

UNIVERSIDAD
EMPRESARIAL
SIGLO 21

LICENCIATURA EN
RELACIONES PÚBLICAS
E INSTITUCIONALES

Melina Fernanda Gottig

Legajo: RPI – 520



International Issues Foundation

Pers. Jur. N° 002 -A-03

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL

Plan Estratégico de
Comunicación para lograr el
Posicionamiento
Institucional de International
Issues Foundation en los
Consulados y Empresas
Multinacionales de la ciudad
de Córdoba.

Septiembre de 2005.

Muchas Gracias a...

...mis padres y hermanos por confiar siempre en mí e incentivarme a lo largo de este camino.

...mis amigos que me acompañan en todos los momentos de mi vida

...Guillermo Suárez por mostrarme lo apasionante de esta profesión e incentivarme a enfrentar nuevos desafíos

...Osvaldo Salas que me demuestra y transmite permanentemente su vocación docente.

...la Dra. Graciela Erramouspe de Pilnik por el compromiso asumido cuando comencé a realizar este trabajo.

...los miembros del Tribunal evaluador que me enseñaron y guiaron en esta última etapa como estudiante.

FICHA DE BIBLIOTECA	
Nombre de la Organización	International Issues Foundation
Sector	Organización No Gubernamental
Actividad	Desarrollo de actividades educativas y culturales vinculadas a las temáticas de la agenda internacional para promover el intercambio y entendimiento entre los pueblos, prestando asistencia y servicio a la comunidad nacional e internacional.
Síntesis del Diagnóstico	International Issues Foundation es una organización de carácter internacional creada en el año 2002 en la ciudad de Córdoba, pero carece de posicionamiento institucional en sus públicos de interés porque no posee un adecuado plan de comunicación que le permita ser conocida y legitime su actividad.
Propuesta del Proyecto	Plan Estratégico de Comunicación para lograr el posicionamiento institucional de International Issues Foundation en los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba
Tipificación del Proyecto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollo de Nuevo Proyecto ✓ Posicionamiento Segmentación Producto / Servicio Precio Distribución ✓ Comunicación Operaciones ✓ Otros: Relaciones Públicas e Institucionales
Datos del Alumno	<p>Apellido y Nombres / Gottig Melina Fernanda</p> <p>Fecha / 29 / 09 / 2005</p>

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	7	12. MEDICIÓN DE TÁCTICAS	80
2. TEMA	9	13. PRESUPUESTO	88
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN	11	14. DIAGRAMA DE GANT	92
4. OBJETIVOS	14	15. CASH FLOW	96
4.1. Objetivo General de Indagación	14	16. EVALUACIÓN GLOBAL	100
4.2. Objetivos Específicos	14	17. CONCLUSIÓN Y REFLEXIÓN	102
4.3. Objetivo de Intervención	14	18. BIBLIOGRAFÍA	105
5. MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA	16	ANEXOS	108
5.1. Relaciones Públicas e Institucionales	16	Anexo I	
5.2. Relaciones Públicas Internacionales	16	Anexo II	
5.3. ¿Qué es la Cooperación Internacional?	18	Anexo III	
5.4. Organizaciones Responsables	20	Anexo IV	
5.5. Nacimiento del Tercer Sector	21		
5.6. Organizaciones No Gubernamentales	22		
5.7. Posicionamiento Institucional	23		
5.8. Importancia de la Imagen	25		
5.9. La Organización y sus Públicos	26		
5.9.1. Representantes Públicos y Privados	26		
6. ANTECEDENTES GENERALES	29		
6.1. SECTOR	29		
6.2. INTERNATIONAL ISSUES FOUNDATION	31		
6.2.1. Misión y Objetivos	32		
6.2.2. Estructura Organizacional	33		
6.2.3. Públicos	34		
7. METODOLOGÍA	37		
7.1. DISEÑO METODOLÓGICO	37		
7.1.1. Ficha Técnica	37		
7.1.2. Desarrollo	37		
7.1.3. Aspectos a Indagar	39		
A. Guía de Pautas para Consulados	39		
B. Guía de Pautas para Empresas Multinacionales	40		
8. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	42		
8.1. International Issues Foundation	42		
8.2. Públicos	45		
A. Consulados de la ciudad de Córdoba	45		
B. Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba	46		
8.3. Conclusión	47		
9. MATRIZ FODA	51		
10. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD	53		
11. PLAN DE APLICACIÓN	55		
11.1. Objetivo General	55		
11.2. Estrategias	55		
11.2. Tácticas	55		

INTRODUCCIÓN

Capítulo 1



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

1. Introducción

Con el objeto de realizar el Trabajo Final de Graduación, se ha optado por una organización no gubernamental situada en la ciudad de Córdoba cuyo nombre es "International Issues Foundation". Ésta, es de reciente creación y su objetivo es promover el desarrollo y entendimiento entre los pueblos teniendo en cuenta las grandes cuestiones de la agenda internacional.

El tema propuesto es un Plan Estratégico de Comunicación para lograr el Posicionamiento Institucional de International Issues Foundation en los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba.

Para ello, se plantea la problemática reuniendo las características básicas a desarrollar y la correspondiente justificación desde la disciplina de Relaciones Públicas e Institucionales como una herramienta de gestión institucional. Es decir, teniendo en cuenta no solo los resultados sino también, y fundamentalmente, los procedimientos pertinentes que faciliten la adecuada elección de alternativas de acción.

Se exponen las principales características del surgimiento del Tercer Sector como así también lo que corresponde a la Fundación teniendo en cuenta su misión y los objetivos por cumplir; las personas que la integran, los públicos a los que se dirigen con sus actividades y la forma en que las comunica.

En este marco, los objetivos preliminares que se proponen permitirán un correcto abordaje del trabajo para recolectar los datos pertinentes al tema y su correspondiente análisis a través de los métodos idóneos de metodología científica; para luego, arribar por medio del análisis e interpretación de datos, a una problemática de Relaciones Públicas e Institucionales, con el objeto de plantear estrategias y tácticas adecuadas a un plan de acción.

Nuestra disciplina, está descubriendo, construyendo y recorriendo nuevos caminos, lo que implica una amplia gama de posibilidades para realizar aportes, dado que éstas se introducen desde hace unos años en el ámbito internacional teniendo en cuenta los vertiginosos cambios que ocurren a nivel global.

TEMA

Capítulo 2



2. Tema

Plan Estratégico de Comunicación para lograr el Posicionamiento Institucional de International Issues Foundation en los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Capítulo 3



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

3. Planteamiento del problema y justificación

¿Cuál es el actual posicionamiento institucional de International Issues Foundation en los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba?

Las Relaciones Públicas e Institucionales comenzaron a desarrollarse hace más de cuarenta años, y los vertiginosos cambios que actualmente atraviesa el mundo, hacen que la disciplina descubra múltiples vías para desarrollarse y legitimarse como tal.

De acuerdo a Wilcox y otros, las Relaciones Públicas “permiten establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutuas, entre una organización y sus públicos. Ayudan a nuestra compleja y plural sociedad a tomar decisiones y a funcionar de forma más efectiva, al contribuir a la mutua comprensión entre grupos e instituciones. Permiten armonizar las políticas públicas y las privadas”.¹

Lo que caracteriza a las Relaciones Públicas e Institucionales, es su carácter tridimensional dado que toma aspectos de la Administración, las Ciencias Sociales y la Comunicación para ser una verdadera disciplina de gestión, lo que implica no solo el control y evaluación de resultados, sino una planificación estratégica adecuada, que permita conocer y evaluar diferentes alternativas de acción comunicacional, teniendo en cuenta el logro de benefi-

cios mutuos para la organización y los públicos que se vinculan a ella.

International Issues Foundation tiene por misión promover con sus actividades el desarrollo e intercambio entre los miembros de la comunidad local, nacional e internacional. En este marco, la Cooperación Internacional se presenta como una de las bases esenciales al momento de crear redes orientadas a la superación de conflictos, entendimiento mutuo y a optimizar las posibilidades de cooperación entre diversos países del mundo.

Para obtener resultados beneficiosos, es indispensable identificar a los públicos de interés, contar con el apoyo de personas e instituciones con experiencia, plantear las problemáticas a tratar; y sobre todo ser reconocidos como institución para facilitar el establecimiento de redes de trabajo y consolidarse como una Fundación pionera en Córdoba en el desarrollo de actividades vinculadas a las grandes temáticas de la agenda internacional.

Teniendo en cuenta las características de la Fundación, los objetivos de sus miembros y los aportes que desde la disciplina pueden realizarse; se ha planteado que se pretende conocer el posicionamiento institucional vinculado a los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba, para posteriormente arribar a la elaboración de un plan estratégico de comunicación externa de acuerdo a los resultados del análisis e interpretación de datos.

En este contexto, las Relaciones Públicas e Institucionales, son las más adecuadas para lograrlo, dado que se trabaja a través de la gestión institucional para conquistar y mantener un lugar privilegiado en la sociedad, ingresando a un ámbito complejo y poco explorado.

Los Consulados realizan actividades diversas que van más allá de las cotidianas. También organizan acciones culturales de todo tipo destinadas a fomentar el conocimiento de sus raíces por parte de los ciudadanos. Pero, ¿cuál es entonces la importancia de la relación que puede establecerse entre las actividades de estas Instituciones e International Issues Foundation?

Crear vínculos con este tipo de públicos otorga relevancia a las actividades que planean a la vez de permitir el reconocimiento por parte de los grupos de interés a los que se dirigen en general. Dichas relaciones otorgan beneficios a los Consulados dado que la Fundación sirve de canal para promover las actividades culturales que realizan; objetivos estos fundamentales para dichas entidades, ya que permite a los ciudadanos conocerlas y acceder a acontecimientos que muchas veces no son muy difundidos. “...Es una manera de promover la paz a través de la realización

¹ - WILCOX, D.; AUTT, P.; AGEE, W.; CAMERON, G. *Relaciones Públicas: estrategias y tácticas*. Madrid. Editorial Pearson. 2001. págs 4 y 5.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

Es notoria la importancia que tiene la disciplina para lograr el entendimiento, la comprensión en una sociedad cambiante, multicultural e interdependiente; jugando un papel particular la cooperación, que aparece en pleno auge. “Estamos en medio de un proceso de globalización. El mundo es cada vez más pequeño y accesible gracias a Internet y a la moderna tecnología de información. Las Relaciones Públicas globales son mucho más que Relaciones Públicas Internacionales, es comunicación con el mundo en base a una estrategia global común. Hay múltiples conflictos por resolver. Y el objetivo no es la uniformidad multicultural sino el entendimiento global.”⁴

de actividades culturales como el arte o la literatura...”²

Por otro lado, las empresas multinacionales de la ciudad de Córdoba tienen un rol protagónico en el desarrollo de políticas responsables en beneficio de la sociedad, porque su trabajo se ubica en un plano local e internacional. Desde este punto de vista, para que International Issues Foundation pueda llevar a cabo todos los programas que se propone, es necesaria la participación y colaboración de estas organizaciones. “Para algunos organismos internacionales y ciertas empresas transnacionales, las organizaciones no gubernamentales han venido a resolver un problema notorio de ineficiencia pública que impacta sobre la rentabilidad social de las inversiones y las políticas económicas.”³

Se busca, por lo tanto, generar un espacio para el establecimiento de redes que permitan a la Fundación ser conocida en los ámbitos de su interés por medio de la adecuada gestión de las Relaciones Públicas e Institucionales, abarcando un amplio abanico de posibilidades al momento de promover actividades tendientes a la cooperación. Es decir, legitimarla como una institución que persigue fuertemente el objetivo de integración y desarrollo de carácter internacional, por medio de la acción concertada y producción conjunta con otras organizaciones, fomentando la creación de red de redes institucionales.

²- Palabras de la Presidente de International Issues Foundation, Dra. Graciela Erramouspe de Pilnik en la primera entrevista que se realizó para conocer a la Fundación. (Ver anexo N° II)

³- TOBAR, F.; FERNANDEZ PARDO, C. Organizaciones Solidarias. Gestión e innovación en el Tercer Sector. Buenos Aires. Lugar Editorial. 2001. Pág. 54

⁴- STOLTZ, V. “A world of Difference”, Frontline: the global Public Relations Quarterly. Septiembre 2001. Vol. 33. pág. 8

OBJETIVOS

Capítulo 4



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-*A*-03

4.3. OBJETIVO DE INTERVENCIÓN.

Generar y fortalecer los vínculos con los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba, que favorezcan un trabajo mutuamente beneficioso y permitan lograr el posicionamiento institucional de la Fundación.

4. Objetivos

4.1. OBJETIVO GENERAL DE INDAGACIÓN

Detectar y evaluar el posicionamiento institucional actual de International Issues Foundation en los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Detectar la participación de los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba, en actividades vinculadas a la cooperación internacional y organizaciones del Tercer Sector.
- b) Indagar acerca del conocimiento que poseen los Consulados y Empresas Multinacionales, respecto a la existencia, misión y actividades de International Issues Foundation.
- c) Indagar las opiniones de los públicos mencionados sobre la existencia, misión y actividades de la Fundación.
- d) Identificar los intereses y expectativas que poseen los Consulados y Empresas Multinacionales respecto a las actividades de International Issues Foundation.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Capítulo 5



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

5. Marco teórico de referencia.

5.1. RELACIONES PÚBLICAS E INSTITUCIONALES.

Hablar de Relaciones Públicas en la actualidad implica tener en cuenta los numerosos y turbulentos cambios que ocurren en el contexto. Como se ha dicho, son tridimensionales por tomar aspectos de la Administración, las Ciencias Sociales y la Comunicación para convertirse en una verdadera disciplina de gestión que no mide solo los resultados sino que está presente en todos los procedimientos que son necesarios al momento de planificar, de evaluar diferentes alternativas, de crear, de alentar, de solucionar conflictos y anticiparse a ellos, de lograr integración, cooperación, entendimiento; en beneficio de la organización y sus públicos. Al decir de Cutlip y Center el relacionista público “debe buscar certeza axiomática en todas las fases de su trabajo”.⁵

Las Relaciones Públicas “son una función directiva, que permite establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutua entre una organización y sus públicos. Ayudan a nuestra compleja y plural sociedad a tomar decisiones y a funcionar de forma más efectiva, al contribuir a la mutua comprensión entre grupos e instituciones. Permiten armonizar las políticas públicas y las privadas”.⁶

En todo este procedimiento, “las Relaciones Públicas como disciplina psicosocial - administrativa se desenvuelven en permanente contacto con la opinión pública y hacen uso de todos los medios que le proveen las técnicas y ciencias de la información”⁷, a través de la persuasión, la influencia, para lograr integración y comprensión mutua.

