia, pero no voy mucho, me	Somos socios de La Pileta y éramos de Bigornia	decís lo conozco, pero no lo tenía como un club así de deportes, pero si se donde está porque como está ahí solito al lado de la ruta se ve. También está La Pileta del otro lado del río, que es como un club.
verano se la destrozaron toda. (Se menciona al Aero Club Rawson). Sí, es el que está camino a la Playa	(Se menciona al Aero Club Rawson) Si el Aero Club lo conozco, hemos trabajado para ellos y tengo gente conocida que asiste.	Lo conozco por un amigo que va ahí y me comenta lo que él hace, porque es aeromodelista, yo por ahí llevo a los chicos o vamos con la familia.	Germinal, que es el Club tradicional de Rawson. había otro club hace muchos años de fútbol también que era el rival de Germinal, sería lo que hoy en día es La Rivera. (Se menciona al Aero Club Rawson). Sí lo conozco, porque tengo familiares en la comisión que son pilotos	faltaba.	vista en realidad.				

	<p>ni con Germinal, ni con Bigornia y ni con La Rivera, no se que tengan los chicos independiente. No se si los chicos del barrio concurren o no la verdad, lo que pasa es que a lo mejor si tienen que pagar una cuota ya eso les cuesta a los chicos más que son de formación humilde. A lo mejor otros chicos sí van pero los que concurren a la Ruca no creo por la problemática que trata la institución. No tienen mentalidad de asistir o de practicar algún</p>	<p>convocados para trabajar, por ejemplo la semana del Aeroclub, entonces en esa semana donde va a ver distintos tipos de actividades se pide colaboración, ellos nos llaman por teléfono y nos dicen las fechas, horas y características de lo que van a hacer, en años anteriores este servicio se daba gratuitamente, pero ahora es imposible</p>	<p>como que pueden practicar en otros clubes y por eso soy socio de Bigornia Club. El Club Germinal como Institución por ahí se relaciona con otros clubes como La Rivera, por el fútbol, y con Bigornia por el Jockey.</p>	<p>Club Bigornia que es donde juego al tenis. En el tiro estoy un poco más metido, en Bigornia voy nada más que a jugar o competir en algún torneo de veteranos.</p>	<p>la Asociación Italiana de Rawson y con ellos me vinculé, otra asociación que conozco es la de los bomberos voluntarios nunca formé parte pero en esa época yo escribía para diario El Chubut y como hacia un rescate histórico sobre los pobladores de Rawson ahí conocí muchas personalidad es de Rawson, entre los que había varios que formaban</p>	<p>estamos tratando, como decía rebotar el Club Pesca y en otro momento también colaboré activamente con Bigornia, porque yo antes jugaba al Rugby ahí, pero hace varios años atrás.</p>	<p>asocié mucho y quedé pero tiempo no lo frecuento.</p>	<p>porque mi hijo jugaba al rugby. A La Pileta voy de vez en cuando tengo a mi nietito en la escuela de natación entonces también colaboramos cuando necesitan viajar, formamos parte de la comisión y en eso si estamos bastante metidos mi marido y yo.</p>
--	---	--	---	--	---	--	--	---

	<p>deporte o a un evento. No es para todos, no están abiertos para todos. También está muy condicionado por lo que es el clima y el lugar.</p>	<p>porque movilizan un vehículo dejar tres o cuatro personas todo el día para que otro grupo de gente muestre sus cosas es un gasto para nosotros, y a los chicos hay que tratar de darles algo. Pero se trata de colaborar con todos. Yo personalmente como ciudadano, como dije antes no tengo mucho tiempo por lo cual ahora no formo parte de ningún club de la ciudad, sólo</p>		<p>parte del cuerpo de bomberos. Pero como te dije anteriormente e con otras varias entidades colaboré desde la difusión de actividades como colaborador.</p>			
--	--	--	--	---	--	--	--

<p>2.3.) Actividades que se pueden llevar a cabo en el Aero Club Rawson</p>	<p>Sólo se realizan actividades de aeromodelismo y aviación ahí.</p>	<p>Se que realiza actividades de traslado de personas y vuelan. En realidad mucho más no conozco ya que las veces que he ido o me reuní con ellos fue cuando necesitaban que los bomberos estuvieran</p>	<p>Creo que básicamente hacen vuelos de bautismo, y aeromodelis mo, además he ido un par de veces al festival que hacen porque tengo un amigo que es socio y nos avisa cuando hacen algo. Pero</p>	<p>Las actividades que realizan son las propias de un aeroclub, vuelan, hacen aeromodelis mo y esas son las que conozco. Además de cuidar las instalaciones, mantenerlas, arreglarlas, se han hecho el</p>	<p>Conozco la escuela de vuelo, los festivales que hacen para celebrar alguna fecha, las conozco porque como Rawson es una comunidad pequeña uno tiene muchas oportunidades de conocer el</p>	<p>Mirá, sinceramente no conozco mucho su trabajo, pero se que hacen aeromodelis mo, porque por ahí he pasado por la ruta y los veo volando los avioncitos y bueno también se hacen vuelos</p>	<p>Ahí he visto que hacen aeromodelis mo y supongo que hacen actividades relacionadas a los aviones, pero por eso te decía que no me parecía un club. Igual viste que mucho no conozco.</p>	<p>Nunca entré la verdad pero se que te llevaban a volar, o sea vos pagabas y podías pasear en avión por playa o algo así, y creo que no hacen nada mas, en realidad no se la verdad.</p>
---	--	--	--	--	---	--	---	---

<p>2.4.) Eventos que se realizan en el Aero Club Rawson</p>	<p>Sinceramente no se mucho más de lo que te comenté sobre el Centro.</p>	<p>De los festivales que hacen para avisar nuestro pedir servicios como bomberos voluntarios, y por eso se que realizan uno o dos festivales por año creo.</p>	<p>Creo que básicamente hacen vuelos de bautismo, vuelos y aeromodelismo, además he ido un par de veces al festival que hacen porque tengo un amigo que es socio y nos avisa cuando</p>	<p>En las fiestas patrias hacen encuentros, todos los viernes hacen un asadito entre los socios para integrar a la gente.</p>	<p>Yo iba cuando hacían festivales con mis hijas y mi mujer a hacer vuelos de bautismo.</p>	<p>Todo lo que se es lo que ya te dije recién, si te digo algo más te mentiría. Se que un par de veces colaboraron para las festividades del día de Rawson, y se porque las</p>	<p>Realmente no tengo idea.</p>	<p>No sabría decirte que hacen o que no hacen porque encima no paso mucho por ahí.</p>
		<p>presentes o algo por el estilo.</p>	<p>personalmente no formo parte, porque me interesa mucho el tema del aeromodelismo y ese tipo de cosas.</p>	<p>muchas mejoras.</p>	<p>funcionamiento de la realidad de la ciudad, es muy difícil no conocer que hace cada una de las entidades, más cuando uno está vinculado así a los medios como yo.</p>	<p>y esas cosas, pero no puedo decirte mucho más.</p>		