Se debe tener en cuenta que la opinión pública no alude a la opinión de unos públicos sino a aquel marco mental predominante de un grupo de personas de carácter heterogéneo en el espacio, y que tienen determinadas opiniones respecto a un tema sujeto a controversia. Los líderes de opinión influyen mucho en este proceso por tratarse de personas destacadas de la sociedad, con capacidad de influencia y que surgieron en lo que se llamó la Teoría del Two – Step – Flow of Communication (Teoría de la doble vía de la comunicación).

Cuando se trata de organizaciones con características particulares, la situación respecto a los objetivos y actividades que se llevan a cabo con los públicos, cambia considerablemente de acuerdo al ámbito en donde se desenvuelven.

En este sentido, para obtener un resultado efectivo, “... el desempeño debe ser impecable, el control del entorno también debe ser permanente así como el mantenimiento de relaciones correctas con los públicos y el gobierno de los países en los que operan...”⁸; ya que se trata de una Fundación con presencia en el ámbito internacional. Es en este momento en donde la función de las Relaciones Públicas e Institucionales adquiere una dimensión más amplia que la convencionalmente conocida y aplicada. Por estos motivos a continuación se exponen hechos que dan cuenta de la aplicación de esta disciplina en el ámbito internacional.

5.2. RELACIONES PÚBLICAS INTERNACIONALES.

El crecimiento económico, la democratización, el cambiante ambiente de los medios, el mayor consumismo, la proliferación de Internet, el intercambio a través de las fronteras nacionales; son hechos que brindan oportunidades muy valiosas para las Relaciones Públicas.

Pero, ¿cuándo comenzaron a emplearse las Relaciones Públicas Internacionales? Éstas tienen un origen muy remoto ya que empezaron a existir desde el momento en que reyes y emperadores enviaban emisarios y representantes a tierras extranjeras. Ese tipo de relaciones no se dio sólo en el ámbito oficial sino también en el privado donde dichas representaciones comenzaron a ser permanentes en algunos países a partir de la Declaración de la Paz de Westfalia en el año 1648 que culminó con la Guerra de

⁵ - FLORES BAO, Francisco. Relaciones Públicas: ciencia de la integración humana. Editorial Imprenta Desa. 1978. Pág. 261

⁶ - WILCOX, D.; AUTT, P.; AGEE, W.; CAMERON, G. Op. Cit. Págs. 4 y 5.

⁷ - FLORES BAO, Francisco. Op. Cit. Pág. 267

⁸ - WILCOX, D.; AUTT, P.; AGEE, W.; CAMERON, G. Op. Cit. pág 390



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

los Treinta años y significó el inicio y consolidación de las Naciones – Estado.⁹

Actualmente, los países están cada vez más unidos por influencias estrechas, los contactos deben estar planificados adecuadamente; la buena opinión que sobre un determinado Estado se tenga en el exterior influye cada vez más en su vida política, económica, social. “Hoy ningún país se puede dar el lujo de encerrarse en sus fronteras, prescindiendo olímpicamente de lo que se digna fuera de ellas”.¹⁰

Un reconocido teórico de la disciplina, Sam Black, define las Relaciones Públicas Internacionales como “el intento de conseguir una comprensión mutua salvando un vacío geográfico, cultural, lingüístico, o todos ellos a la vez”.¹¹ El azar no tiene lugar en esta labor, ya que no solo los públicos varían de uno a otro país, sino también los métodos de comunicación, por lo que es importante tener conocimientos sólidos de política internacional, socio-económica-cultural, para que lo planeado no resulte contraproducente.

Otros autores profundizan más éste concepto y las definen como “...la campaña planificada por una empresa, institución o gobierno para establecer relaciones de beneficio mutuo con públicos de otros países...”¹² Entonces hay que resaltar que, como se está tratando con una dimensión más amplia de las Relaciones Públicas, no se deben dejar de lado algunas diferencias que se presentan y que muchas

veces se convierten en obstáculos para las organizaciones que operan en el ámbito internacional. A modo de ejemplo, de acuerdo a Wilcox y otros ¹³, se puede observar que:

- Cada país posee su propio sistema de gobierno vinculado a una ideología particular. Los occidentales en su gran mayoría están fuertemente arraigados a una concepción capitalista, en donde el tiempo se traduce básicamente en dinero. Y por otro lado, los orientales valoran ese tiempo desde otro punto de vista, desde el arte, la maduración espiritual, la calidad de vida.
- El contexto ahora debe ser evaluado en su totalidad viendo los pro y contra de múltiples situaciones a la hora de estimular, favorecer o generar intercambios.
- La multiplicidad de idiomas existente obliga a las personas que operan en dicho ámbito a ser auténticos políglotas.
- Las costumbres a veces son evidentes y otras no tanto, por lo que también se deben conocer en profundidad para no caer en graves errores.
- Hay marcadas diferencias en cuanto a desarrollo socio-económico en cada uno de los países.
- En algunos Estados también se observan resistencias a las organizaciones internacionales y a las influencias que pretenden realizar de tipo cultural, económico, político.

Por todo ello es tan importante conocer en profundidad cada uno de estos aspectos al momento de emprender relaciones con otros países teniendo en cuenta que en ambientes tan cambiantes e integrados como los actuales es fundamental que las Naciones – Estado mantengan entre sí diversas relaciones vinculadas a la cooperación internacional.

⁹- PEARSON, F; ROCHESTER, J. Relaciones Internacionales – Situación Global en el Siglo XXI. España. Editorial Mc Graw Hill. Cuarta Edición. Pág. 38

¹⁰- MERCADO, S. H. Relaciones Públicas Aplicadas: un camino hacia la productividad. México. Editorial Thomson Learning. 2002. Pág 97

¹¹- BLACK, S. ABC de las Relaciones Públicas. Londres. Ediciones Gestión 2000. 1993. pág. 205

¹²- WILCOX, D.; AUTT, P.; AGEE, W.; CAMERON, G. Op.Cit. pág. 373.

¹³- Ibidem. Pág. 377



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

5.3. ¿QUÉ ES LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL?

Esta puede ser definida como la “provisión de recursos humanos y /o financieros destinados a transferir capacidad técnica, administrativa y tecnológica, con el propósito de crear capacidad en los países receptores para emprender actividades de desarrollo...”¹⁴ como por ejemplo el envío de expertos al extranjero para la realización de actividades de investigación, la donación de equipamientos, donaciones económicas en situaciones de emergencia, acuerdos de cooperación para la difusión y el intercambio cultural. Todo de acuerdo a convenios que se generan entre diversos países e instituciones, fijando cada una de las prioridades para el desarrollo de actividades. “Cooperar implica un trabajo de consenso entre los diversos actores involucrados. En consecuencia, el fomento del trabajo en red entre los países, con el fin de aunar esfuerzos hacia objetivos comunes, haría más fácil diseñar y realizar estrategias de cooperación horizontal entre ellos.”¹⁵

La Cooperación Internacional emergió como respuesta a una necesidad del mundo actual, interdependiente, cerrado ecológicamente y con una base de recursos naturales amenazada; que experimenta graves problemas por la persistencia de extensas zonas de pobreza y por un ritmo de crecimiento demográfico insostenible.¹⁶

De esta manera, la respuesta de los países

ha sido la puesta en marcha de políticas de cooperación que se transforman también en un instrumento poderoso de vinculación entre las sociedades, y especialmente, de conexión del mundo empresarial y de las organizaciones ciudadanas para concluir, en cierta forma, con las desigualdades tan marcadas que se presentan.

Hay que destacar también que en todos los intercambios, negociaciones; que pretenden establecerse entre determinados países, hay muchos intereses políticos en juego, lo que ha desencadenado serios problemas para los ciudadanos, que son testigos de las incesantes luchas por el poder.

Por ello, cada país, de acuerdo a su ideología y su tradición establece diferentes políticas a la hora de relacionarse con otros Estados, que están muy vinculadas también con aspectos de tipo cultural, ya que son fundamentales a tener en cuenta al momento de formar lazos entre ellos.

Argentina es un país que en los noventa mantuvo una ideología fundamentalmente liberal y el Estado cumplía una función secundaria en relación al mercado. Las privatizaciones comenzaron a cobrar importancia y agitados debates; y el desembarco de empresas extranjeras se hizo notorio.

Actualmente, el sistema capitalista en el que están inmersos la mayoría de los países del mundo, encuentra una mayor participación por parte del Estado. En este sentido, el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto (MRECIyC) de nuestro país plantea que “...los cambios en el escenario internacional y la consecuente internacionalización de los asuntos políticos, económicos y sociales, impulsaron nuevas orientaciones en las políticas a desarrollar en el campo de la cooperación a las cuales la República Argentina se ha ido adaptando”¹⁷

De este modo, algunos de los objetivos perseguidos como receptor y oferente de cooperación internacional son los siguientes:

- Utilizar los recursos provenientes de la cooperación teniendo en cuenta la excelencia en la aplicación.
- Sumar a lo anterior las prioridades que se han establecido en el país en cuanto a desarrollo de políticas económicas, sociales, culturales; a nivel nacional.
- Tener en cuenta los organismos nacionales, provinciales y municipales al momento de distribuir los recursos provenientes de la cooperación.
- Incorporar también a las organizaciones no gubernamentales y al sector privado.

¹⁴- Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. Disponible en: <http://www.mrecic.gov.ar/dgcin/introduccion.html#intro>

¹⁵- Fortalecimiento Institucional en Cooperación Internacional. Documento Programático 2001-2002. Disponible en: <http://www.oei.es/cooperación/experto>

¹⁶- Ibidem. Disponible en: <http://www.oei.es/cooperación/experto>

¹⁷- Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. Disponible en: <http://www.mrecic.gov.ar/dgcin/introduccion.html#intro>



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

contribuir a la consecución de la paz, seguridad y estabilidad mundial; e impulsar la participación ciudadana en la acción exterior.¹⁸

“La Cooperación Internacional está sufriendo cambios continuamente...frente a esta situación, se debe dar respuesta rápida a los nuevos desafíos que plantea el escenario internacional, caracterizado por los procesos de globalización...La cooperación es realmente efectiva cuando se hace participativa, abierta y flexible. Es decir, cuando se responde a necesidades definidas a partir de un espacio de diálogo en el que cada una de las partes implicadas asuman, se comprometan y diseñen la acción de cooperación de manera conjunta.”¹⁹

De acuerdo al MRECLyC, a pesar de los objetivos que se plantean y el desarrollo económico que se ha producido en el país, Argentina demanda aún la cooperación internacional en cuanto a la recepción de tecnología de punta y a cubrir necesidades en diferentes provincias ya que, como producto del desarrollo dispar de cada región, la cooperación en todos los ámbitos, es esencial e implica un compromiso a largo plazo.

Cooperar significa trabajar en conjunto, impulsar el surgimiento de redes entre los países, con el fin de concretar objetivos comunes destinados al desarrollo de nuevas capacidades de gestión, a diagnosticar necesidades y posibilidades de estrategias de cooperación, a fomentar el intercambio de experiencias.

Además la Cooperación Internacional no apunta solo al desarrollo económico de determinados sectores de la sociedad, sino a la participación conjunta de todas las instituciones educativas, científicas, culturales, tecnológicas. Es importante observar permanentemente cuáles son las tendencias, los cambios que ocurren en la agenda internacional, para determinar adecuadamente los pasos a seguir al momento de planificar y optimizar las posibilidades de cooperación.

Algunos de los principales países del mundo se plantean como objetivos de cooperación: contribuir significativamente al desarrollo de los países receptores, ayudar a construir un mundo seguro fomentando el diálogo político,

¹⁸- Disponible en: <http://habitat.aq.upm.es/in/a005.html>

¹⁹- Fortalecimiento Institucional en Cooperación Internacional. Documento Programático 2001-2002. Disponible en: <http://www.oei.es/cooperación/experto>



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

5.4. ORGANIZACIONES RESPONSABLES...

¿Es posible hablar de cooperación si las organizaciones del presente no actúan responsablemente? Frente a las continuas necesidades emergentes insatisfechas, sumadas a otras que existen de hace tiempo; todas las instituciones deben actuar manteniendo un compromiso social dado que su naturaleza también es de carácter social. "La cooperación aglutina a los actores y los vincula; sin ella el tejido social se encuentra sobre un piso poco firme. Pero también el proceso de cooperación exige y se da por una combinación de acciones de interés propio, políticas de gobierno y mecanismos independientes"²⁰

La práctica de la RSE debe abarcar no solo a las empresas sino a la totalidad de las organizaciones. "Responsabilidad Social es la responsabilidad que tienen las personas, instituciones y empresas para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global"²¹ destacando que no se trata de filantropía, no significa realizar donaciones para causas específicas, o de obligaciones impuestas; "la RSE más bien, es una estrategia o una forma de actuar de la empresa en su interrelación con todos los actores que la rodean y que se convierte en una ventaja competitiva"²²

Las organizaciones están integradas por personas que, en su actividad diaria, trabajan e influyen en el desarrollo y configuración de la sociedad. En este marco, una actuación socialmente responsable justifica su razón de ser como institución y la legítima ante sus públicos en la medida en que su accionar se verifique dentro de marcos éticos y morales. Por estos motivos, el compromiso social debe estar integrado a las políticas de todas ellas. "La defensa de los valores humanos, la inclusión de las personas, la reconstrucción del continente, es parte de la agenda de responsabilidad corporativa"²³

Para ello, personas e instituciones deben trabajar conjuntamente en pro de políticas sustentables que contribuyan a la paz mundial entendida como "la ausencia de aquellas acciones violentas que se ejercen contra gran parte de la población de la tierra: las personas, los ecosistemas, la flora y la fauna"²⁴

Actuar responsablemente en una organización, implica otorgar suma importancia a la calidad de lo que se hace, a los procesos, a las personas que la integran; sin olvidar a los grupos de interés con lo que se vinculan pensando siempre en la construcción del bien común. De acuerdo al Ing. Héctor Feole, Director de Comunicaciones y Gestión del Conocimiento del IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria); "La razón de la práctica de la RSE en las organizaciones se fundamenta en el principio de que sólo será sustentable su actividad a largo plazo, en la medida en que ésta resulte un aporte a la comunidad en su conjunto, entendida a través de una visión integral de las relaciones entre una organización y sus públicos. El qué y cómo hacer debe ser construido a partir del concepto de gestión basado en la responsabilidad según las capacidades propias de cada organización".²⁵

²⁰- Centro para la acción de la Responsabilidad Social Empresaria (Guatemala). Disponible en: <http://www.iarse.org/site/downloads/publicaciones/armadodedefiniciones.pdf>