<p>2.5.) Opinión sobre el Aero Club</p>	<p>Sería injusta si opino sobre el aeroclub de acá de Rawson, porque sinceramente conozco muy poco.</p>	<p>Se que el Aeroclub es una institución que tiene, también fue creada sin fines de lucro y que lamentablemente no goza de la imagen para la cual se ha creado, ésta es la de la solidaridad, de que están</p>	<p>No tengo una opinión formada, como te dije conozco gente de ahí y no tengo problema, pero no puedo decirte mucho más. La gente que conozco es muy agradable y muy apasionada</p>	<p>Se puede denominar club, pero es un círculo medio cerrado, porque el aeroclub no es para cualquiera, no es como ser socio de un club de fútbol, el aeroclub es algo un poco individual, el</p>	<p>Lo considero un club y una entidad importante por la actividad que desarrollan, no sólo las actividades de turismo y recreación sino también por los servicios que presta por ejemplo cuando ayuda</p>	<p>No puedo opinar mucho que digamos porque no conozco lo que hacen, como lo hacen y quienes están ahí, estaría mal de mi parte que dijese algo. Tuve la oportunidad de conocer al</p>	<p>Bueno como te dije es un lugar que se donde está, que no se mucho que hacen, y tengo gente que esté ahí por eso tengo información, y no puedo darte una opinión.</p>	<p>La verdad no te puedo dar una opinión porque es injusto que te diga algo si no conozco.</p>
			<p>hacen algo. Pero personalment e no formo parte, porque no me interesa mucho el tema del aeromodelis mo y ese tipo de cosas.</p>			<p>asociaciones vecinales también colaboramos y trabajamos todos juntos, es de ahí que conozco un poco más.</p>		

		<p>siempre listos y atentos para eventualmente trasladar una persona o algo por el estilo, sino que se lo ve lamentablemente como algo que es un club o entidad elitista, como que estás ahí sólo si tenés plata. En lo personal considero que no es así, porque conozco a la gente que está ahí.</p>	<p>de lo que hace.</p>	<p>que tiene la suerte de volar bueno se divierte, pero los otros están mirando desde afuera. Puedo decir por lo que conozco que está bien organizado y yo por tener gente conocida que está ahí, de vez en cuando me llevan a dar una vuelta.</p>	<p>a los bomberos y ese tipo de cosas.</p>	<p>presidente y vicepresidente por las reuniones que te contaba y es gente de acá de Rawson de toda la vida, buena gente pero sobre el aeroclub en sí no tengo mucho para decir.</p>		
<p>2.6.) Motivos y expectativas por los cuales se acerca a los clubes</p>	<p>Una idea podría ser que los clubes ayuden a los chicos, que sirva de contención como lo hace la</p>	<p>La contención y el compartir experiencias hacen que uno se sienta bien y que tiene un</p>	<p>Yo cuando voy a un club busco la recreación y hacer lo que me gusta.</p>	<p>Yo por lo menos cuando iba a Bigornia o cuando voy al tiro, voy</p>	<p>Busco la recreación, la expresión, soy una persona que disfruta del</p>	<p>Yo cuando iba a los clubes hacía un deporte que le gusta o</p>	<p>Y cuando uno va a un club espera hacer algún deporte que</p>	<p>Yo voy a la pileta por ejemplo para hacer un poco de deporte, y la</p>

	<p>escuela y los centros vecinales. Además uno se acerca para compartir, practicar algún deporte y pasar un momento agradable.</p>	<p>grupo al que pertenece, creo que principalmente por eso, y por mi vocación de colaborar y ayudar es que me acerco a los clubes o asociaciones como es el caso de los bomberos.</p>		<p>para charlar un rato, jugar al tenis, hacer unos tiros que son cosas que me gustan. Ahí nos podemos encontrar con gente que por ahí de otra forma no nos cruzamos.</p>	<p>arte y por eso concurre a lugares que desarrollan esas actividades.</p>	<p>me gustaba como es el caso del rugby, aparte uno ahí se hace amigos, te lleva a juntarte y a pasar lindos momentos, es por eso que mando a mis hijos ahora, para que ellos sepan lo que es el deporte y lo vivan, compartan con amigos y sobre todo se diviertan.</p>	<p>aprender algún deporte sea fútbol, tenis, rugby, por lo menos yo, fui para aprender o para hacer algún deporte.</p>	<p>natación me gusta mucho, además voy a clases con conocidas y aprovechamos a charlar y después tomarnos algo en la confitería. Aprovecho en realidad a hacer un poco de actividad que no es lo que más me gusta y de paso hago sociales.</p>
3) Medios								
3.1.) Medios por los cuales se informa	<p>Me informo a través de la radio, el diario. Justo estaba leyendo el diario. Los</p>	<p>Nosotros tenemos un diario que es del Consejo Nacional de</p>	<p>Leo diarios y escucho la radio, la 104.1 básicamente,</p>	<p>El diario leo poco, me informo mucho escuchando</p>	<p>Me informo con todos los medios, en parte porque mi trabajo así</p>	<p>Principalmente leo los diarios nacionales por Internet,</p>	<p>Leo el diario El Chubut y radio escucho cualquiera, no tengo una</p>	<p>De acá leo El Chubut todos los días, también leo Jornada o</p>

<p>locales, bueno hay un diario que es de la ciudad de Rawson solamente que sale los miércoles, porque Chubut por ejemplo de Rawson saca muy poco y Jornada no lo leo. La Radio FM es la que escucho por ejemplo Bahía Engaño o tropical.</p>	<p>Bomberos Voluntarios, acá se informa de cómo estamos, donde estamos, las capacitaciones que vienen, los manuales que hicimos, ya que yo participé activamente. Este es un medio a nivel nacional que es nuestro. Y después a nivel local con los diarios locales, El Chubut y eventualmente el Jornada. Las radios locales en realidad no tengo una predilección</p>	<p>y diarios leo El Chubut y ocasionalmente Jornada y obviamente leo Clarín, Infobae, La Nación por Internet.</p>	<p>Bahía Engaño, la FM de Aldo Vega, esa la tenemos prendida constantemente, desde que nos levantamos hasta que nos vamos a acostar y como te decía, diario leo poco y el que compro es el Jornada.</p>	<p>lo demanda, yo trabajo en el sector de prensa del Tribunal de Justicia, y por eso debo estar al tanto de lo que sucede en todos los medios, aparte debo hacer un Newsletter para mis jefes con un paquete informativo sobre las noticias más relevantes. Hay muchos medios de comunicación en Rawson y en Chubut, fijate que la provincia debe tener</p>	<p>cuando estoy en el trabajo, además escucho la radio Bahía Engaño, la de Aldo y en diarios en papel no leo mucho, por ahí el fin de semana compramos el Jornada pero por ahí no siempre.</p>	<p>específica, no igual escucho mucho, por ahí en el trabajo o cuando voy en el auto. Y uno se entera también por lo que se comenta, siempre hay alguien que leyó el diario o vio algo.</p>	<p>Rawsonline por Internet y escucho Bahía Engaño de vez en cuando, por ahí cuando estoy a la tarde en casa o en el auto.</p>
---	---	---	---	---	--	---	---

		<p>por alguna, más con la función pseudopolítica que tengo ahora.</p>			<p>alrededor de 500 mil habitantes y hay 6 diarios, entre los de mayor alcance se encuentran El Diario Chubut y Jornada, después acá en Rawson hay uno de la ciudad. En Rawson está FM Bahía Engaño que es la que más se escucha y la primer Radio de FM de la ciudad, después está Radio Rawson, Sonik, FM Tropical, hay otra de una Iglesia</p>			
--	--	---	--	--	---	--	--	--

					<p>Evangélica y FM Capital. Existen dos canales, Chubut TV y Canal 7 que es el canal provincial, si bien no tiene un índice de encendido muy alto es el único que cubre toda la provincia, por ende el poblador del interior siempre tiene presente sus programas. Además en los últimos años se vio un incremento del uso de Internet como medio para</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--	--

<p>3.2.) Medios a través de los cuales se vincula con el Aero Club u otros clubes</p>	<p>Los conozco de vivir acá en Rawson y la verdad que actualmente no se como se encuentran, como te dije no participo ni asisto a ninguno actualmente. Me enteré por Radio del torneo nacional que se hizo el fin de semana pasado en Germinal, en realidad de todo me entero por la Radio. Mis nietas por ahí también</p>	<p>Mi relación con otras asociaciones civiles o con los clubes de Rawson es por lo general a través de mi función en los bomberos. En la realidad la relación se da por los bomberos, ya se porque necesita que nosotros colaboremos o por los mismos chicos que</p>	<p>De lo que suceden en otros clubes me enteró por la radio si dice algo, o por ahí cuando leo la sección deportes que ahí aparecen torneos y esas cosas, en realidad me entero por lo que ellos dicen ya sea por la radio o por el diario.</p>	<p>Yo esto lo conocí ahora, desde que tengo a mi hijo metido ahí, imaginate que antes yo pasaba todos los días cuando iba y venía de Playa Unión y no sabía lo que había. Pero me relacioné con el Aeroclub por un acercamiento familiar. Y</p>	<p>Soy un ser muy curioso y que lee mucho es así como me informo y conozco las distintas actividades o lugares de Rawson. Básicamente es por la gente que me cuenta o por lo que aparece en los medios que me entero de lo que sucede</p>	<p>Yo de lo que pasa en Germinal se por mis hijos, y de los otros clubes también se por lo que comentan mis amigos o compañeros de trabajo que por ahí van.</p>	<p>Me entero por lo que dicen los que van, así se cuando hay un torneo o cuando se hace algo, algún amigo o familiar que viene y me dice lo que están haciendo.</p>	<p>Acá uno se entera mucho por la gente, por ejemplo yo se cuando pasa algo en La Pileta porque voy y me cuentan o por los chicos cuando vienen y me dicen que viajan o que van a hacer un matiné. Y con la cuota te mandan un</p>
--	--	--	---	---	---	---	---	--

	me cuentan, porque ellas juegan al hockey.	comentan que hacen donde.		sobre Bigornia por ejemplo se lo que pasa por la revista que nos llevan o por mis nietos que van.	en Rawson o alguna de sus instituciones.			papel informándote si pasó algo, si aumenta la cuota o si hay reunión de comisión.
--	--	---------------------------	--	---	--	--	--	--

Anexo 3
Guías de Observación

Comunicación Institucional Externa

Medios o canales

Medios utilizados	Mediatizados	Directos	Comentario
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Libros ▶ Periódicos X ▶ Revistas ▶ Folletos, publicaciones institucionales y volantes ▶ Cartas y papelería X ▶ Radio X ▶ Cine ▶ Cartelera ▶ Tv X ▶ Teléfono X ▶ Internet - E-mail - Sitio web - Newsletter virtual - Otro 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Entrevistas ▶ Discursos, conferencias o charlas X ▶ Eventos X 	<p>Los diarios utilizados son El Chubut y Jornada. Según los artículos observados, las apariciones son en la sección deportes y Rawson, cuando es sobre algún evento que se realizará.</p> <p>Luego de observar las apariciones en televisión, puede decirse que éstas son mínimas. Las veces que salieron en ella fue a través de una entrevista al Presidente de la institución, y en un programa matutino del canal 3 (Privado).</p> <p>Sobre las radios, no pudo observarse ninguna de las gacetillas y comunicados enviados ya que no se guardaron.</p> <p>Los medios directos a los que mayormente se recurren son a los eventos sociales, tipo festivales aéreos o encuentros.</p> <p>Se pudo acceder a fotos y programas de charlas que durante el año pasado se llevaron a cabo.</p>

Cantidad de medios utilizados	1	2	3	4	Más de 4 X
Coherencia entre medio utilizado e información emitida	<p data-bbox="488 1406 544 1485">Existe X</p> <p data-bbox="488 981 512 1104">No existe</p>				
	<p data-bbox="488 591 512 748">Comentario</p> <p data-bbox="520 501 994 837">Luego de observar los artículos que fueron saliendo en los diarios y de visitar las instalaciones, puede derivarse que existe una coherencia, ya que los datos emitidos son de tipo informativo y se utiliza para ello gacetillas que se envían a diarios y radios. Además, los medios son adecuados para llegar a la ciudadanía, ya que son los más consumidos.</p>				
Señalética del lugar	Existe		No existe X		<p data-bbox="1010 837 1042 1106">Respeto la identidad visual</p> <p data-bbox="1074 949 1098 994">Sí</p> <p data-bbox="1114 949 1137 994">No</p>
	Información que provee				

Mensajes

Tipo de mensajes emitidos	Intencionales X	No intencionales X	Explicitos X	Implicitos X	Exteriores	Residuales
Frecuencia de los mensajes	1 o más por día	1 o más por semana	1 o más por mes	Otro X	Detalle Todos los artículos relevados y observados, fueron emitidos ante la presencia de una necesidad. Uno o dos días antes de un festival aparece alguna gacetilla en los periódicos con la información básica. Por lo que no se ve una frecuencia determinada. Esta observación se hace en base al clipping rudimentariamente realizado por un socio del club.	

Coherencia de los mensajes	1	2	3	4
Contenido	<p>Informativo X</p>	<p>Persuasivo</p>	<p>Informativo y persuasivo</p>	<p>Detalle Todos los mensajes que se vieron presentan datos informativos sobre fechas, horarios y actividades a realizar.</p>
Se respetan el uso del isologotipo u otros elementos de la identidad visual.	<p>Si</p>	<p>No X</p>	<p>Detalle En el isologotipo se representan las actividades a través de las imágenes de un avión y un paracaídas; asimismo aparece el nombre de la institución. Los colores predominantes son el rojo, negro y blanco. En los mensajes observados no se presentan estas características identitarias. Sólo en notas a entes del Gobierno, en donde el medio o canal se identifica con el isologotipo y un membrete especial.</p>	

Identidad Visual Corporativa

Existencia de isologotipo	Si X	No		Comentario
Tipo de letra utilizado	Legible X	No legible	Grosor Fina Media Gruesa X	Comentario
Colores que presenta	Cálidos Rojo X Amarillo Verde Naranja	Frios Azul Violeta Negro X	Neutrales Gris Blanco X	Comentario Blanco es el fondo y sobre él aparecen unas líneas negras que esbozan un avión y un paracaídas pintado de rojo logrando un alto impacto por el contraste que produce el negro y rojo sobre el blanco.

Respeto de la identidad visual en los diversos medios	Todos	Algunos X	Ninguno	Comentario El isologo y demás elementos de la identidad visual se presentan siempre en las notas de tipo oficial que se envían a entes gubernamentales. Con respecto al resto de canales, no se observó la presencia del isologo o demás elementos. Un punto a destacar es el de la cartelería, que a pesar de que no se cuenta con carteles o señalética, sí existe el nombre de la institución pintado en el frente del edificio principal, y se lo toma como parte de la cartelería. El nombre que se comunica al exterior (en el frente del edificio) es la sigla del antiguo C.A.A.R. (Centro de Actividades Aéreas Rawson).
--	-------	---------------------	---------	---

Respeto de la identidad visual en las instalaciones	Si	No X	Comentario En todo el predio los edificios siguen con la sigla C.A.A.R. que representa el nombre anterior de la institución.	
--	-----------	-----------------------	--	--

Anexo 4

Artículos Periodísticos

Diario: El Chubut

Sección: Regionales

Fecha: 16 de octubre de 2007

El Aeroclub de Rawson sede de un «Encuentro Aerodeportivo»



En el marco del fin de semana largo y con motivo de celebrar su 30° aniversario, el Aeroclub de Rawson se convirtió en la sede para la realización del «Encuentro Aerodeportivo», evento acompañado por numerosas aeronaves locales, provinciales y nacionales con los tradicionales vuelos de landings, también tuvo la presencia del destacamento de la Sección de Aviación de Guardaparque con asiento en Trevisán, por supuesto, toda la actividad contó con el auspicio por un grupo de personalidades de Santa Elena, Santa Cruz y de la República y Chile. A pesar del viento intenso, el públi-

co pudo disfrutar de las muestras estaticas llevadas a cabo por parte de la Armada Argentina, la Fuerza Aerea Argentina, la Prefectura Naval con asiento en Pta. Rawson y la Dirección de Defensa Civil de la Provincia del Chubut. Pero, indudablemente la parte del encuentro fue para el «Experimental IXX» presentado por el Taller Aeronaval Almirante Paz (Fuerza Aeronaval N° 3), ya que mediante un pequeño paseo por las instalaciones, disfrutó a todos los niveles que se acercaron a este evento (tal lo demuestran las largas filas de espera).