²¹- PALADINO, M. La responsabilidad de la empresa en la sociedad. Buenos Aires. Grupo Editorial Planeta. 2004. Pág. 48

²²- Fundación PROhumana (Chile). Disponible en: <http://www.iarse.org/site/downloads/publicaciones/armadodedefiniciones.pdf>

²³- MORELLO, Gabriel. El rol de las empresas en América Latina. Disponible en: <http://www.iarse.org/site>

²⁴- TEIXIDÓ, Soledad. Responsabilidad Social ¿un aporte para la paz mundial? Fundación PROhumana (Chile). Disponible en: <http://www.iarse.org/site/downloads/publicaciones/reflexiones.pdf>

²⁵- FEOLE, H. Responsabilidad Social Empresaria y Capitalismo. Disponible en: <http://www.iarse.org/site/downloads/publicaciones/reflexiones.pdf>



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

5.5. NACIMIENTO DEL TERCER SECTOR...

En la década del noventa, "la democracia representativa dio lugar a la democracia participativa, y cada ciudadano, cada organización y cada empresa pasaron a enfrentar el desafío de asumir la responsabilidad por los intereses públicos."²⁶

De esta manera, la participación ciudadana emerge con carácter diferente, vinculada a fines específicos; y se corresponde con el surgimiento de organizaciones del Tercer Sector. "El rol protagónico en esta cruzada innovadora para eliminar la exclusión y la pobreza no ha sido reservado para el Estado ni para el Mercado. El denominado Tercer Sector (...) traduce la tecnología adecuada para el desarrollo social. Se trata de un conjunto de organizaciones aptas para extender una dinámica solidaria que permita aprovechar los recursos y habilidades de cada uno, captar externalidades, mejorar las condiciones de producción y distribución de bienes y servicios y en suma, generar capital social y capital humano."²⁷ Y aquí es menester realizar un paréntesis para definir qué se entiende por capital social dado que como argumenta Pierre Bourdieu está ligado a un círculo de relaciones estables, "... es un conjunto de recursos actuales o poten-

ciales que están ligados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de interconocimiento y de interreconocimiento; o a la pertenencia a un grupo, como conjunto de agentes que no solo están dotados de propiedades comunes (...) sino que también están unidos por lazos permanentes y útiles."²⁸

Se observa en los últimos años la falta casi absoluta de confianza en la clase política debido a los numerosos casos de corrupción descubiertos, a la inequitativa distribución de la riqueza, a las privatizaciones mal gestionadas, a las cuantiosas sumas de dinero que se debe a otros países y que imposibilitan al máximo el desarrollo nacional; y a las crecientes presiones por parte del sector privado.

Anteriormente las grandes movilizaciones acompañaban a determinados partidos políticos antes, durante y después de las elecciones. La participación ciudadana era notable. Hoy, al decir de Frank Priess, la situación ha cambiado: "...se percibe un electorado mucho más volátil que a su vez toma decisiones cada vez más tarde, las viejas lealtades ya no tienen consideración, y los ambientes socioculturales se debilitan".²⁹

En Latinoamérica, de acuerdo a diversas investigaciones de analistas, se observa que los partidos políticos sufren de "esclerosis de organización".³⁰ Esto significa que los militantes de los diferentes partidos son los que hace muchos años comenzaron y todavía continúan; no hay incorporación de gente joven debido al desinterés y el descreimiento en los mismos, y a la ausencia de liderazgos fuertes que impulsen a cooperar.

²⁶. GRAJEW, O. La Responsabilidad Social debe ser tomada en serio. Disponible en: <http://www.iarse.org/site/modules.php?name=Sections&op=viewarticle&artid=4>

²⁷. TOBAR, F.; FERNANDEZ PARDO, C. Organizaciones Solidarias. Gestión e innovación en el Tercer Sector. Op. Cit. Pág. 20.

²⁸. GUTIERREZ, A. Pierre Bourdieu: las prácticas sociales. Buenos Aires. Centro Editor de América Latina S.A. 1994. Pág. 27.

²⁹. PRIESS, F. "Comunicación política en tiempos de crisis", Revista Contribuciones. Buenos Aires. Año XIX, n° 2. 2002. pág. 31.

³⁰. Ibidem. Pág. 32.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

Como consecuencia, la participación ciudadana ha disminuido notablemente pero se ha incrementado a través del Tercer Sector. "... ámbitos parciales de la sociedad comienzan a ganar autonomía y dejan entrever que la política no puede ser el único centro natural desde donde se ejercen las funciones de control de toda la sociedad."³¹

Dentro del Tercer Sector, se encuentran niveles de definición que corresponden a:

- Sector caritativo
- Sector independiente
- Sector voluntario
- Sector exento de impuestos
- Sector no lucrativo
- Sector no gubernamental.³²

A los fines de continuar con el lineamiento del trabajo, se tomará únicamente el último punto mencionado.

5.6. ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES...

Los organismos nacionales e internacionales apuestan al trabajo de las ONG's ya que se manifiestan como el compromiso de la sociedad civil para la resolución de problemas y la movilización de ideas y voluntades. En este mundo globalizado las ONG's se convierten muchas veces en estructuras supranacionales, se apuesta a la integración y la cooperación internacional para resolver los problemas

globales desde diferentes ángulos. "No solamente en el contexto interno las ONG parecen expresar iniciativas y procesos de autorregulación y promoción con base en la misma sociedad. También esta clase de organizaciones revisten por derecho propio en lo que se han dado en llamar fuerzas transnacionales (...) Bajo el supuesto de una sociedad internacional y de una ciudadanía universal, la expansión de iniciativas civiles y privadas a esa escala no ha cesado de incrementarse."³³

En Argentina la situación no ha sido menospreciada. El MRECLyC plantea que es fundamental articular la cooperación internacional con las necesidades que presentan no solo el Estado Nacional, las provincias y los municipios, sino también las Universidades, las ONG's, entre otros para fortalecer los vínculos y contribuir al desarrollo.

De acuerdo a Tobar y Fernández Pardo, las Organizaciones No Gubernamentales se pueden clasificar de la siguiente manera:

- **ASOCIACIONES:** pueden ser voluntarias, mutualidades de previsión social, culturales, institutos religiosos, institutos seculares o asociaciones profesionales.

- **CORPORACIONES:** son de derecho público (asociaciones de naturaleza pública) y se contemplan aquí a los colegios profesionales y a las de ayuda mutua.

- **FUNDACIONES:** Son creadas por un fundador con patrimonio y persiguiendo un fin específico.³⁴

Cuando se habla de Organizaciones No Gubernamentales y en este caso de una Fundación, los aportes para la creación de la misma provienen de un particular, de una empresa, de donaciones; y el capital recibido siempre debe reinvertirse en función de los públicos vinculados a la organización y por supuesto teniendo en cuenta los objetivos perseguidos. Es decir, que ahora el espacio público comienza a ser compartido por el Estado y las ONG's.

De acuerdo a la Ley de Fundaciones de Argentina (19.836/72) las mismas son definidas como "Persona jurídica que se constituye con el objetivo del bien común, sin fines de lucro, mediante el aporte patrimonial de una o más personas, destinado a hacer posible sus fines mediante actos entre personas vivas o por disposición testamentaria (...) el capital y los bienes son imprescindibles para fundar este tipo de institución."³⁵ Si bien las empresas y organizaciones internacionales abundan en casi todos los rincones del mundo, el Estado ahora participa no sólo velando por intereses vitales de los ciudadanos sino también controlando ya las principales variables macroeconómicas.

³¹- TOBAR, F.; FERNANDEZ PARDO, C. Op. Cit. Pág. 33.

³²- Ibidem. Pág. 33

³³- Ibidem. Pág. 35

³⁴- Ibidem. Pág. 47 y 48.

³⁵- Ibidem. Pág. 68.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

Las ONG's en relación al Estado, realizan acciones que comprenden el "asesoramiento, investigación, educación, capacitación, formación y gestión de servicios en la ejecución de políticas públicas que se presupone se desarrollan con menores costos y mayor eficacia que si estuvieran en la órbita del Estado. Y a su vez, esta nueva lógica conlleva una forma distinta de consolidación de la ciudadanía que es a la vez diversa, local y abierta a lo universal, no encontrando sólo en el Estado el referente de consolidación de los derechos"³⁶

5.7. POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL...

Para comprender claramente su significado, es necesario establecer primero algunas de las principales diferencias entre las Relaciones Públicas y el Marketing, dado que el concepto "posicionamiento" es un término que fue acuñado por dos teóricos de esta última disciplina llamados Al Ries y Jack Trout.

De manera sencilla James Grunig diferencia claramente entre Relaciones Públicas y Marketing: "...la función de marketing debería comunicar con los mercados de bienes y servicios de una organización. Las relaciones

públicas deberían ocuparse de todos los públicos de la organización. El principal objetivo del marketing es ganar dinero para la organización, elevando la pendiente de la curva de demanda. El principal objetivo de las relaciones públicas es ahorrar dinero para la organización, creando relaciones con todos los públicos que limitan o realzan la capacidad de la organización para alcanzar su meta"³⁷

Los conceptos expuestos son bien marcados y evidentes, pero lo que no se debe obviar es que son disciplinas complementarias. Se requiere de un trabajo conjunto para alcanzar los objetivos de la organización. "...Aunque existen diferencias bien definidas entre los campos de la publicidad, el marketing y las relaciones públicas, existe una creciente concienciación de que los objetivos y metas de la organización pueden alcanzarse mejor si se parte de un planeamiento integrado."³⁸

Ahora bien, una vez establecidas las diferencias se responderán a continuación las preguntas planteadas respecto al posicionamiento institucional para comprender con claridad el tema abordado en el trabajo.

Daniel Scheinsohn define el posicionamiento como "el conjunto de actividades que se instrumentan con el propósito de conseguir una posición valiosa en la mente de los públicos...Es un instrumento de gestión"³⁹

Y en este sentido, Jack Trout y Steve Rivkin en su libro "El nuevo posicionamiento", explican que cuando una organización pretende realizar una estrategia de posicionamiento entonces es imprescindible que piense primero, en comenzar por un adecuado plan de Relaciones Públicas.⁴⁰ Estos autores también indican que cuando se habla de posicionamiento el trabajo sistémico de varias disciplinas es fundamental. "Lo que hace falta es un cambio en la forma en que se planean los programas de publicidad y de relaciones públicas. Los programas deben ser lineales más que espaciales, en los cuales los elementos van surgiendo poco a poco a lo largo de cierto período. Y la ventaja radica en que pueden actuar juntos para reforzarse entre sí. Es la consolidación gradual que termina provocando un gran cambio en la mente de los públicos."⁴¹

³⁶- VILLARREAL, Nelson. "Las ONG's y las Políticas Públicas". Disponible en: <http://www.uruguay.com/laonda/LaOnda/Documentos/Ciudadania%20y%20Estado%202.htm>

³⁷- WILCOX, D.; AUTT, P.; AGEE, W.; CAMERON, G. Op. Cit. Pág. 17

³⁸- Ibidem. Pág. 16

³⁹- SCHEINSOHN, D. Más allá de la Imagen Corporativa. Buenos Aires. Ediciones Macchi, segunda edición. 2000. Pág. 133

⁴⁰- TROUT, J.; RIVKIN, S. El nuevo posicionamiento. México. Editorial Mc Graw Hill. 1998. pág. 148

⁴¹- Ibidem. Pág. 148



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

Como se dijo anteriormente, Scheinsohn analiza el posicionamiento como un instrumento de gestión, como "...una herramienta idónea para definir la información que puede resultar procesable para un público (...) con el objeto de saber desde dónde hemos de comunicarnos con él, a través de mensajes que revistan de valor para ese público."⁴²

Pero de acuerdo a este autor, para elaborar una adecuada estrategia de posicionamiento es fundamental tener en cuenta que las personas tienen determinados mapas de la realidad y que se relaciona mucho con la atención selectiva que se presta a determinados temas. Por ello, hay que identificar cuáles son esos mapas para luego ver lo que Scheinsohn denomina "rasgos organizadores centrales" que utilizan las personas para determinar una estrategia de comunicación adecuada. Agrega también que "el posicionamiento es una herramienta ampliamente utilizada en marketing por lo que su uso generalmente se aplica a la problemática de los productos y las marcas; sin embargo, el concepto de posicionamiento también puede ser aplicado a la problemática corporativa."⁴³

El trabajo de comunicación que explica el autor debe ser integrado. En este sentido, Scheinsohn instrumenta el posicionamiento como "una macroactividad de síntesis, para abordar lógica y operacionalmente toda la complejidad que implica la imagen corporativa, y su interacción con las otras temáticas de intervención."⁴⁴

⁴²- SCHEINSOHN, D. Op. Cit. Pág. 134.

⁴³- Ibidem. Pág. 136

⁴⁴- Ibidem. Pág. 135



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

5.8. IMPORTANCIA DE LA IMAGEN...

Numerosos teóricos de la disciplina de Relaciones Públicas y otras, describen el concepto imagen de diversas maneras. De acuerdo a Daniel Scheinsohn, la imagen corporativa es "el eje de la problemática que aborda la comunicación estratégica...Es el registro público de los atributos corporativos. Es una síntesis mental que los públicos elaboran acerca de los actos que la empresa lleva a cabo..."⁴⁵

La definición se relaciona también con la diferenciación que realiza Paul Capriotti cuando habla de imagen. El autor explica que la Imagen de Empresa es "la representación mental de un estereotipo de la organización que los públicos se forman como consecuencia de la interpretación de la información sobre la organización".⁴⁶

Lo que no hay que olvidar es que cuando se trata de la gestión del posicionamiento institucional hay que incluir también otras temáticas de intervención que de acuerdo al análisis que realiza Daniel Scheinsohn son: personalidad, cultura, identidad, vínculo institucional, comunicación, y por supuesto imagen.

Las temáticas de intervención son "campos operativos sobre los cuales se diagnostica, pronostica e interviene..."

Son campos que están interrelacionados y se multideterminan mutuamente los unos a los

otros".⁴⁷ De esta manera, siguiendo a Scheinsohn⁴⁸ se observa que:

1. **PERSONALIDAD:** las organizaciones son universos significantes. Por ello, la personalidad es un recorte operativo a la compleja realidad (o sea, privilegiar algunas observaciones en detrimento de otras), de manera de lograr una primera aproximación ordenada e inteligible a ese universo significativo que es una organización.

2. **CULTURA CORPORATIVA:** es un patrón de comportamientos que se desarrolla en la organización, con sus lógicas y dinámicas propias. Y dado que aporta cierta previsibilidad, permite reducir en gran medida la incertidumbre organizacional.