Concejales se reunirán con



Agradecimiento del Aeroclub de Rawson

El Aeroclub de la ciudad de Rawson quiere hacer público su profundo agradecimiento a las instituciones, medios de comunicación, periodistas, empresas amigos y socios que colaboraron activamente con la realización del Evento Aerodeportivo de los días 12, 13 y 14 de octubre de del corriente año, en conmemoración del 36º Aniversario de la ciudad. Gracias al aporte de toda la comunidad, el mencionado evento tuvo la relevancia que todos pudieron observar.

Sin lugar a dudas queremos hacer público nuestro agradecimiento a las siguientes instituciones y personas: Casino de Suboficiales de la Policía del Chubut, Club de Paracaidismo de Neuquén, Aeroclub El Bolsón, Aeroclub Comodoro Rivadavia, Aeroclub Esquel, Aeroclub Allen, Aeroclub Río Colorado, Aeroclub Cholila, Aeroclub Trelew, Aeroclub Puerto Madryn, Fuerza Aérea Argentina - Aeropuerto Trelew, Armada Argentina - Base Aeronaval Alte. Zar, Banco del Chubut S.A., INTA - Trelew, Gendarmería Nacional - Sección Aviación Trevelin, Dirección de Aeronáutica Provincial, Dirección General de Defensa Civil, Gendarmería Nacional - Agrupación XIV, Municipalidad de Rawson - Obras Públicas, Peter Paul Vermehren, Policía de la Provincia del Chubut - Comisaría Playa Unión, Prefectura Naval - Rawson, Diario El Chubut, Diario Jornada, Diario de Rawson, Diario El Oeste, FM Esquel, LU 20 Radio Chubut, FM Bahía Engaño, FM Rawson, FM Tropical, FM Sonik, Canal 3, Canal 7, FM Capital, Raúl González, Aberpal SRL, Jorge Pascoff, Nestor Pilotti, Julio Contreras, Jorge González, Agustín Moran, Miguel Machado, Perretería Argentina, Heladerías Michi, Lubricantes Patagonia, Repuestos Inon, Supermercados Don Leon, Adrián Calonge, Aeroclub Rawson - Socios, amigos y colaboradores, Edgardo Regejo, Patricio Alvarez Kraus, Sergio Pravaz y José Marziani.

NUEVAS LICENCIAS

Tiempo atrás (sábado 27 de octubre), con la presencia del inspector de la Fuerza Aérea Argentina, Sr. Reynaldo Marcati, rindieron examen en el Aeroclub de la ciudad de Rawson, Damián Martino y Jorge Rodríguez, para la obtención de las licencias de Piloto Privado y Piloto Comercial con HVI respectivamente.

En otro orden, el 5 de noviembre se conmemoró el Día Nacional del Aviador Civil, motivo por el cual los aviadores capitalinos celebraron puertas adentro el día 4, con un generoso asado de camaradería.

Trelew y Rawson unidos en el aire

Los días próximos y luego pasados se desarrolló una intensa actividad en el Aeroclub de Trelew en compañía con el Aeroclub de Rawson.

América Instituciones pre-

stataron ante el traslado del Edificio Gándia, impactor de montaña Sr. Marcelo Del Sastre a pilas y alarzas para recibir diferentes habilitaciones.

El asesor instructor del Aeroclub Trelew presenció a los pilotos Elio Di Martino y Claudio Galia para recibir la habilitación de VFR. Controlado y por parte del Aeroclub Rawson, sus instructores Srta. Karina Riera y Patricia Alvarez Riera presenciaron para piloto privado al Sr. Miguel Villero, para piloto privado con VFR, Sr. Agustín Aña, Sr. Carlos González y Pablo Martínez, como VFR, matrícula local de Esteban Martín y Pablo Devesco. Corral, de la ciudad de Esquel al Sr. Gustavo Simonsen para piloto privado con VFR y de la ciudad de Río Colorado Sr. Miguel Machado VFR instructor y Océano Socó.

Los presidentes de ambas instituciones Sr. Antonio Cabreró Olivares y Daniel Bie-



glio (Rawson), aseguraron que fue una satisfacción muy grande poder concretar este paso muy importante para los alumnos y pilotos en conjunto donde queda plasmada la camaradería y amistad que existe en esta hermosa actividad. Ambas Aeroclubes están en una etapa de crecimiento en lo que respecta a Escuela de

Nave y Aerodinámica. Los pilotos recién recibidos dijeron que es hermoso poder pilotar un avión con motor y a la vez mantener los pilotes en jalagónica desde el aire. Fue importante que toda esta actividad y como trabajo por la aprobación de todos los pilotes y alarzas, sumaran un

en conjunto en las instalaciones del Aeroclub Rawson. También Dora Clain tiene ya primer vuelo solo y uno que cumplir con el destino en el Aeroclub Trelew donde ingresaron un día igual a uno Océano Socó de las actividades. Juan Mandelak el diploma reciente del aeroclub.

Anexo 5

Formato notas



AERO CLUB RAWSON
PERSONERÍA JURÍDICA DT. N° 3219/72
AERÓDROMO PROVINCIAL
RUTA A PLAYA UNIÓN
TELÉFONO 02965 - 483763
9103 - RAWSON - CHUBUT - ARGENTINA



Anexo 6
Encuesta Global

Instrucciones de aplicación:

La siguiente encuesta será de tipo administrada por un encuestador y se realizará a integrantes de las entidades representativas de Rawson que se encuentran agrupadas de la siguiente forma:

- ⑥ Asociaciones vecinales y civiles.
- ⑥ Establecimientos educativos.
- ⑥ Clubes sociales, deportivos, recreativos y culturales.
- ⑥ Instituciones benéficas.

Deberá tildarse la opción correcta, teniendo en cuenta que existen preguntas donde puede marcarse más de una opción.

Sexo del encuestado:

Femenino

Masculino

Entidad representativa a la que pertenece:	
--	--

Sector de los Clubes de Rawson

1) ¿Concurre a clubes en la ciudad de Rawson?

a) Si

b) No

2) ¿Generalmente a qué tipo de clubes se acerca?

a. Deportivos

b. Culturales

c. Recreativos

d. Otro _____

3) ¿Qué medios utiliza para informarse sobre los clubes de la ciudad? (Puede seleccionar más de una opción)

- a. Sitio Web
- b. Blog
- c. E-mail
- d. Contacto personal
- e. Diario
- f. Televisión
- g. Radio
- h. A través de familiares y amigos
- i. Otro _____

4) ¿Cuáles son los clubes de la ciudad de Rawson que usted conoce? (si no nombra al Aero Club Rawson pasar a la pregunta 5; si lo nombra pasar a la 6) (Puede seleccionar más de una opción)

- a. Bigornia Club
- b. Club Atlético Germinal
- c. Club Atlético Defensores de La Ribera
- d. Aero Club Rawson.
- e. Asociación Myfanwy Humphreys
- f. Club de Pelota Paleta Don Bosco
- g. Club de Pesca y Náutica
- h. Club Social y Deportivo Juventud
- i. Asociación Cultural El Puente
- j. Otro: _____

- 5) ¿Conoce el Aero Club Rawson?
- a. Si (Pasa a la siguiente pregunta)
- b. No (termina el cuestionario)

Aero Club Rawson

- 6) ¿Qué tipo de relación tiene con el Aero Club Rawson?

- a. Socio
- b. Visitante
- c. Colaborador
- d. Otro _____

- 7) ¿A través de que medio conoció al Aero Club Rawson? (Puede seleccionar más de una opción)

- | | |
|---|---|
| a. Festivales aéreos <input type="checkbox"/> | g) Radio <input type="checkbox"/> |
| b. Cenas y fiestas <input type="checkbox"/> | h) Televisión <input type="checkbox"/> |
| c. E.mail <input type="checkbox"/> | i) Cartelería externa <input type="checkbox"/> |
| d. Sitio Web <input type="checkbox"/> | j) Contacto directo <input type="checkbox"/> |
| | k) Familiares y amigos <input type="checkbox"/> |
| | l) News Letter Digital <input type="checkbox"/> |

¿Cuál es su opinión sobre él?

- e. Blog

¿Cuál es su opinión sobre él?

- f. Diarios

¿Cuál es su opinión sobre él?

Otro _____

- 8) ¿Acostumbra a visitar el Aero Club Rawson?

- a. Si
- i. Todos los días
- ii. Entre dos y tres veces por semana
- iii. Una vez por semana
- iv. Cada dos semanas.
- v. Cada tres semanas.

vi. Una vez por mes.

vii. Cuando hay algún evento

viii. Otra: _____

b. No

¿Por qué razón?

9) ¿Cual de los siguientes términos representan para usted al Aero Club Rawson? (Puede seleccionar más de una opción)

Deporte

Club

Organización gubernamental

Establecimiento educativo

Centro turístico

Centro de actividades

Otro: _____

10) ¿Cuáles de las siguientes actividades y servicios del Aero Club Rawson conoce? (Puede seleccionar más de una opción)

a. Aeromodelismo

b. Aviación

c. Paracaidismo

d. Escuela de vuelo

e. Escuela de aeromodelismo

f. Festivales aéreos

g. Participación en eventos de

la ciudad

g. Cenas y fiestas

h. Paseos aéreos

i. Colaboración frente a catástrofes naturales

j. Colaboración con las fuerzas de seguridad y otras instituciones de Rawson.

k. Otros _____

11) ¿Utilizó los servicios del club en alguna oportunidad?

a. Si

b. No

c. ¿Cuáles? _____

Anexo 7

Sitio Web

Anexo 8

Blog

ACRawson

22 DE OCTUBRE DE 2008

Bienvenidos a bordo



Hola lectores, bienvenidos a este blog dedicado a una de las instituciones con mayor relevancia de la ciudad de Rawson, el **Aero Club Rawson**. El Aero Club, como su nombre lo indica, es un club que se dedica al fomento y práctica de actividades tales como la aviación, el aerodelismo, paracaidismo entre otras. Esto es lo que caracteriza a la institución objetivamente, pero el Aero Club traspasa los límites de dicha objetividad al ser algo más que un simple club. El Aero Club Rawson, por lo menos así se lo siente cuando alguien lo vive y respira día a día, no es sólo un club o asociación civil, estos conceptos quedan pequeños para una institución rodeada de una mística especial, conformada por personas cuyo único límite es el cielo, que trabajan sin descanso para hacer del Club una institución fuerte y mejor. Son sus socios con su colaboración, pasión, compañerismo y espíritu los que hacen de este lugar un sitio especial, abierto para todos, a disposición de la comunidad cuando las condiciones así lo requieren; un lugar para capacitarse, practicar, visitar o simplemente disfrutar el tiempo y compartir vivencias inolvidables.

Esa es nuestra propuesta desde aquí, abrir las puertas de este universo, para que lo conozcas, lo visites, compartas tu experiencia y sobre todo lo vivas, dejándote atrapar por él y su historia. El desafío está planteado, te animas a formar parte de un lugar sin límites, a convivir con los designios de la naturaleza, a sortear los obstáculos que se te presenten... la pregunta es: *¿Te animas a despegar?*

Seguidores (0)

- Seguir este blog
- Sé el primero en seguir este blog.
- 0 seguidores Administrar

Archivo del blog

- 2008 (1)
 - octubre (1)
 - [Bienvenidos a bordo](#)

Datos personales



SilverHawk

[Ver todo mi perfil](#)

AERO CLUB RAWSON



**Estimulando el progreso y el desarrollo
de la Aviación en su sentido más
amplio.**

Enero 2009



Newsletter

Acercándonos a Vos

Hola lectores, a través de esta primera entrega, les damos la bienvenida a un nuevo espacio donde podrán informarse y vincularse con nuestro Club.

Este es un paso muy importante para el Aero Club Rawson, el cual a partir de ahora enviará su newsletter mensualmente.

Deseamos que este sea sólo el inicio de una relación.

Disfruten de la publicación y los esperamos.

Foto del Día



Festival Día del Aero Club Rawson, del año 2006. Tuvimos importantes visitas como el del helicóptero de Prefectura Naval. ¿Con qué nos sorprenderemos en la Fiesta de la Bahía?

CONTACTO

**Avenida Antártida Argentina s/n
(Camino a Playa Unión)**

Tel: (02965) 483-763

E-mail

aeroclubrawson@hotmail.com

Sitio Web

www.aeroclubrawson.com.ar

**El avión es
solamente una
máquina, pero
qué invento tan
maravilloso, qué
magnífico
instrumento de
análisis: nos
descubre la
verdadera faz de
la Tierra.**

Antoine de Saint-Exupery

Nuevos Pilotos

En las últimas semanas del mes de diciembre del 2008, nuestros estudiantes fueron examinados por un grupo de instructores enviados por la Fuerza Aérea Argentina. Todos los alumnos obtuvieron excelentes resultados, logrando adquirir así sus licencias.



Desde el Aero Club felicitamos a los alumnos y esperamos contar con su presencia en el agasajo del Viernes 14.

**HUMOR
AÉREO**

Un verdadero piloto es un alma confundida, habla de mujeres cuando esta volando, y habla de vuelos cuando esta con mujeres

Festival: Fiesta de la Bahía

El sábado 17 de enero se llevará a cabo en las instalaciones del Club, el festival aéreo en el marco de la mencionada Fiesta de la Bahía.

Las actividades comenzarán a las 10 de la mañana y contaremos con la visita de aviadores, paracaidistas, aeromodelistas tanto de la zona como de otras provincias.

El evento es de entrada libre y gratuita para todos aquellos que quieran participar y disfrutar de paseos aéreos, acrobacia aérea y muchas sorpresas más.