3. **IDENTIDAD CORPORATIVA:** es un conjunto de atributos asumidos como propios por la organización.

4. **VÍNCULO INSTITUCIONAL:** se hace referencia no solo a la importancia de identificación de los públicos sino también a la calidad de los vínculos que se mantienen con ellos.

5. **COMUNICACIÓN CORPORATIVA:** se refiere a la totalidad de los mensajes emitidos por la organización.

6. **IMAGEN CORPORATIVA:** eje de la problemática que aborda la comunicación estratégica.

En este marco, es fundamental considerar todos los aspectos al momento de realizar el posicionamiento institucional de una organización, a través de un adecuado plan de Relaciones Públicas e Institucionales. El tema que se aborda en el presente trabajo se orienta principalmente a dos públicos específicos, por lo que es menester explicar adecuadamente qué se entiende por públicos y cuáles son las características de los Consulados y Empresas multinacionales.

⁴⁵- SCHEINSOHN, D. Op. Cit. Pág. 54

⁴⁶- CAPRIOTTI, P. La Imagen de Empresa: estrategia para una comunicación integrada. Barcelona. Editorial El Ateneo. Pág. 30.

⁴⁷- SCHEINSOHN, D. Op. Cit. Pág. 47

⁴⁸- Ibidem. Págs. 47 – 54.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

5.9. LOS PÚBLICOS...

Las organizaciones establecen relaciones con diferentes públicos que en su accionar ocasionan consecuencias que afectan de manera directa o indirecta a ambos. "Si la organización no tiene consecuencias sobre otros sistemas de su entorno, y si esos sistemas no tienen consecuencias sobre ella, no existe la necesidad de Relaciones Públicas".⁴⁹

De esta manera, se entiende por "grupo de interés" (o público) a "aquel agrupamiento humano que posee un interés común respecto de la organización, de características transitorias, cuya categorización se dará respecto de su proximidad con la misión institucional"⁵⁰ Siguiendo la definición propuesta por Avilia Lammertyn, los públicos pueden clasificarse de la siguiente forma:

- **INTERNOS:** son aquellos que están estrechamente vinculados a los designios de la organización, que se encuentran compenetrados fuertemente con su misión específica y que integran su plantilla de colaboradores permanentes.
- **MIXTOS:** no están estrechamente vinculados a los designios de la organización pero tienen cercana relación con su misión específica sin integrar su plantilla de colaboradores permanentes. Estos a su vez pueden subdividirse en:

- **Semiinternos:** son los que sin pertenecer a la organización, tienen estrecha relación con ella y coadyuvan fuertemente a la consecución de sus objetivos.
- **Semiexternos:** tienen una relación cercana a la organización pero no tan estrecha como los anteriores.

- **EXTERNOS:** son aquellos que influyen en la vida organizacional desde una posición de interés relativo.

Pero, ¿qué se interpreta cuando se alude a Empresas multinacionales y Consulados? ¿Qué rol juegan estos grupos de interés cuando una organización planifica una estrategia de posicionamiento institucional para legitimar su accionar? A continuación se exponen las características esenciales de estas organizaciones y los objetivos de cada una de ellas.

5.9.1. Representantes públicos y privados...

En primer lugar, cuando se habla de representación diplomática y consular, se debe tener en cuenta que las personas que ejercen estas funciones están representando a su país de origen, son delegados, emisarios del gobierno, y por lo tanto deben mantener relaciones, además de las oficiales, con personalidades locales en todos los campos y actividades del lugar en que se encuentren. En este sentido:

- Deben conocer cuáles son los acontecimientos del país en donde se encuentran e informar al suyo para velar por el respeto de los intereses del Estado que representa y de sus ciudadanos.
- Deben fomentar las relaciones amistosas y desarrollar las relaciones políticas, económicas, culturales, sociales y científicas entre el Estado receptor e informar sobre ello al gobierno del Estado acreditante.
- Se valen de herramientas como la persuasión, la transacción y el compromiso para lograr acuerdos favorables debido a que uno de los fines de la diplomacia es mantener buenas relaciones entre los sujetos de la comunidad internacional.⁵¹

En cuanto a la clasificación de los agentes diplomáticos y consulares, se adoptará la que corresponde a estos últimos a los fines de coincidir con los objetivos propuestos para el trabajo. De este modo, se los clasifica de acuerdo a diferentes grados:

- A) Cónsules Generales
- B) Cónsules
- C) Vicecónsules

⁴⁹. AVILIA LAMMERTYN, R.E. Relaciones Públicas: estrategias y tácticas de comunicación integradora. Buenos Aires. Editorial Imagen. 2000. pág. 129

⁵⁰. Ibidem. Pág. 131

⁵¹. TRISTANY, R.; TRISTANY, M. Ceremonial Práctico. Buenos Aires. Editorial El Ateneo. 1974. Pág. 62



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

En algunos casos se designan Cónsules Honorarios, que son particulares que ejercen funciones "ad – honorem" (generalmente hombres de negocios o miembros destacados de una colectividad determinada que mantienen vínculos con el país que representan), cumplen funciones similares a los cónsules de carrera, pero más limitadas. Y a su vez en cada provincia, a los fines de una mejor organización se designa un Decano del Cuerpo Consular.

En segundo término, con relación a las empresas multinacionales, estas se encuentran en el país desde hace unos años (en especial desde los noventa), y particularmente en la ciudad de Córdoba hay muchas de este tipo. "Una empresa podrá encuadrarse como multinacional cuando tenga diversificación de su producción o distribución y rebase el límite nacional por su implantación geográfica, previas inversiones de capital."⁵² Además, de acuerdo al Diccionario de la Real Academia Española, es una "sociedad mercantil o industrial cuyos intereses y actividades se hallan establecidos en muchos países."⁵³

La mayoría de ellas utilizan también las Relaciones Públicas Internacionales, y a ello se suma el interés creciente por cuestiones sociales. Estas organizaciones "son la raíz del proceso de globalización, por lo que también deben ser las primeras que difundan sistemas necesarios de responsabilidad y cuidado, tanto de los derechos humanos de sus trabajadores como de la promoción de una mayor exigencia con el medio ambiente, alentando el desarrollo y difusión de las tecnologías".⁵⁴

La empresa se transforma así en un ciudadano más con obligaciones que busca promover la responsabilidad en el ambiente social. "...para algunos organismos internacionales y empresas transnacionales, las Organizaciones No Gubernamentales han venido a resolver un problema notorio de ineficiencia pública que impacta sobre la rentabilidad social de las inversiones y las políticas económicas."

⁵². BARQUERO CABRERO, D. y M. El libro de oro de las Relaciones Públicas. Barcelona. Ediciones Gestión 2000. 1996. Pág. 138

⁵³. Diccionario de la Lengua Española. Real Academia Española. Madrid. Editorial Espasa Calpe. 1992. Pág. 1415

⁵⁴. GRAJEW, Oded. "Reflexiones sobre las ONG's – Más madera para el debate". Disponible en: <http://www.iniciativasocial.com>

ANTECEDENTES GENERALES

Capítulo 6



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

6. ANTECEDENTES GENERALES

“La gracia de las ONG, su originalidad, su razón de ser, es el surgir de la sociedad civil y ser expresión del deseo de los ciudadanos, de grupos de ciudadanos organizados, por hacerse oír y por trabajar en causas que les interesan o consideran justas y por resolver problemas que les preocupan. Y causas a las que apuntarse y problemas que resolver, me sigo temiendo, hay un montón. En cualquier caso, surgen para cambiar cosas”

Francisco Rey Marcos ⁵⁵

6.1. SECTOR

El mundo está atravesando una profunda crisis en donde las instituciones cumplen un papel primordial. Los medios de comunicación informan permanentemente sobre diversas problemáticas; se habla de guerras, contaminación medio ambiental, crisis de representación política, inseguridad, pobreza, falta de educación. Son problemas que no solo afectan a la generación actual sino también a las futuras.

Por otro lado, los años de la Primera Guerra Mundial, la crisis de los años treinta y la Segunda Guerra Mundial marcaron hitos históricos para la humanidad; fue una etapa de transición en donde se desarrolló en forma significativa un fenómeno estrechamente relacionado con la interdependencia. Se refiere al crecimiento de las organizaciones internacionales como actores no estatales.⁵⁶

Hoy, nos encontramos en una era global en donde la interdependencia es casi absoluta y donde las oportunidades para acceder a la información son amplísimas. Por ello, así como los problemas son mayores, también son mayores las oportunidades para resolverlos dado que el intercambio entre los países aumentó.

En este sentido, también la comunicación ha sido testigo de acelerados cambios. A partir de la década de 1920 se ha producido una “revolución de la comunicación” que actualmente está dominada en gran parte por Internet.⁵⁷ Esto contribuye enormemente a que el intercambio de información sea cada vez mayor permitiendo el conocimiento de diversos hechos, avances tecnológicos, conflictos, entre otros; desde los lugares más remotos de la tierra antes inimaginados. A su vez, los acuerdos económicos y de otra índole fueron más amplios favoreciendo a muchos países y también obstaculizando el desarrollo de otros. “En todos los casos el mercado y, más recientemente la globalización, aparecen como la causa o, por lo menos, como un agravante de los problemas. A su vez el Estado – en todas sus formas, esferas y jurisdicciones – pierde el áurea del ogro filantrópico para ser caracterizado como un ausente – o al menos en retirada – de las batallas sociales...”⁵⁸

⁵⁵- REY MARCOS, Francisco; Reflexiones sobre las ONG. Más madera para el debate. Disponible en: www.iniciativasocial.com

⁵⁶- PEARSON, F.; ROCHESTER, J.M.; Op. Cit Pág. 55

⁵⁷- MERCADO, S. Op. Cit. Pág. 344

⁵⁸- TOBAR, F.; FERNANDEZ PARDO, C. Op. Cit. Págs. 25 y 26.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

La situación que atraviesan diversos países del mundo incentivó la formación de organizaciones del Tercer Sector, lo que para muchos es hoy el principal responsable de la innovación social, "...se manifiesta como un conjunto de iniciativas autónomas y organizadas para la gestión y promoción de valores y bienes sociales (...) se trata de instituciones autogestionarias que nuclea recursos y voluntades específicas..."⁵⁹ Desde hace unos años han adquirido una enorme importancia por tratarse de ciudadanos organizados que persiguen un objetivo específico en beneficio del bien común.

En el año 2003, se realizó en Porto Alegre, Brasil, el III Foro Social Mundial con la participación de varios países de América Latina. Allí estuvo presente el Secretario General de la ONU, Kofi Annan, quien emitió un mensaje para impulsar la concreción de las Metas de Desarrollo del Milenio por parte de los gobiernos hacia el año 2015. Y uno de los puntos centrales fue el "...desarrollo de un compromiso constructivo, de un esfuerzo conjunto entre los gobiernos, las agencias de la ONU, las organizaciones no gubernamentales y otros asociados a través del establecimiento de alianzas destinadas a realizar contribuciones vitales..."⁶⁰

Como bien se menciona en el discurso, en este contexto tan dinámico es fundamental la participación de las Organizaciones No Gubernamentales, las cuales se ubican dentro del Tercer Sector. El Consejo Económico y Social

de las Naciones Unidas las definió en 1970 como "...grupos de personas o colectividades, libremente creadas por la iniciativa privada que ejercen sin ánimo de lucro, una actividad internacional de interés general."⁶¹

En el marco de esta definición hay dos aspectos a destacar: en primer lugar el papel que se les otorga a las ONG que es de carácter internacional, y en segundo lugar la no inclusión de este tipo de organizaciones pero de carácter nacional, ya que actualmente la creación y participación en ellas es creciente. "Se trata de instituciones que asumen objetivos públicos pero que surgen de la iniciativa privada (...) se caracterizan según su misión y perfil operativo, por tener un principio de especialización funcional..."⁶²

Cuando se habla de ONG de carácter internacional y también de Relaciones Públicas Internacionales es muy importante conocer casi a la perfección lo que ocurre en la agenda internacional diariamente, ya que de esos acontecimientos dependerán en gran medida las actividades que se lleven a cabo. Por otro lado, dada la amplitud de temas que se abarcan, también es amplia la cantidad de públicos a los que se dirigen. Por lo que generar un vínculo estrecho con ellos es una tarea más difícil pero necesaria a los fines de los objetivos que desean cumplirse. Entre ellos se encuentran:

- Gobierno
- Embajadas
- Consulados en las diferentes provincias.
- UNESCO
- Organización de las Naciones Unidas (ONU)
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID)
- Banco Mundial
- Empresas multinacionales
- Organizaciones no gubernamentales
- Universidades
- Medios de Comunicación locales, nacionales e internacionales.
- Profesionales de áreas diversas (economía, política, historia, cultura, comunicación, entre otras)
- Comunidad en general

Las Relaciones Públicas Internacionales en Argentina son un campo todavía poco explorado, pero a través de la búsqueda de información se puede apreciar el claro interés que se les otorga. "Como las naciones, en la era moderna, están cada vez más próximas unas de otras y unidas por influencias más estrechas, nada puede ser menospreciado en sus contactos. Hoy ningún país se puede dar el lujo de encerrarse en sus fronteras, prescindiendo olímpicamente de lo que se digna fuera de ellas"⁶³

⁵⁹. TOBAR, F.; FERNANDEZ PARDO, C. Op. Cit. Págs. 41 y 42.

⁶⁰. "Mensaje de Kofi Annan al III Foro Social Mundial". Disponible en: <http://www.iarse.org/site/modules.php?name=Sections&op=viewarticle&artid=5>

⁶¹. TOBAR, F.; FERNANDEZ PARDO, C. Organizaciones Solidarias. Gestión e innovación en el Tercer Sector. Op. Cit. Pág 46.

⁶². Ibidem. Págs. 47 y 55.

⁶³. MERCADO, S. Op. Cit. Pág. 96.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

Y en este sentido, el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto de Argentina manifiesta que uno de sus principales objetivos es "articular la oferta internacional de cooperación con las necesidades que tienen los organismos del Estado nacional, provincial, municipal, las universidades y ONG, fortaleciendo los vínculos de las instituciones de todo el país con los organismos internacionales y las agencias de cooperación de otros países. Este protagonismo, sumado a la capacidad de gestión alcanzada por los responsables de cooperación en cada organismo y su rol en el desarrollo del país, contribuirá al logro de los objetivos que se plantean en materia de recepción de cooperación..."⁶⁴

6.2. INTERNATIONAL ISSUES FOUNDATION

La organización objeto de estudio no es ajena a la realidad anteriormente mencionada, por el contrario, está inserta en ella y presenta características particulares que contribuyen al cumplimiento de los objetivos institucionales.