Anexo 10

Boletín Informativo de la Subsecretaría de Relaciones Institucionales

 <p>Dirección General de Estadística y Censos</p>		<p>Pablo Das Neves se reunió con el Consejo Municipal de Discapacidad de Madryn El subsecretario de Relaciones Institucionales, Lic. Pablo Das Neves y la directora general de Programación Institucional y Gestión de las Organizaciones, Lic. Lara Mac Donnell se reunieron el día martes 4 del corriente mes, con Luis María Di Filippo, director municipal de Asistencia Integral al Discapacitado y representantes del Consejo Municipal de la ciudad de Madryn.</p> <p>[+] info</p>
 <p>CHUBUT MULTIMEDIA</p>		<p>Se realizó el V Futa Trawun de la provincia de Chubut Desde el día viernes 7 de noviembre hasta el domingo 9, se realizó en la localidad de Río Mayo el V Futa Trawun ("gran reunión") de la provincia de Chubut. La convocatoria del mismo fue realizada por la Dirección de Asuntos Indígenas, dependiente de la Subsecretaría de Relaciones Institucionales que conduce el Lic. Pablo Das Neves.</p> <p>[+] info</p>
 <p>Conocé el Calendario de Vacunación</p> <p>CLICK AQUÍ</p>		<p>Pablo Das Neves mantuvo una serie de reuniones en Comodoro Rivadavia El subsecretario de Relaciones Institucionales, Lic. Pablo Das Neves se reunió, el día jueves 6 de noviembre, con Presidentes e integrantes de 12 asociaciones vecinales de la ciudad de Comodoro Rivadavia. Del encuentro también participó el director general de Relaciones Institucionales y Control de Gestión Mauricio Lambert.</p> <p>[+] info</p>
		<p>Inscripciones para pasantías en turismo y conservación El Ministerio de Comercio Exterior, Turismo e Inversiones del Chubut, a través de la Subsecretaría de Turismo y Áreas Protegidas, informó que desde este lunes 10 de noviembre al 12 de diciembre inclusive, estarán abiertas las inscripciones para la solicitud de Pasantías en Turismo y Conservación.</p> <p>[+] info</p>
		<p>La Subsecretaría recibió la visita de alumnos de la escuela de Cerro Radal El martes 11 de Noviembre, los niños de 4º grado de la escuela Nº 132 de Cerro Radal, visitaron Casa de Gobierno como parte del itinerario que desarrollan en su viaje de estudio. Los chicos pasaron por la Subsecretaría de Relaciones Institucionales, y el Lic. Pablo Das Neves les mostró las instalaciones y contó cual es la dinámica de trabajo de esta área de Gobierno. Así mismo, presentó a cada uno de los integrantes de su equipo de trabajo, describiendo las funciones que realizan.</p> <p>[+] info</p>
		<p>Alumnos de la escuela Francisco Pietrobelli visitaron la Subsecretaría de Relaciones Institucionales El subsecretario de Relaciones Institucionales, Lic. Pablo Das Neves, recibió el 13 de Noviembre, la visita de 26 alumnos de 3er. año de nivel E.G.B la escuela Nº 2 "Francisco Pietrobelli" de la ciudad de Comodoro Rivadavia, acompañados por la docente Soraya Morales, la coordinadora Tania Rodríguez y la vice directora Graciela Díaz.</p> <p>[+] info</p>

// - NOVEDADES MUNICIPALES Y COMUNALES - //

Artículo para el Boletín Informativo de la Subsecretaría de Relaciones Institucionales

Exitoso cierre del Mes de los Clubes

El pasado domingo 26 de abril, finalizó en las instalaciones del Aero Club Rawson la competencia estudiantil Mes de los Clubes. Durante todo el mes, los alumnos de las escuelas rawsenses desarrollaron diversas actividades recreativas, deportivas y culturales en los clubes de la ciudad.

Esta iniciativa, generada por el Aero Club Rawson en conjunto con otras instituciones y respaldada por el Gobierno Municipal, motivó a los jóvenes a involucrarse en diferentes competencias con el objetivo de ganarse el tradicional cheque para el viaje de estudios otorgado por el Municipio.

Los ganadores de este año fueron, en la categoría EGB los alumnos de 7° año de la Escuela Provincial Número 4 quienes se destacaron en el armado de los aviones a escala y en disciplinas como tenis y fútbol. Entre los mayores, salieron victoriosos los estudiantes de 3° Polimodal pertenecientes a la Escuela Provincial Número 752, cuyas escuadras ganaron la totalidad de las disciplinas.

Anexo 11

Cartelería Externa

Vía Pública

Aero Club Rawson Carteleria



Especificaciones técnicas

Impresión: lona impresa

Iluminación: frontlight

Estructura: caños 30/30 con 4 tubos de 120 cm por dentro

tamaño del cartel: 150cm x 80cm



Observaciones

Siendo un cartel de vía pública el tamaño debería ser mayor por la visibilidad y teniendo en cuenta la distancia y tiempo a la que será observado aprox. de 5 mts x 2mts (puede variar) para lo cual cambiaría la estructura y la materialización del mismo como así también la iluminación (frontlight-iluminado por reflectores) siendo de 150cm x 80cm como a sido planteado se deben seguir las especificaciones antes descriptas

Pintura Externa



Identidad visual propuesta



Identidad visual (Actual)



Identidad visual (Actual)



Identidad visual propuesta

Aero Club Rawson - Señalética

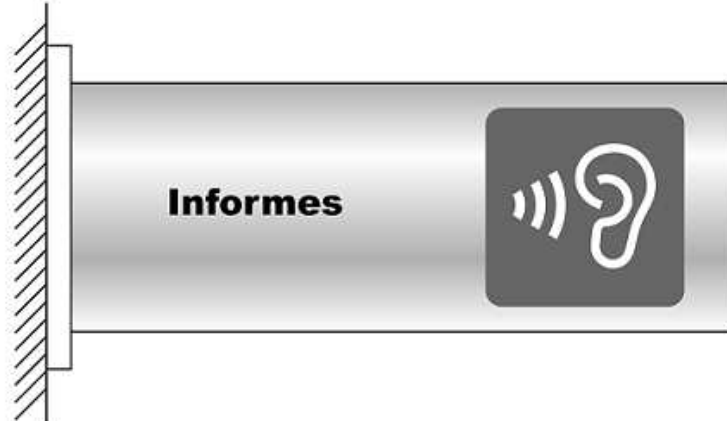
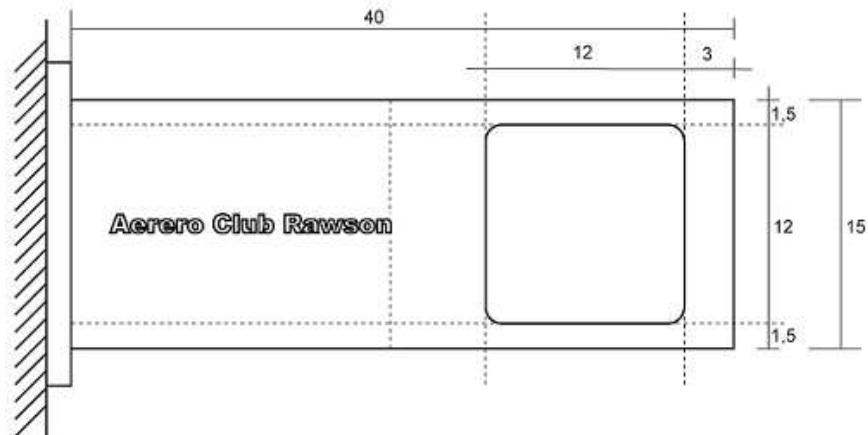


Especificaciones técnicas

Material: Acrílico transparente

impresión: ploter de corte de cada uno de los pictogramas como así también las letras

El acrílico será sostenido por medio de un soporte de madera o metal empotrado a la pared





Anexo 12

E-mail para Bombero Voluntario



A través del presente medio, tengo el agrado de comunicarme con usted a los fines de solicitarle una reunión con el objetivo de participar del Simulacro organizado para el día 2 de Junio.

El Aero Club Rawson, cuenta con su flota de aviones, que desea poner a su disposición para sumarse al evento y brindar a la comunidad rawsense un espectáculo a su medida.

Espero su respuesta y quedo a su entera disposición.

Daniel Héctor Biaggio

Presidente

Aero Club Rawson

Anexo 13

Invitación Mes de los Clubes



A través de este medio, tenemos el agrado de comunicarnos con usted con el fin de invitarlo a participar del evento “Mes de los Clubes” organizado por el Aero Club Rawson. A través de ésta iniciativa, se busca unir a las instituciones deportivas y recreativas de la ciudad, para brindarle un mes a pleno deporte a la comunidad de Rawson.