International Issues Foundation, es una organización no gubernamental creada en la ciudad de Córdoba en el año 2002.⁶⁵ Y en este sentido, es menester aclarar que al tratarse de una fundación los fondos pueden provenir de un particular, de una empresa, un grupo de donantes. El capital debe reinvertirse en beneficio de los públicos vinculados a la orga-

nización ya sea, en este caso, a través de actividades culturales, becas para investigación, estudios y demás.

En cuanto a la iniciativa para la creación de la misma, la precursora de la idea fue la Dra. Graciela Erramouspe de Pilnik, quien habiendo trabajado desde siempre en las actividades vinculadas a cuestiones de la Agenda Internacional y la Cooperación Internacional, tomó la iniciativa sugerida por miembros de la comunidad diplomática, de crear una fundación de carácter internacional destinada a promover el desarrollo y el entendimiento entre los pueblos, pilares estos de su misión.⁶⁶

La Dra. Pilnik, es una profesional que desde hace muchos años trabaja en el ámbito internacional como funcionaria, docente en diversas universidades, asesora de empresas y miembro de organizaciones de carácter nacional e internacional. Además participa como columnista sobre temas de Política Internacional en periódicos y radios, e invitada en televisión.

En la actualidad, la Dra. Pilnik es Secretaria de Asuntos Internacionales de la Universidad Católica de Córdoba, Presidente de International Issues Foundation, Miembro Honorario de Conciencia Movimiento Cívico No Partidario, y también Secretaria de Rotary Club Córdoba año 2004-2005.

El desempeño y prestigio alcanzado en el ámbito mencionado y otros, le permitió establecer contactos con diversas Instituciones, como por ejemplo el Gobierno Nacional y Provincial, Embajadas, Consulados, medios de comunicación, profesionales y estudiantes. De esta manera, la posibilidad de concretar la idea de una fundación fue una tarea ardua pero muchos de ellos cooperaron para llevarla a cabo a través de aportes desde cada una de las áreas en las que se desenvuelven. Y para comenzar, los aportes económicos necesarios fueron facilitados en este caso por la Dra. Pilnik.

La elección del nombre que posee la Fundación no es casual. Cuando se habla de una organización que opera en el ámbito internacional se piensa en intercambio, cooperación, conflicto entre dos o más Estados. Una organización de este tipo analiza cuáles son las diferencias y semejanzas culturales, políticas, económicas, religiosas que se presentan; y los resultados son tomados en cuenta para la presentación y realización de proyectos destinados al bien común a través del intercambio de ideas y propuestas, por medio de diferentes actividades.

Por estos motivos, el hecho de haber optado por un nombre en inglés obedece a razones prácticas, funcionales y estratégicas, ya que les permite ingresar a dicho ámbito, el internacional, con mayor facilidad, permitiendo una comunicación favorable con aquellas organizaciones que adoptan dicha lengua como idioma común.

⁶⁴- Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. Disponible en: <http://www.mrecic.gov.ar/dgcin/introduccion.html#Objetivos>

⁶⁵- Información obtenida en la primera entrevista realizada a la Presidente de International Issues Foundation (Ver Anexo N° II).

⁶⁶- Ibidem.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

6.2.1. Misión y objetivos

International Issues Foundation es una organización atípica dado que en Córdoba es la primera de estas características y su tarea como promotora de la integración humana está destinada a todos los niveles de la sociedad. Aquí se considera importante resaltar el vínculo que tiene su misión con las Relaciones Públicas e Institucionales, ya que éstas buscan que la integración se desarrolle por medio de una "conducta solidaria de comprensión y confianza recíprocas entre una entidad y los diversos grupos sociales que se vinculan con la organización, en función del interés común".⁶⁷

En este sentido, para que dicha organización pueda realizar de manera adecuada lo que se propone, debe contar con una planeación estratégica que comienza en primer lugar con la declaración de la Misión. "La misión es el eje de toda organización del Tercer Sector, porque para vertebrarse como organización un conjunto de personas y recursos, requieren identificar objetivos comunes (...) la misión es el ser, nadie le perdonará a una ONG que no tenga razón de ser."⁶⁸ Respecto a International Issues Foundation, la misma se detalla a continuación:

*"Promover el desarrollo y el entendimiento entre los pueblos, prestando asistencia y servicio a la comunidad nacional e internacional a través de la reflexión, la investigación, el asesoramiento, la docencia, la acción, y la difusión de todas aquellas cuestiones que tengan que ver con las grandes temáticas de la agenda internacional. Entre otras, las referidas a la seguridad internacional, la gobernabilidad y el desarrollo, la cooperación y la integración, la intolerancia y la desigualdad."*⁶⁹

Para llevar a cabo su misión, la Fundación propicia instancias vinculadas a los siguientes aspectos:⁷⁰

- La Reflexión: creando grupos destinados a dilucidar y deliberar acerca de las grandes problemáticas de la agenda internacional tratando de comprender los aspectos substanciales de los mismos.
- La Investigación: generando un ámbito a la comunidad científica para que puedan desarrollar sus investigaciones en los temas específicos de los que la fundación trata.
- La Docencia: organizando cursos, seminarios, talleres, y toda otra actividad que signifique un aporte a la comunidad en el conocimiento de las grandes cuestiones de la agenda internacional.
- El Servicio: destinado a la comunidad local, nacional e internacional a través de programas específicos de desarrollo.
- El Asesoramiento: en temáticas vinculadas al objeto social de la fundación y destinado a personas e instituciones que así lo requiriesen.
- El Reconocimiento: a la labor de quienes hubieren contribuido al desarrollo y el entendimiento entre las personas y los pueblos.

International Issues Foundation es además una fundación abierta a todo tipo de propuestas en relación a sus objetivos, por lo que consideran importante invitar a participar en el desarrollo de sus programas a todas aquellas personas e instituciones que deseen colaborar con ella, ya sea a través de propuestas o iniciativas que signifiquen un aporte a su misión.

⁶⁷- FLORES BAO, Francisco. Op. Cit. Pág.112.

⁶⁸- TOBAR, F.; FERNANDEZ PARDO, C. Op. Cit. Pág. 100.

⁶⁹- Disponible en: www.iif.org.ar

⁷⁰-Ibidem.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

6.2.2. Estructura organizacional

Para trabajar de manera ordenada es preciso realizar adecuadamente una división de funciones dentro de la organización. International Issues Foundation no posee un Organigrama sino una descripción de las funciones que se desempeñan dentro de ella:

- **PRESIDENTE:** en el interior de la Fundación es el que coordina a todos los niveles sirviendo de guía en el trabajo que se realiza y promoviendo el incentivo para el cumplimiento de los objetivos institucionales. En el ámbito externo realiza actividades de representación de la organización para que los diversos grupos de interés que se vinculan con ella conozcan de su existencia, de las posibilidades que brinda, de las diversas modalidades de participación; transformándose así en un beneficio mutuo.

- **DIRECCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS E INSTITUCIONALES:** por el momento es una función de staff ya que sus representantes, no trabajan de manera permanente en la Fundación. Su tarea es básicamente de asesoría respecto a cuestiones comunicacionales y por cierto se les otorga una participación muy importante debido a que hay un reconocimiento respecto a los aportes que desde esta disciplina pueden realizarse.

- **PROJECT DIRECTOR:** es la persona que a partir de estudios de observación de la realidad actual, determina cuáles son las necesidades a cubrir en relación a la misión y objetivos institucionales. Una vez que posee los resultados, genera un proyecto o una propuesta de proyecto teniendo en cuenta el tiempo estimado de aplicación, la disponibilidad de recursos y las posibilidades de medición del mismo. Los proyectos pueden ser de desarrollo local o internacional y vinculados a su vez con diversas temáticas como salud, educación, difusión cultural, seguridad. Se vincula estrechamente con el Visiting Researcher dado que comparten características en cuanto al desempeño de funciones.

- **ENTREPRENEUR VOLONTIER:** es el voluntario que trabaja con iniciativa propia en diversas actividades que se realizan desde la Fundación.

- **VISITING RESEARCHER:** es la persona que si bien no trabaja de manera permanente en la institución sí forma parte de ella. En este sentido, su tarea consiste en la realización de trabajos de investigación y cuyo proceso y resultados son publicados en el marco de la Fundación, es un donante institucional de su tarea intelectual.

- **MIEMBROS DE HONOR:** son aquellas personas destacadas de la sociedad que conociendo los objetivos institucionales y las personas que integran la Fundación, han decidido prestar su apoyo moral a la institución.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A"-03

• **ASESORES:** son aquellas personas que por su conocimiento y trabajo en áreas específicas de desarrollo, se les consulta en relación al establecimiento de diversas políticas institucionales y también si son convenientes en el corto, mediano o largo plazo. Ellos son:

Señores Profesionales: asesoran en función de su área de competencia, ya sea que se trate de historia, política nacional o internacional, cooperación internacional, economía.

Damas de Honor: son aquellas personas que por su trayectoria en relación a actividades de voluntariado en Córdoba como en el país, demostraron a lo largo de los años, que las tareas desempeñadas en ese marco, es auténticamente voluntariado, y que no han tenido que ver con objetivos personales sino verdaderamente orientados al bien común.

6.2.3. Públicos

International Issues Foundation, establece determinados vínculos con sus públicos que nacen de acuerdo al propósito que tiene la misma, entre los que se encuentran aquellos con los que tiene una relación directa como así también indirecta. Ver cuadro

La Dra. Graciela Erramouspe de Pilnik ha manifestado que la Fundación pretende llevar a cabo diversas actividades para vincularse con sus públicos, y para hacerlo se divide cada proyecto en áreas de desarrollo local o internacional vinculados a la salud, educación, difusión cultural, seguridad. A modo de ejemplo en cuanto a eventos ya realizados:

• En el año 2003 y agosto de 2004 se realizó una conferencia sobre seguridad con miembros de la Escuela de Defensa Nacional organizada por la Fundación y dirigida a estudiantes de Universidades de la ciudad de Córdoba que estén cursando licenciaturas como Relaciones Internacionales, Relaciones Públicas e Institucionales, Comercio Internacional.



Mapa de Públicos diagramado en base a la clasificación de Avilia Lammertyn, a los fines de comprender la relación de International Issues Foundation con sus grupos de interés.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

- Durante el mes de noviembre de 2004, a raíz de un convenio que tiene la Fundación con la Embajada de Polonia y el Consulado; se realizó en el Pabellón Argentina una muestra de afiches polacos. El propósito fue promover la paz a través de la difusión cultural; en este caso el arte.

- Otro proyecto se relaciona con la seguridad internacional y consiste en brindar ayuda a personas que fueron víctimas del terrorismo. Se piensa crear un grupo de quince psicólogos que realicen esta actividad y brinden ayuda psicológica, debido a que hasta el 11 de septiembre de 2001 Argentina había sido víctima de los dos atentados mayores de la historia. Pero luego, el atentado a las Torres gemelas se convirtió en el mayor. De todas maneras Argentina sigue siendo vulnerable a los ataques terroristas y las víctimas son muchas. Por ello es que se desea brindar ayuda en ese sentido.

METODOLOGÍA

Capítulo 7



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

7. METODOLOGÍA

7.1. DISEÑO METODOLÓGICO

7.1.1. Ficha técnica

7.1.2. Desarrollo

El tipo de estudio que se aborda en el presente Trabajo Final de Grado, es exploratorio al inicio, porque se trata de un problema de investigación que no ha sido abordado anteriormente, o poco estudiado debido a que la literatura revisada no trata específicamente el tema propuesto. “Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones verificables...se centran fundamentalmente en descubrir...”⁷¹ Durante esta etapa se realizaron entrevistas no estructuradas con la Presidente de International Issues Foundation con el fin de conocer la Fundación, su creación, misión, objetivos, actividades que realizan, públicos con los que posee vínculos. También se procedió a la búsqueda de bibliografía sobre el tema planteado para conocer más acerca del Tercer Sector, organizaciones no gubernamentales, posicionamiento institucional, cooperación internacional, Relaciones Públicas Internacionales.

Tipo de Estudio	Exploratorio / Descriptivo
Metodología	Cualitativa
Técnica de Recolección de Datos	Entrevista
Instrumento de Recolección de Datos	Guía de Pautas
Análisis de Datos	Grillado
Universo	Consulados de la ciudad de Córdoba Empresas multinacionales de la ciudad de Córdoba
Población	24 Consulados 55 Empresas multinacionales
Muestra	7 Consulados 10 Empresas multinacionales
Procedimiento Muestral	No Probabilístico por conveniencia

⁷¹- DANKHE, G.L. “Investigación y Comunicación”, en HERNANDEZ SAMPIERI, R.; FERNÁNDEZ COLLADO, C. y BAPTISTA LUCIO, P. Metodología de la Investigación. México, McGraw Hill. 1998. pág. 59.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

sente trabajo de aplicación profesional es indagar sobre la existencia de vínculos con Organizaciones No Gubernamentales, su conocimiento de la Fundación, como así también obtener respaldo institucional y financiero, para las actividades llevadas a cabo por International Issues Foundation.

La exposición de los resultados del análisis de datos se hará por medio de un método conocido como Grillado que permitirá visualizar las entrevistas de acuerdo a áreas temáticas planteadas para cada una de las preguntas, como así también las menciones y citas principales de cada una, con el objeto de mantener la validez y representatividad del estudio.

Es descriptivo también porque luego de recavar la información necesaria y plantear los objetivos del estudio se procederá a medir y describir cada una de las variables propuestas. "En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas, para así describir lo que se investiga...se centran en medir con la mayor precisión posible"⁷²

Para indagar los públicos se derivará a una Metodología de tipo cualitativa por medio de Entrevistas en profundidad no estructuradas, a través de un procedimiento no probabilístico por conveniencia.

En cuanto a los Consulados, las mismas serán realizadas a los Cónsules Generales u Honorarios. En el caso de no poder contactar a los mismos por razones de fuerza mayor, se harán al representante directo del Cónsul que conozca en profundidad los objetivos y actividades de la institución.

Para la elección de Empresas Multinacionales, se ha contabilizado la cantidad existente en la ciudad de Córdoba de acuerdo a información obtenida de la Cámara de Comercio Exterior de la Provincia de Córdoba, Revista Punto a Punto, Internet, Revista Comments Express de la Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la República Argentina. Una vez seleccionada la muestra se hablará con el responsable de Relaciones Institucionales o con el principal decisor en la organización, debido a que algunos de los objetivos del pre-

⁷². HERNANDEZ SAMPIERI, R.; FERNÁNDEZ COLLADO, C. y BAPTISTA LUCIO, P. Metodología de la Investigación. Op. Cit. Pág. 60.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

7.1.3. Aspectos a indagar

A. GUÍA DE PAUTAS PARA CONSULADOS.

1. Estructura y Actividades del Consulado.

1.1. Organización funcional del Consulado.

1.2. Importancia por transmitir la cultura de su país a la sociedad cordobesa.

1.3. Área dentro del Consulado, encargada de la difusión cultural.

1.4. Actividades y Medios utilizados para difundir la cultura.

2. Cooperación Internacional.

2.1. Importancia otorgada por la institución a la Cooperación Internacional.

2.2. Contribución a la Cooperación Internacional desde el Consulado.

2.3. Modos de contribución a la Cooperación Internacional.

3. Tercer Sector.

3.1. Importancia otorgada al establecimiento de redes con Organizaciones No Gubernamentales de la ciudad de Córdoba. Causas.

3.2. Existencia de vínculos con Organizaciones No Gubernamentales de la ciudad de Córdoba, para el desarrollo de actividades, en la actualidad.

3.3. Motivos y razones relacionados a la creación y mantenimiento de vínculos con dichas organizaciones.

4. International Issues Foundation.

4.1. Opinión acerca de la existencia de una fundación de carácter internacional en la ciudad de Córdoba, que busca el entendimiento y la cooperación mutua entre los pueblos en relación a las temáticas de la agenda internacional.

4.2. Opinión acerca del establecimiento de vínculos con una organización de carácter internacional con las características anteriormente mencionadas.

4.3. Conocimiento de International Issues Foundation (Si es negativa la respuesta explicar brevemente de qué se trata y pasar al punto 4.6).

4.4. Conocimiento de las actividades realizadas por International Issues Foundation.

4.5. Participación en las actividades de la Fundación.

4.6. Existencia de vínculos actuales con International Issues Foundation (Si la respuesta es afirmativa: clase de vínculo)

4.7. Atributos considerados para una fundación de carácter internacional al momento de relacionarse con el Consulado.

4.8. Expectativas e intereses en cuanto a los servicios que esperarían de International Issues Foundation.

4.9. Ventajas y desventajas obtenidas al relacionarse con la Fundación.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

B. GUÍA DE PAUTAS PARA EMPRESAS MULTINACIONALES.

1. Estructura y Actividades de la Empresa.

- 1.1. Organización funcional de la empresa.
- 1.2. Existencia de Área de Relaciones Institucionales.

2. Cooperación Internacional.

- 2.1. Importancia otorgada por la institución a la Cooperación Internacional.
- 2.2. Contribución a la Cooperación Internacional desde la organización.
- 2.3. Modos de contribución a la Cooperación Internacional desde la organización.

3. Tercer Sector.

- 3.1. Importancia otorgada al establecimiento de redes con Organizaciones No Gubernamentales de la ciudad de Córdoba. Causas.
- 3.2. Existencia de vínculos con Organizaciones No Gubernamentales de la ciudad de Córdoba, para el desarrollo de actividades, en la actualidad.
- 3.3. Motivos y razones relacionados a la creación y mantenimiento de vínculos con dichas organizaciones.

3.4. Realización de aportes económicos para el desarrollo de actividades vinculadas a Organizaciones No Gubernamentales en la actualidad.

3.5. Organizaciones No Gubernamentales con las que colaboraría en el futuro.

3.6. Organizaciones No Gubernamentales con las que no colaboraría en el futuro.

4. International Issues Foundation.

4.1. Opinión acerca de la existencia de una Fundación de carácter internacional en la ciudad de Córdoba, que busca el entendimiento y la cooperación mutua entre los pueblos en relación a las temáticas de la agenda internacional.

4.2. Opinión acerca del establecimiento de vínculos con una organización de carácter internacional, con las características anteriormente mencionadas.

4.3. Conocimiento de International Issues Foundation (Si es negativa la respuesta explicar brevemente de qué se trata y pasar al punto 4.7).

4.4. Conocimiento de las actividades realizadas por International Issues Foundation.

4.5. Participación en las actividades de la Fundación.

4.6. Existencia de vínculos actuales con International Issues Foundation (Si la respuesta es afirmativa: clase de vínculo)

4.7. Atributos considerados para una fundación de carácter internacional al momento de relacionarse con la empresa.

4.8. Expectativas e intereses en cuanto a los servicios que esperarían de International Issues Foundation.

4.9. Ventajas y desventajas obtenidas al relacionarse con la Fundación.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Capítulo 8



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

8. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Al comienzo del trabajo se han planteado la problemática y el diseño metodológico correspondientes, en relación a International Issues Foundation, cuyos resultados del análisis permitirán la elaboración de un Diagnóstico de Relaciones Públicas e Institucionales habiendo conocido previamente el Posicionamiento Institucional de la misma en los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba.

A los fines de facilitar la elaboración del plan y la comprensión del lector; la información que se presenta a continuación se desarrolla en dos partes: por un lado, referencias y análisis de la organización objeto de estudio en cuanto a su estructura funcional, actividades e instrumentos de comunicación tanto interna como externa. En éste último caso, se utilizan tres variables de análisis de acuerdo a lo que propone Justo Villafañe:⁷³ contenido del mensaje, perfil del destinatario y efecto deseado. Por el otro, se exponen los resultados de las entrevistas realizadas en los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba. Y por último, se abordará a una conclusión final por medio de una confluencia de datos, que permitirá detectar la problemática de la Fundación desde las Relaciones Públicas e Institucionales.

8.1. INTERNATIONAL ISSUES FOUNDATION.

En la problemática abordada se plantea que se pretende conocer el posicionamiento institucional actual de la Fundación en los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba. Pero es importante también esbozar un breve análisis de la organización, dado que el lugar que ocupa es también resultado de lo que ella es y hace en relación a su misión, y a sus públicos de interés.

Por ello, de acuerdo a la información recavada en una etapa inicial por medio de entrevistas no estructuradas a la Presidente y al Project Director de la Fundación, las herramientas de comunicación utilizadas tienen la finalidad de permitir la coordinación de las actividades realizadas para el cumplimiento de los objetivos institucionales. Los instrumentos de Comunicación Interna analizados son los siguientes:

A) Línea abierta o directa (teléfono)

- Contenido del mensaje: se utiliza frecuentemente para informar sobre temas específicos de la Fundación, permitiendo un diálogo inmediato.
- Perfil del destinatario: integrantes de la Fundación. Se trata de personas que conocen la misión y actividades de la misma.
- Efecto deseado: tiene bajo costo, y la recepción del mensaje es inmediata.

B) Correo Electrónico

- Contenido del mensaje: es más extenso y con información detallada. Se utiliza frecuentemente como complemento del anterior.
- Perfil del destinatario: integrantes de la Fundación.
- Efecto deseado: tiene muy bajo costo, se envía información detallada, comprensible y fácil de memorizar; no hay posibilidades de deformación del mensaje. Cabe destacar en este caso, que no se trata de correos institucionales, es decir, aquellos que provienen de la organización, sino particulares debido a que no disponen de los mismos.

⁷³. VILLAFAÑE, J. Imagen Positiva. Madrid. Ediciones Pirámide. 1998. Págs. 251 - 253



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

C) Reuniones

- Contenido del mensaje: es extenso y con información más detallada que los anteriores. Se realizan esporádicamente para dialogar acerca de temáticas específicas.

- Perfil del destinatario: integrantes de la Fundación.

- Efecto deseado: tienen bajo costo y permiten desarrollar en profundidad cada una de las temáticas propuestas, facilitando la comprensión.

Para comunicarse con sus públicos externos, brindar información pertinente, o dar a conocer su existencia, misión y actividades; se valen de la Comunicación Externa respaldada en:

A) Redes Electrónicas (Internet)

- Contenido del mensaje: poseen su propia página Web (www.iif.org.ar), con información organizada de la siguiente manera: "Home", se presenta a la Fundación, su misión; y se introduce al lector. Hay también un link que conduce a los "Miembros" que la integran; "Objetivos" explicados brevemente, "Artículos" que es un espacio destinado a las personas que colaboran con la organización, y que desean publicar sus trabajos en la Página Web con el respaldo de la Fundación. Y por último "Distinciones" recibidas e información de contacto con International Issues Founda-

tion, "Contáctenos". Se trata de información precisa y no demasiado extensa; clara y fácilmente comprensible.

- Perfil del destinatario: todas las personas interesadas en conocer a la Fundación, su misión, objetivos y personas que la integran.

- Efecto deseado: se busca que el lector conozca claramente aquello que International Issues Foundation hace. Se presenta información fácilmente comprensible, y fiable.

Es una página que aún está en construcción, por lo que no se observa información de actividades realizadas, hay algunos links a los que no se puede acceder. Aspectos tales como los orígenes de la misma, las actividades realizadas para la consecución de los objetivos institucionales, vínculos con otras organizaciones (universidades, consulados, embajadas, medios de comunicación, etc.) locales, nacionales e internacionales, todavía no se han incorporado.

B) Artículos Periodísticos

- Contenido del mensaje: se trata de publicaciones que la Dra. Graciela Erramouspe de Pilnik ha realizado, analizando temáticas imperantes de la agenda internacional en momentos específicos. Por ejemplo, en el año 2003, momento en el cual los medios de comunicación trataban el conflicto de la Guerra en Irak, se publicó un artículo en el diario La Voz del Interior realizado por la Dra. Pilnik (profesional del ámbito de las Relaciones Internacionales) sobre este tema y en el cual se la nombraba como presidente de International Issues Foundation.

- Perfil del destinatario: los artículos están dirigidos a aquellas personas lectoras de los Diarios en los cuales estos son publicados, y sobre todo a los interesados en temáticas de política internacional.

- Efecto deseado: brindar conocimientos sobre las problemáticas actuales del mundo en relación a política internacional.

Es importante tener en cuenta que no se trata de textos que hablan específicamente de la Fundación o de lo que ella hace, sino de reflexiones sobre determinados temas vinculados a la agenda internacional realizados por la Dra. Pilnik, en los cuales se la presenta como Presidente de International Issues Foundation. Por ello es que en este caso el conocimiento se da de manera casual y no pensada por la organización. Dicha información se genera de manera esporádica y en aquellos casos en que los medios de comunicación solicitan este tipo de trabajos para tratar más en profundidad lo que acontece en el mundo actual por medio del análisis que realizan personas idóneas en dichas temáticas.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

C) Comunicación Interpersonal

- Contenido del mensaje: no es algo específico ni preparado con anterioridad, sino que se trata de una manera informal de dar a conocer la Fundación en diversos ámbitos.
- Perfil del destinatario: varía de acuerdo al evento que se esté realizando. Pueden ser miembros del Cuerpo Consular, empresarios, docentes, alumnos, entre otros.
- Efecto deseado: presentar la Fundación en diversos ámbitos de interés para los fines de la misma, y crear vínculos con diversos públicos que atañen a su misión y actividades. Es una posibilidad de dar a conocer inicialmente a International Issues Foundation en diversos ámbitos, lo que propicia otra manera de influir en la opinión pública. Esto se ve favorecido en el caso del Cuerpo Consular dado que la Presidente y el Project Director de la Fundación son integrantes del Rotary Club Córdoba al igual que los Cónsules de Austria y Alemania, por lo que la transmisión de información por medio del boca a boca resulta de suma utilidad.

D) Bien Público.

- Contenido del mensaje: International Issues Foundation, como se muestra en la misión institucional, busca el desarrollo y entendimiento entre los pueblos a través de actividades diversas como la investigación, la reflexión, el intercambio; sobre aquellos temas

que tengan que ver con temáticas de la agenda internacional. En este marco se han realizado conferencias a partir de un convenio existente con la Escuela de Defensa Nacional, una muestra de afiches polacos en conjunto con la Embajada de Polonia y la Universidad Nacional, entre otras.

- Perfil del destinatario: estudiantes, profesionales, miembros del Cuerpo Consular, empresarios, y miembros de la comunidad interesados en temáticas de la agenda internacional, y en conocer acerca de otras culturas y sus actividades.
- Efecto deseado: promover la paz por medio de actividades culturales.

En algunos casos fue junto a otras organizaciones y en otros no. Pero es importante considerar que, si bien son relativamente pocas las que se han realizado dado que todavía no se cuenta con un financiamiento apto para este tipo de actividades; permitieron un conocimiento inicial de la Fundación por parte de los públicos que participaron de las mismas. Además, el hecho de establecer determinados vínculos como es el caso por ejemplo, del que se mantiene con la Embajada y Consulado de Polonia, propicia una instancia para promover el conocimiento de otra cultura a través de expresiones artísticas como el arte, el teatro y la literatura; y en los que la Fundación actúa como intermediaria. Es el caso también del ciclo de Conferencias de la Escuela de Defensa Nacional en donde a través de la educación se pueden dar a conocer temáticas de la agenda internacional actual.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

8.2. PÚBLICOS

A los fines de comprender claramente lo obtenido en las entrevistas realizadas en los públicos de interés, se presentará la información por separado de acuerdo a la guía de pautas, dado que se trata de organizaciones con objetivos diferentes y cuya misión difiere ampliamente, pero comparten el hecho de estar vinculados a temáticas de la agenda internacional, y que hacen al interés de International Issues Foundation.

Cabe aclarar que no se han completado la totalidad de entrevistas planteadas en el Diseño Metodológico, dado que hay una clara saturación de resultados. Se han realizado seis entrevistas en Consulados y siete en empresas multinacionales.

A. CONSULADOS DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA.

1. Estructura y Actividades.

En el Marco Teórico de Referencia se expusieron las diferencias existentes entre un Consulado General y uno Honorario argumentando que, ambos son emisarios del gobierno de determinado país que cumplen funciones de representación. En el segundo caso, las personas que desempeñan esas tareas, las realizan de manera voluntaria y más limitada, dado que mantienen una actividad paralela como hombres de negocios, y no se dedican

full-time a ellas. Son miembros destacados de una colectividad determinada que mantienen vínculos con el país que representan.

De ello se deriva que, los Consulados Generales están adecuadamente organizados en cuanto a la estructura funcional, delimitando bien cada una de las áreas que lo integran y cumpliendo funciones específicas en relación a su misión. Pero los Honorarios, no cuentan con un organigrama detallado, sino que simplemente hay un Cónsul, un Vice – Cónsul y una persona que colabora diariamente y corresponde también a la Secretaria de la labor particular.

2 – Cooperación Internacional.