El día 06 de Marzo a las 18:00 horas, en el predio de nuestro Aero Club, se realizará una reunión con los interesados para presentar el proyecto y las actividades. Desde nuestra institución concebimos a los clubes como un espacio social creado por personas que trabajan desinteresadamente en pos del desarrollo de la comunidad. Por ello esperamos contar con su participación, expresando así la esencia de colaboración y solidaridad que caracteriza a los clubes de Rawson.

Saludan atentamente

Daniel Héctor Biaggio
Presidente Aero Club Rawson

José Luis Marziali
Vicepresidente Aero Club Rawson

Anexo 14

E-mail para Directivos de Establecimientos Educativos



El Aero Club Rawson lo invita a usted y sus alumnos de 3° año Polimodal a formar parte del ciclo de charlas sobre nuestra institución como ente educativo, que se realizará durante el mes de Agosto. Nuestro club es una organización sin fines de lucro que además de promover el esparcimiento, forma profesionales y brinda servicios a la comunidad, por ello es de nuestro interés acercarnos a los jóvenes de Rawson para informarlos y presentarle opciones para su futuro.

Los directivos interesados pueden ponerse en contacto con nosotros para organizar las visitas a través de los siguientes medios:

E-mail: aeroclubrawson@hotmail.com

Sitio Web: www.aeroclubrawson.com.ar

Blog: <http://acrawson.blogspot.com/>

Teléfono: 483-763

Saludamos atentamente y quedamos a su disposición.

Daniel Héctor Biaggio
Presidente
Aero Club Rawson

José Luís Marziali
Vicepresidente
Aero Club Rawson

Anexo 15

Volantes Informativos

<h1>Aero Club Rawson</h1> 	
<p>Te invitamos a conocer nuestro Club y vivir una experiencia única...</p>	
<p>Actividades Aeromodelismo Aviación Paracaidismo Festivales Aéreos Eventos</p>	<p>Servicios Paseos Aéreos Colaboración con las Fuerzas Escuela de Aviación Escuela de Aeromodelismo</p>
<p>Visitanos en: www.aeroclubrawson.com.ar www.acrawson.blogspot.com Contactanos aeroclubrawson@hotmail.com</p>	

Anexo 16

Difusión Festival Aéreo Fiesta de la Bahía



Miércoles 15 de enero de 2009

Gacetilla de Prensa

Festival Aéreo de la Bahía

El Aero Club Rawson, invita a la comunidad rawsense al Festival Aéreo: Fiesta de la Bahía que realizará el 17 de enero, a las 11:00 horas en las instalaciones del club. Este evento se encuentra enmarcado dentro de las actividades que desarrolla la ciudad durante la Fiesta de la Bahía.

Esta celebración, contará con la participación de pilotos, aeromodelistas y paracaidistas locales que brindarán espectáculos vinculados a sus disciplinas como paseos aéreos, exhibiciones de lanzamientos de paracaídas y de aeromodelismo. La entrada es libre y gratuita.

Datos de Contacto:

Nombre: Fiorella Biaggio

Teléfono: (0351) 156125670

E-mail: fiorellabiaggio@hotmail.com

Mailing



Miércoles 15 de enero

El Aero Club Rawson los invita a participar del Festival Aéreo: Fiesta de la Bahía, organizado en el marco del desarrollo de la Fiesta de la Bahía, que se lleva a cabo en la ciudad.

El evento comenzará a las 11:00 horas y durante el transcurso del día se podrá disfrutar de paseos aéreos, exhibiciones de aeromodelismo, paracaidismo y varias sorpresas más.

Esperamos contar con su presencia para compartir momentos inolvidables durante esta fecha tan especial.

Saludan cordialmente.

Daniel Héctor Biaggio

Presidente Del Aero Club Rawson

José Luís Marziali

Vicepresidente Del Aero Club Rawson

Invitación Blog

Hola lectores, ¿Cómo están? Por acá, muy bien, porque nos encontramos organizando el Festival Aéreo Fiesta de la Bahía. Como ustedes deben saber, a partir de la segunda quincena de enero, los rawsense comenzamos a movilizarnos para formar parte de esta gran fiesta que se lleva a cabo en nuestra ciudad. El Aero Club, como “ciudadano” de Rawson que es, no podía quedarse afuera y por ello el sábado 17 de enero, en sus instalaciones, desarrollará el festival.

Quienes se acerquen ese día podrán realizar paseos aéreos, deleitarse con exhibiciones de los aeromodelistas, ver a los paracaidistas en acción, además de disfrutar de una jornada donde todo puede suceder.

Como verán tendremos una semana a pura actividad, así que los esperamos en el festival.

Ahora me despido, debo volver para continuar ayudando a organizar el festival.

Saludos a todos.

Sitio Web

Dentro de novedades

El 17 de enero a partir de las 11:00 horas, en las instalaciones del club, se desarrollará el Festival Aéreo: Fiesta de la Bahía. Los invitados podrán ver exhibiciones de paracaidismo y aviación, realizar paseos aéreos, compartir momentos únicos y disfrutar de otras sorpresas más.

Los esperamos a todos.

Programa del Festival

Aero Club Rawson



Festival Aéreo

Fiesta de la Bahía

11:00: Inicio de actividades.

11:30: Bienvenida e inauguración del Festival.

11:45: Exhibición de aeromodelismo.

12:15: Exhibición de paracaidismo con invitados nacionales e internacionales.

14:00: Simulacros de emergencia aérea.

15:00: Competencia entre aeromodelistas.

15:30: Competencia entre pilotos.

17:00: Cierre del Festival.

Para más información contactanos:

www.aeroclubrawson.com.ar

www.acrawson.blogspot.com

aeroclubrawson@hotmail.com

Anexo 17

Encuesta Para Eventos

La siguiente encuesta será de tipo administrada por un encuestador y se realizará a los participantes de los eventos que el Aero Club Rawson realiza.

Deberá tildarse la opción correcta, teniendo en cuenta que existen preguntas donde puede marcarse más de una opción.

Sexo:

Femenino

Masculino

Edad:

Lugar de residencia:

1) ¿Es la primera vez que visita el club?

Si

No

2) ¿En que otras ocasiones visitó el club?

3) ¿Por qué medios se enteró del evento?

Radio

Televisión

Diario

Sitio Web

Blog

News Letter Digital

E-mail

Amigos/familiares

Otro: _____

4) ¿Cuales fueron las actividades del evento que más disfrutó?

- Exhibición de paracaidismo
- Exhibición de aerodelismo
- Exhibición de aviación
- Charlas
- Interacción con los pilotos, aerodelistas y paracaidistas
- Participaciones especiales de otras entidades

Otro: _____

5) ¿Qué cambiaría?

6) ¿Qué agregaría?

7) ¿Volvería a visitar el Aero Club?

Si

¿Por qué?

No

¿Por qué?

Encuesta Fiestas

La siguiente encuesta será de tipo administrada por un encuestador y se realizará a los participantes de los eventos que el Aero Club Rawson realiza.

Deberá tildarse la opción correcta, teniendo en cuenta que existen preguntas donde puede marcarse más de una opción.

Sexo:

Femenino

Masculino

Edad:

1) ¿Es la primera vez que visita el club?

Si

No

2) ¿En que otras ocasiones visitó el club?

3) ¿A través de que medio se enteró sobre la Fiesta? (Puede seleccionar más de una opción)

Radio

Televisión

Diario

Newsletter

E-mail

Blog

Sitio Web

Amigos/Familiares

Otro

4) Según su opinión el evento fue:

Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
¿Por qué?	¿Por qué?	¿Por qué?	¿Por qué?

5) ¿Qué agregaría para que el evento fuese mejor?

6) ¿Qué cambiaría?

7) ¿Volvería a concurrir a un evento del Aero Club Rawson?

Si

No

¿Por qué?

Anexo 18

Invitación vía E-mail



El verano termina, y con él se va la más intensa temporada para nuestra ciudad. Para festejar el éxito del verano 09, te invitamos a participar de la Fiesta Informal Cierre de Temporada 09 que organiza el Aero Club Rawson, el día 6 de marzo a las 21:00 horas.

Es un momento de balances, festejos y diversión, por ello te esperamos para cerrar este ciclo 09 como Rawson se lo merece.

Saludos cordiales

*Daniel H. Biaggio
Presidente Aero Club Rawson*

*José Luis Marziati
Vicepresidente Aero Club Rawson*

Se ruega confirmar antes del 28 de febrero. Las entradas están disponibles en el Aero Club Rawson.

Para más información contactarse a: aeroclubrawson@hotmail.com

O visitar el sitio Web: www.aeroclubrawson.com.ar

Anexo 19

Difusión Fiesta del Aero Club Rawson

E-mail Fiesta Día del Aero Club Rawson



A través del presente medio, el Aero Club Rawson se enorgullece de invitarlos a participar de la Cena que se llevará a cabo el día 22 de mayo a las 21:30 con motivo de su 38^º aniversario. Esperamos contar con su presencia en esta fecha tan importante para nosotros y así poder compartir una velada única.

Las entradas para el evento estarán disponibles a partir del día de la fecha en el Aero Club Rawson. Se ruega confirmar su participación antes del 15 de mayo.

Saludan atentamente

*Daniel Héctor Biaggio
Presidente del Aero Club Rawson*

*José Luis Marziali
Vicepresidente del Aero Club Rawson*

Para más información diríjase a www.aeroclubrawson.com.ar o póngase en contacto con nosotros a través de nuestro e-mail aeroclubrawson@hotmail.com.

Artículo en Newsletter Digital

El día 22 de mayo, a las 21:30 horas, se realizará en las instalaciones del club, la Fiesta Día del Aero Club Rawson con motivo de la celebración de un nuevo aniversario. Este evento contará con la presencia del grupo Piccardini, quien estará a cargo de la animación de la noche. Durante la cena se entregarán medallas a los socios fundadores de nuestro club, a los pilotos y aeromodelistas destacados del año 2008 en reconocimiento a su constancia, colaboración y apoyo.

Están todos invitados a esta noche tan especial y a pasar un momento único en compañía de su familia y amigos.

Para aquellos interesados, las tarjetas se encuentran a la venta en las instalaciones del Aero Club.

Los esperamos.

Invitación en el Blog

Hola lectores, ¿como están? Hoy es estoy acá para invitarlos a compartir con nosotros un día muy especial, el día del aniversario de nuestro Aero Club Rawson. El día 25 de mayo se cumplirán 38 años desde su fundación, y por ello el día 22 de mayo queremos festejar junto a ustedes esta fecha tan especial con una cena llena de sorpresas.

Durante esa noche tan particular se entregarán medallas honoríficas a los socios fundadores, pilotos y aeromodelistas destacados. Para aquellos que les gusta bailar y disfrutar de un buen momento se contará con la presencia del Reconocido grupo Piccardini, quien ejecutará los mejores covers de la década del 70 y 80.

Ya los motores están encendidos y la invitación está hecha, te esperamos para despegar.

* Para más información acercate a las instalaciones del Club o visitanos en nuestro sitio Web: www.aeroclubrawson.com.ar

Artículo en Sitio Web

El próximo 22 de mayo, con motivo de la celebración del 38° aniversario del Aero Club Rawson, se realizará en sus instalaciones la Fiesta del día del Aero Club. Durante el evento se realizará la entrega de medallas honoríficas a los socios fundadores, pilotos y aeromodelistas destacados del año 2008. Ésta es una fecha muy importante para el club por ello se espera una noche llena de sorpresas y diversión para toda la familia, con la participación especial del reconocido grupo Piccardini.

Esperamos contar con tu presencia para vivir un momento especial.

Por consultas sobre las tarjetas dirigirse a las instalaciones del Club.

Anexo 20

Invitación Vía E-mail



El Aero Club Rawson los invita al Festival Aéreo del Día del Niño que se realizará el domingo 9 de agosto a partir de las 11:00 horas, donde los chicos podrán disfrutar de las actividades programadas. Esperamos contar con su presencia y la de sus alumnos ya que el objetivo de dicho evento es hacerles pasar un buen momento a los niños en su día.

Saludan atentamente

*Daniel Héctor Diaggio
Presidente del Aero Club Rawson*

*José Luis Marziali
Vicepresidente del Aero Club Rawson*



Jueves 06 de agosto de 2009

Gacetilla de Prensa

Festival Aéreo Para los Chicos

El Aero Club Rawson, invita a la comunidad rawsense al Festival que se realizará el 09 de agosto, a las 11:00 horas en las instalaciones del club con motivo del día del niño. Este evento contará con la presencia de pilotos profesionales, aeromodelistas y paracaidistas quienes estarán a cargo de las demostraciones y los paseos aéreos que se sortearán entre el público para agasajar a los niños de Rawson. Asimismo la Prefectura Naval Argentina se presentará en el club y realizará una exposición de su flota y personal.

Esperamos contar con la visita de todos, para hacer de esta jornada un día especial para los niños de Rawson. La entrada es libre y gratuita.

Datos de Contacto:

Nombre: Fiorella Biaggio

Telefono: (0351) 156125670

E-mail: fiorellabiaggio@hotmail.com

Artículo Para el Sitio Web

El Aero Club Rawson los invita a participar del Festival Aéreo Día del Niño, que se realizará el día 09 de agosto, a partir de las 11:00 horas en las instalaciones de nuestro club. Este evento contará con la participación de paracaidistas profesionales, quienes harán demostraciones para los chicos, y con aeromodelistas que desarrollarán una exhibición; además se podrá disfrutar de paseos aéreos, a cargo de pilotos profesionales, que se sortearán entre el público infantil.

Este año, en el festival, la Prefectura Naval Argentina hará una presentación especial de su flota y personal para agasajar a los niños de Rawson.

Los esperamos a todos con sus familias para disfrutar de una jornada a pura diversión y llena de sorpresas para grandes y chicos.

Artículo Para el Blog

Hola amigos lectores, ¿Cómo están? Hoy estoy escribiendo por una razón muy particular, el Aero Club se encuentra organizando el Festival Día del Niño para agasajar a los rawsenses más pequeños. El día 09 de agosto, a las 11:00 horas se dará comienzo a la celebración que contará con la presencia de Prefectura Naval Argentina, paracaidistas profesionales, aeromodelistas y pilotos. Todos ellos realizarán presentaciones especiales para sorprender a los chicos, quienes podrán participar en las distintas actividades programadas.

Durante el evento se sortearán paseos aéreos entre el público presente, para que todos tengan la oportunidad de disfrutar de esta pasión que nos une a nosotros y viva una experiencia inolvidable.

Los esperamos a ustedes y su familia para disfrutar de un día especial donde todo puede ocurrir, porque... no importa la edad, todos tenemos un niño adentro.

Nos vemos.

Anexo 21

Invitación Prefectura Naval Argentina



El Aero Club Rawson los invita a participar del “Festival Día del Niño” que se realizará el día 9 de agosto a las 11:00 horas en el predio del club. Con motivo de esta ocasión el 2 de agosto a las 20:00 horas se desarrollará una reunión en nuestro establecimiento a fin de diagramar las actividades y demostraciones que realizará cada uno de los invitados.

Esperamos contar con su colaboración, para hacer del día del niño una fecha especial para nuestros chicos.

Saludan atentamente.

Daniel Héctor Biaggio
Presidente
Aero Club Rawson

José Luís Marziali
Vicepresidente
Aero Club Rawson