Desde el punto de vista teórico, se ha expuesto que la Cooperación Internacional es fundamental actualmente, dado que la interdependencia entre los países aumenta año a año. No se refiere solo a cooperación para el desarrollo económico sino también cultural, educativa, científica por medio de la creación y fortalecimiento de vínculos.

Los Consulados en su mayoría, consideran que la Cooperación Internacional es de carácter fundamental y debe ser permanente en su actividad diaria.

Se debe considerar también, que en ciertos casos, como algunos Consulados Honorarios, las actividades de cooperación las encabezan las Embajadas desde la ciudad de Buenos Aires, otorgando participación en tareas de representación para la concreción de vínculos facilitadores entre las organizaciones de la provincia de Córdoba y los países correspondientes.

3 – Tercer Sector.

En el desarrollo del presente Trabajo Final de Graduación, se expuso que dentro del Tercer Sector se encuentran las Organizaciones No Gubernamentales, destacando que apuestan a la integración y la cooperación internacional para resolver problemas globales desde diferentes ángulos; por medio del fortalecimiento de vínculos que fomenten el desarrollo.

Desde este punto de vista, puede observarse que la totalidad de los Consulados considera importante establecer lazos con ONG's de la ciudad de Córdoba, sobre todo los orientados al fortalecimiento de actividades educativas que deriven en mayores conocimientos para el desarrollo.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

4 – International Issues Foundation.

Al momento de abordar dicho área temática, se realizaron dos preguntas introductorias referidas a la existencia de una fundación de carácter internacional en la ciudad de Córdoba, como también las opiniones respecto al establecimiento de vínculos con una organización de este tipo.

Las respuestas fueron sumamente positivas en todos los casos, dado que resaltan la importancia de establecer vínculos, no necesariamente permanentes, para el desarrollo de actividades. Es además destacado el valor otorgado al tratamiento de planes objetivos orientados a la educación por medio de acciones diversas.

Por otro lado, cuando se pregunta específicamente por el conocimiento de la existencia de International Issues Foundation, en la mayoría de los Consulados las respuestas son negativas, a excepción de Alemania dado, que el Cónsul forma parte de la Fundación pero no de manera activa. Por lo tanto ninguno conoce su misión, ni sus actividades. Lo que sucede con algunos Consulados, tanto Generales como Honorarios, es que tienen una relación laboral directa o indirecta con la presidente de International Issues Foundation, pero en ningún caso se la ha dado a conocer.

B. EMPRESAS MULTINACIONALES DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA

1. Estructura y Actividades.

Las empresas multinacionales de la ciudad de Córdoba en las cuales se realizaron entrevistas, poseen un organigrama detallado de funciones teniendo en cuenta su origen. Es menester destacar, que en todos los casos, hay un área de Relaciones Institucionales independiente de la casa matriz, aunque el nombre varía entre una y otra. Por lo que la importancia otorgada a sus públicos de interés es notoria; e internamente está muy interrelacionada con las áreas de Marketing y Recursos Humanos.

2 – Cooperación Internacional.

Las empresas multinacionales en este aspecto, desempeñan un rol fundamental y deben ser promotoras del desarrollo por medio de la cooperación, porque están presentes en dos o más países con necesidades diferentes; y lo fundamental es que son de carácter internacional, partiendo de la base que su actividad comercial no apunta solo al mercado interno.

En todos los casos, la importancia otorgada a la cooperación internacional es notoria y de carácter permanente. Pero en la mayoría de las empresas, es básicamente comercial por medio de inversiones, capacitación, desarrollo económico. Hay que destacar también, que en general, organizan actividades culturales y educativas; fomentadas por la casa matriz.

3 – Tercer Sector.

En este marco, los entrevistados han argüido que consideran muy importante establecer vínculos con Organizaciones No Gubernamentales, y en la mayoría de los casos este aspecto es desarrollado en forma de actividades de Responsabilidad Social Empresarial. Todas mantienen vínculos con este tipo de instituciones, algunos son de carácter permanente y otros para actividades específicas; por medio de acciones orientadas fundamentalmente a la educación, cuidado del medio ambiente, donaciones.

Además, es menester destacar que siempre cuentan con planes establecidos, y en la mayoría de los casos es política de la empresa tener participación con las ONG de acuerdo a su misión y objetivos. De hecho, muchos trabajan como voluntarios aprovechando sus capacidades profesionales y brindando sus conocimientos en acciones específicas. Algunas de las organizaciones con las que colaboran son: Cotelengo Don Orione, Cáritas, Fundación Conin, Banco de Alimentos. Solo en asuntos específicos y esporádicos, realizan aportes económicos.

Por otro lado, tampoco tienen pautas establecidas en relación a las organizaciones con las que colaborarían o no, pero dejan entrever la importancia de perseguir un fin social que genere beneficios mutuos respaldados por el respeto de la moral y buenas costumbres.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

4 – International Issues Foundation.

Paralelamente a lo abordado en la guía de pautas para los Consulados, se han hecho dos preguntas introductorias referidas a la existencia de una fundación de carácter internacional en la ciudad de Córdoba, como también las opiniones respecto al establecimiento de vínculos con una organización de este tipo.

En relación a ello, hay dos puntos de vista que prevalecen: por un lado, la mayoría considera que es de utilidad creciente que existan este tipo de organizaciones en la ciudad, dado que el potencial de crecimiento, al igual que el surgimiento de necesidades es constante y ello requiere de un arduo trabajo. En segundo término, enfatizan la posibilidad de establecer lazos con una organización de este tipo, siempre y cuando se beneficie comercialmente a la empresa por medio de redes que faciliten su desarrollo; a la vez de distinguir la importancia en el desarrollo de actividades educativas.

Cuando se consulta acerca del conocimiento de International Issues Foundation, la totalidad responde negativamente; a lo que se agrega en algunos casos, una pregunta por parte de los entrevistados, en cuanto a si la Fundación es de la ciudad de Córdoba. Piensan de esa manera porque el nombre es en inglés y no asocian el mismo con una organización nacional. De esto se deriva que tampoco conocen su misión, ni actividades.

El establecimiento de vínculos potenciales con International Issues Foundation, es considerado ventajoso en la totalidad de los casos, debido a que se aprovecharía el saber hacer de cada organización, su experiencia; a la vez de facilitar a las empresas, el acceso para el establecimiento de vínculos con actores de carácter internacional siendo la Fundación su intermediaria. Pero nuevamente se destaca la necesidad de contar con un plan estratégico concreto, en el cual se plasmen la misión, objetivos y actividades por cumplir.

8.3. CONSIDERACIONES FINALES DEL TRABAJO DE CAMPO.

De acuerdo a la información anteriormente presentada, se expone a continuación a modo de conclusión del análisis e interpretación, una correlación de datos que permitirá comprender la problemática detectada de Relaciones Públicas e Institucionales. En primer lugar, se han analizado los instrumentos de comunicación interna y externa utilizados por International Issues Foundation. Cada uno de ellos es adecuado a los fines de la misma, pero cabe aclarar que no están sistematizados ni planeados para cada actividad.

En relación a la Página Web, se debe tener en cuenta que en la actualidad es una de las herramientas más utilizadas por la sociedad para obtener información diversa. La correspondiente a la Fundación posee datos pertinentes a la estructura organizacional, misión, objetivos, publicaciones de sus miembros. Si bien no se presenta un organigrama, es fácilmente comprensible y permite conocer los nombres de cada uno, otorgando mayor prestigio y posibilidades de contactarlos por razones específicas. Pero es indispensable su actualización, dado que esto puede ocasionar desinterés y falta de confianza en las personas que ingresan, ya que además, se contabilizan muy pocas visitas a la misma.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que la importancia otorgada a profesionales idóneos es constante dado que la voluntad para crecer y darse a conocer es firme, reconociendo que dichas personas son aptas para realizar aportes necesarios para el cumplimiento de los objetivos institucionales. Pero si bien lo anterior contribuye a los fines de la Fundación, no basta para que los diversos grupos de interés vinculados a ella se formen una imagen y conozcan aquello sobre lo que trata. Hace falta tiempo y dinero para permitir una adecuada planificación de la comunicación con los grupos de interés, que facilite el conocimiento de la Fundación, como sus proyectos, las posibilidades y beneficios de participar en ellos.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-'A'-03

En relación a los públicos de interés que se abordan en el presente trabajo, se han expuesto las diferencias entre los Consulados Generales y Honorarios; y las necesidades que poseen estos últimos en relación a infraestructura, logística y personas idóneas para el desarrollo de actividades culturales. Pero la importancia otorgada al conocimiento de su cultura por parte de la sociedad cordobesa es sustancial.

En los Consulados Generales, la actividad cultural es permanente, pero en la mayoría de los casos se delega a instituciones aptas para su desarrollo, dado que el trabajo diario es amplísimo. En los Honorarios, no se organizan frecuentemente porque no disponen de tiempo, ni de infraestructura. Por ello, cuando las realizan, ya vienen planificadas desde la Embajada o las tercerizan. En todos los casos, se trata de exposiciones artísticas, funciones de teatro, cine, música, dirigidas a todas las personas de la sociedad que estén interesadas.

En lo anterior, se observa claramente que el objetivo de la Fundación de servir como intermediarios de la difusión, es notorio y no ajeno a la realidad que presentan, beneficiando así a ambas organizaciones. Además, las actividades culturales organizadas por los Consulados coinciden en gran parte con lo que International Issues Foundation se propone.

En cuanto a la Cooperación Internacional, la importancia otorgada es notoria y de carácter permanente, tanto en el caso de las Empresas multinacionales como en los Consulados. Las primeras están más orientadas a la cooperación de tipo comercial, y las actividades culturales que organizan muchas veces son fomentadas desde la casa matriz. Los Consulados, tanto Generales como Honorarios, propician instancias vinculadas al fomento de inversiones en la ciudad de Córdoba de empresas extranjeras, como también por medio de la educación, a través del otorgamiento de becas de estudios de posgrado, pasantías rentadas, organización de actividades culturales, otorgamiento de créditos para mejoras en el área de salud y bienestar social.

En ambos casos, esto es de suma utilidad para International Issues Foundation, dado que su misión orientada al fomento de intercambio y desarrollo entre los pueblos, armoniza con las políticas de cooperación que poseen. Se acrecienta así el marco de posibilidades, extendiéndose a lo educativo, cultural, tecnológico; para contribuir favorablemente al establecimiento de vínculos con ellos y a la concreción de su misión como Fundación.

Respecto a la participación en actividades del Tercer Sector, todos afirman que es fundamental realizarlas y crear vínculos con ONG. Los Consulados de la ciudad de Córdoba están orientados en fortalecer el desarrollo de acciones educativas y culturales para contribuir al conocimiento y crecimiento social. Sin embargo, no todos poseen vínculos con dichas organizaciones sino que se trata de relaciones establecidas para el desarrollo de actividades específicas. Algunos Consulados, mantienen relaciones con ONG del país de origen a los fines de facilitar la cooperación, como el caso del otorgamiento de becas para estudio.

La totalidad de las Empresas multinacionales, mantienen vínculos con estas instituciones, que en la mayoría de los casos se presenta en forma de planes establecidos como parte de la Responsabilidad Social Empresarial, orientados al fomento de actividades educativas, cuidado del medio ambiente, donaciones, entre otras. Y cabe destacar, que en la mayoría de los casos no se trata de aportes económicos (solo cuando lo consideran necesario) sino de voluntariado por parte de los miembros de la organización.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

En relación al conocimiento de International Issues Foundation, la totalidad de los públicos respondió negativamente, aunque algunos conocen a la Presidente de la Fundación. Incluso en ciertos casos se preguntó si la misma pertenece a la ciudad de Córdoba por poseer un nombre en inglés. Esto demuestra que, si bien los instrumentos de comunicación son idóneos para los fines que persigue la misma, no son utilizados de manera adecuada ya que, como se ha demostrado, no están facilitando el conocimiento de la Fundación porque no disponen de un plan de comunicación externa.

Por otro lado, todos valoran positivamente las posibilidades de establecer vínculos con International Issues Foundation y enfatizan en la necesidad de implementar actividades vinculadas a la educación, la cultura, investigación; para fomentar el necesario desarrollo.

Se destaca también en el caso de las Empresas multinacionales, que la mayoría apunta a las relaciones que favorezcan el crecimiento comercial de la compañía y que las acciones sean en el marco de sus políticas. En cuanto a los Consulados, la creación de lazos es sumamente ventajosa para ambas instituciones, debido a que se puede potenciar la cooperación en todos sus aspectos. Y en algunos Consulados Honorarios, se piensa que el fomento de estas relaciones, facilitaría las tareas de representación en lo educativo y cultural, dado que no poseen infraestructura ni tiempo para dedicarse a ellas.

Lo anterior favorece a la Fundación, dado que la información recavada sobre ella demuestra que los objetivos se corresponden ciertamente con la realidad observada en cuanto al desarrollo de acciones para promover la paz a través del intercambio con actividades de investigación, reflexión, eventos culturales, entre otras. Pero también es recurrente la necesidad de contar con un plan estratégico que potencie la misión de la organización y favorezca las relaciones beneficiosas con sus públicos de interés.

Por último, otro de los aspectos tenidos en cuenta, corresponde a los atributos considerados necesarios para una organización de este tipo. En este contexto, la totalidad de los entrevistados resalta la importancia de contar con un mapa de públicos específicos con los cuales relacionarse, dado que esto permite tanto a las Empresas multinacionales como a los Consulados, ver si lo que se hace desde la Fundación es acorde a sus políticas. Además prima en sus opiniones la necesidad de poseer fundamentalmente un plan estratégico que integre objetivos claros, comprobables, orientados básicamente al desarrollo de actividades educativas, promotor de lazos institucionales y comerciales. Siempre trabajando en beneficio de la sociedad dentro de un marco ético-legal, generando sinergia internacional.

MATRIZ FODA

Capítulo 9



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

9. MATRIZ FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Miembros de honor y asesores con prestigio en el ámbito local, nacional e internacional.	Fundación cordobesa pionera en temáticas internacionales.	Desconocimiento absoluto de la Fundación por parte de los grupos de interés.	Disminución de fondos para la realización de actividades.
Integrantes especializados en diversas temáticas de la agenda internacional.	Facilitadora de vínculos con organizaciones diversas como intermediaria en la difusión de sus actividades.	Confusión de los grupos de interés respecto a su nombre.	Existencia de ONG con características similares en el país mejor posicionadas.
Propuestas y programas innovadores.	Promotora de vínculos de carácter internacional con los grupos de interés.	Ausencia de coordinación en acciones comunicativas.	
Valoración otorgada a profesionales de comunicación y relaciones públicas.	Aprovechamiento de las relaciones existentes con algunos medios de comunicación.	Ausencia de planificación en establecimiento de vínculos con grupos de interés.	
Existencia de vínculos profesionales de los integrantes con miembros destacados de la sociedad.	Aprovechamiento de vínculos existentes con ONG (Conciencia y Rotary Club Córdoba).	Falta de difusión de actividades ya realizadas.	
Existencia de área de Relaciones Públicas e Institucionales.	Posibilidades de participación otorgada a los interesados en temáticas de la agenda internacional.	Escaso presupuesto para el desarrollo de actividades.	
Existencia de Personería Jurídica que avala su misión.	Existencia permanente de actividades culturales y educativas en la ciudad de Córdoba.	Reducida cantidad de años de existencia en la ciudad de Córdoba.	
Conocimientos para desarrollar actividades de cooperación internacional.	Conciencia de la importancia de promover la paz por medio de actividades educativas, culturales.	Escaso tiempo dedicado al desarrollo de actividades.	
Conciencia de la importancia de promover la paz.	Importancia creciente a actividades de cooperación internacional.	Falta de integración entre los miembros de la Fundación.	
	Programas de apoyo de cooperación internacional del Gobierno de Córdoba.		

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Capítulo 10



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

10. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

El siguiente análisis, tiene como objetivo, exponer las posibilidades y limitaciones de una organización, que se deben tener en cuenta al momento de desarrollar el plan a implementar. International Issues Foundation, presenta las siguientes características:

- **Factibilidad Económica:** la carencia de un presupuesto determinado y fijo, es uno de los principales aspectos que dificultan el desarrollo de actividades en la Fundación. Por lo que cada una de las acciones desarrolladas fueron realizadas por medio de gestiones institucionales que facilitaron su implementación.
- **Factibilidad Humana:** actualmente hay cuatro personas trabajando activamente en beneficio de International Issues Foundation. A su vez se cuenta con el apoyo de los Miembros de Honor y Asesores, que están a disposición de la Fundación al momento de consultarles sobre temáticas específicas, y que contribuirán a tomar mejores decisiones en el corto, mediano y largo plazo.

- **Factibilidad Técnica:** en este caso, International Issues Foundation, dispone de recursos técnicos e informáticos que facilitan su trabajo como una computadora, libros específicos en temáticas relacionadas a la agenda internacional, impresora, teléfonos. Son recursos necesarios para los fines de la Fundación.

- **Factibilidad Política:** en este marco, la Fundación no presenta problemas, dado que hay una fuerte conciencia de su misión como promotora de la paz por medio de actividades diversas; como también muy buena disposición para desarrollar nuevos proyectos. Se reconoce fuertemente la necesidad de llevar a cabo acciones comunicacionales, a la vez de destacar la importancia de personas especializadas en desarrollarlas.

- **Factibilidad Material:** International Issues Foundation posee una oficina adecuadamente instalada para el trabajo de sus miembros, pero no es amplia ni permite el desarrollo de actividades con sus públicos de interés. En estos casos, se recurre a instalaciones de otras organizaciones como fueron los ejemplos mencionados de los eventos realizados.

En relación a lo expuesto, la propuesta del Plan Estratégico deberá estar orientada esencialmente a la gestión institucional de vínculos con otras organizaciones, debido a la escasez de presupuesto, pero con alta factibilidad de implementación. Esto es, respetando las limitaciones económicas que generen resultados positivos; y permitan a la Fundación posicionarse en los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba.

PLAN DE APLICACION

Capítulo 11



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

11. PLAN DE APLICACIÓN PROFESIONAL

A continuación, se exponen la estrategia y tácticas, acorde al análisis e interpretación de datos y a la problemática detectada en International Issues Foundation en relación a la disciplina. Es importante destacar que cuando se habla de posicionamiento institucional, se deben tener en cuenta determinadas características que incluyen tanto a los públicos internos de la organización como a los externos para que la planificación sea exitosa. Por ello, si bien el tema está dirigido a dos públicos específicos, es fundamental orientarse primero en actividades tendientes a establecer un orden y fortalecimiento interno; para luego comenzar con las acciones vinculadas a los públicos de interés.

11.1. OBJETIVO GENERAL

Optimizar las actividades de International Issues Foundation; a la vez de generar y fortalecer vínculos con los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba que le permitan legitimar su posicionamiento institucional.

11.2. ESTRATEGIA

Diseñar, implementar y evaluar un Plan Estratégico de Comunicación para International Issues Foundation orientado a la generación y fortalecimiento de vínculos con sus públicos de interés.

11.3. TÁCTICAS

1) Organizar y realizar un coaching organizacional presentando todas las características de la Fundación (misión, objetivos, actividades) que permitan a sus públicos internos conocerla en profundidad.

- **Objetivo:** fortalecer el compromiso de los integrantes de la Fundación a través de la optimización de la comunicación interna como una de las herramientas fundamentales al momento de promover e implementar sus actividades.
- **Públicos Objetivo:** integrantes de International Issues Foundation (Presidente, Director de Relaciones Públicas e Institucionales, Project Director, Miembros de Honor y Asesores)
- **Responsable:** Dirección de Relaciones Públicas e Institucionales.
- **Fecha:** primera semana de noviembre de 2005 (días a designar)
- **Lugar:** oficina de la Fundación, 25 de Mayo 66 – 3º Piso, Of. 6
- **Duración:** dos jornadas de tres horas cada una.
- **Descripción general de la reunión:** realización de un coaching organizacional en el que participarán todos los miembros de la Fundación. Estará coordinado por la Presidente y los responsables de Relaciones Públicas e Institucionales. Se hará una introducción para presentar los objetivos del mismo y la importancia de fortalecer los vínculos para trabajar fuertemente en las actividades propuestas. Luego, se desarrollarán en detalle la misión y objetivos de la Fundación, se explicarán las causas por las cuales los Consulados y Empresas Multinacionales son públicos clave en el crecimiento de la misma, debido a que la mayoría de los miembros no tienen una participación activa.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

Se presentarán luego los proyectos futuros y se comenzará con un espacio de intercambio de ideas para conocer nuevas propuestas, debatir sugerencias y nuevos proyectos y hacer hincapié fuertemente en la cooperación internacional.

Por último, se coordinarán acciones que permitan a los miembros estar en contacto permanente, como también fijar reuniones mensuales para evaluar lo acontecido en la Fundación.

- Desarrollo del coaching: se realizará en base a los lineamientos propuestos por Peter Drucker en Herramientas de Auto evaluación para organizaciones, en los cuales se apunta a un fuerte desarrollo para consolidar las bases de la organización que permitan encarar proyectos futuros. Las temáticas serán las siguientes:

- ¿Cuál es nuestra misión?
- ¿Quiénes son nuestros públicos?
- ¿Qué consideran valioso nuestros públicos?
- ¿Qué resultados queremos producir?
- ¿Cuál será nuestro plan?

- Instrumentos de Comunicación a utilizar: se hará una presentación en Power Point con información específica de la Fundación: misión, objetivos, actividades realizadas, proyectos a implementar, importancia de la comunicación.

- Difusión de la reunión: en primer lugar se harán llamadas telefónicas a cada uno de los integrantes para que conozcan brevemente el motivo de la misma. Luego se enviarán correos electrónicos con información ampliada.

2) Realizar una reunión personal con el responsable de la Unidad de Relaciones Institucionales y Cooperación Internacional del Área de Planificación Estratégica de la Agencia Córdoba Ciencia, Licenciada Maribel González, con el objeto de dar a conocer la misión y objetivos de la Fundación; y promover fuertemente sus proyectos futuros.

- Objetivo: generar vínculos para el desarrollo de actividades conjuntas en pro de sus programas de cooperación internacional.

- Justificación: International Issues Foundation persigue como se ha dicho, la promoción del intercambio por medio de actividades diversas vinculadas a temáticas de la agenda internacional. Por lo que su relación con públicos que propician estas instancias es fundamental.

En este marco, la Unidad de Relaciones Institucionales y Cooperación Internacional del Área de Planificación Estratégica de la Agencia Córdoba Ciencia, tiene desarrollado un programa orientado al crecimiento y fortalecimiento de aquellas instituciones que planteen actividades de carácter local, nacional e internacional. "La especialización de esta función se origina por una explícita jerarquización que marca un perfil de organización, y se refuerza por la necesidad de acrecentar, centralmente, el intercambio científico-técnico-académico, por su impacto sobre los estilos y productos de gestión, la calidad en la formación de los recursos humanos y por la búsqueda de oportunidades de negocios, financiamiento y cooperación internacional para proyectos de investigación, tecnológicos, empresariales y educativos institucionales."⁷⁴

⁷⁴- Gobierno de Córdoba – Agencia Córdoba Ciencia: Área de Planificación Estratégica. Disponible en: <http://www.cba.gov.ar/vercanal.jsp?idCanal=6966>



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

Cabe aclarar, que si bien esta institución no es un público directo en relación a la temática del Proyecto de Aplicación Profesional, sí es fundamental realizar gestiones institucionales que serán provechosas al momento de establecer contactos con los Consulados y Empresas Multinacionales.

Además, los programas que proponen son sumamente beneficiosos para International Issues Foundation, debido a que la generación de vínculos con ellos, permitirá llevar a cabo actividades con el apoyo de la Agencia, y de esta manera contribuir a la legitimación de la Fundación (ver tácticas siguientes). Además, tienen una relación directa con las actividades que tanto los Consulados y Empresas Multinacionales están interesados en llevar a cabo, en el caso de establecer lazos con la Fundación.

- Público Objetivo: responsable de la Unidad de Relaciones Institucionales y Cooperación Internacional del Área de Planificación Estratégica de la Agencia Córdoba Ciencia.

- Responsable: Presidente, Project Director y responsable de la Dirección de Relaciones Públicas e Institucionales de International Issues Foundation.

- Fecha: noviembre de 2005 (día a confirmar)

- Lugar: sede de la Agencia Córdoba Ciencia en la ciudad de Córdoba.

- Duración: media hora aproximadamente.

- Instrumentos de Comunicación a utilizar: carpeta institucional de la Fundación e información detallada de las actividades realizadas.

3) Planificar y diseñar una carpeta institucional que será utilizada en diversas presentaciones y reuniones de la Fundación con sus públicos de interés.

- Objetivo: transmitir la misión, objetivos y actividades de International Issues Foundation en los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba, para generar vínculos con ellos y contribuir en el desarrollo de actividades conjuntas en relación a temáticas de la agenda internacional.

- Justificación: la carpeta institucional es un instrumento de comunicación fundamental y de suma utilidad al momento de establecer contactos con los públicos de interés. Además, es una manera sencilla de promover la razón de ser de la Fundación, permitiendo la creación de vínculos. Tiene bajo costo y funciona a manera de carta de presentación de la institución, cuando se está realizando una presentación formal.

- Público Objetivo: Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba.

- Responsable: Dirección de Relaciones Públicas de International Issues Foundation en colaboración con la Presidente de la institución.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

- Tiempo estimado de ejecución: octubre de 2005.

- Formato:

- Tamaño A4, tres pliegos
- Impresión dos colores.
- Entrega: personalizada.
- Cantidad de ejemplares: se materializarán a medida que se realicen visitas a los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba.

- Contenido

- Carátula con el isologotipo de International Issues Foundation.
- Breve descripción de los antecedentes de la Fundación
- Misión y Objetivos institucionales
- Organigrama e integrantes
- Actividades desarrolladas.
- Información de contacto: dirección, teléfono, correo electrónico, Web.

[Ver modelo en página siguiente.](#)

4) Gestión institucional para finalizar con el rediseño de la Página Web de International Issues Foundation.

- Objetivo: difundir el conocimiento de la misión, objetivos, integrantes y actividades de International Issues Foundation para generar y fortalecer el establecimiento de vínculos con los públicos de interés.

- Justificación: en la actualidad, es imprescindible que la Fundación actualice los contenidos de este instrumento de comunicación, dado que se trata de una organización de carácter internacional que no es conocida. Permite a los públicos de interés y a las personas interesadas en interiorizarse sobre la misma, acceder fácilmente a sus contenidos, obtener información diversa y ampliar sus conocimientos. Proporciona además, una manera complementaria para posicionarse como institución y legitimar su accionar.

Cabe destacar que en la Fundación se han contratado profesionales de Diseño Gráfico para el rediseño de la Página Web, pero se realizarán gestiones con el objeto de finalizarla previo a la presentación formal de la organización ante los públicos de interés. Por lo tanto, el rol del responsable para esta actividad, será como colaborador proporcionando información pertinente de International Issues Foundation para que sea completa y enriquecedora.

- Responsables: Diseñadores gráficos contratados por la Fundación y responsable de Relaciones Públicas e Institucionales.

- Tiempo estimado de ejecución: octubre y noviembre de 2005.

25 de Mayo 66 3° of J.C.P.5000 - Tel./Fax: 54-351-428008 - Córdoba Argentina
Mail: if@ciudad.com.ar / www.if.org.ar



International Issues Foundation
Paseo de N° 66 - 3° - 50



International Issues Foundation
Paseo de N° 66 - 3° - 50

ACERCA DE NOSOTROS

Historia
International Issues Foundation, es una organización no gubernamental creada en la ciudad de Córdoba en el año 2002. En cuanto a la iniciativa para la creación de la misma, la precursora de la idea fue la Dra. Graciela Estramuzza de Pink, quien habiendo trabajado desde siempre en las actividades vinculadas a cuestiones de la Agenda Internacional y la Cooperación Internacional, tomó la iniciativa sugerida por miembros de la comunidad diplomática, de crear una fundación de carácter internacional destinada a promover el desarrollo y el entendimiento entre los pueblos, pilares de esta misión.
En Córdoba es la primera de estas características y su tarea como promotora de la integración humana está destinada a todos los niveles de la sociedad. Una organización de este tipo analiza cuáles son los diferenciales y semejanzas culturales, políticas, económicas, religiosas que se presentan; y los resultados son tomados en cuenta para la presentación y realización de proyectos destinados al bien común a través del intercambio de ideas y propuestas, por medio de diversas actividades en pro de políticas de cooperación.

25 de Mayo 66 3° of J.C.P.5000 - Tel./Fax: 54-351-428008 - Córdoba Argentina
Mail: if@ciudad.com.ar / www.if.org.ar



International Issues Foundation
Paseo de N° 66 - 3° - 50

ACERCA DE NOSOTROS

Misión
Promover el desarrollo y el entendimiento entre los pueblos, prestando asistencia y servicio a la comunidad nacional e internacional a través de la reflexión, la investigación, el asesoramiento, la docencia, la acción, y la difusión de todas aquellas cuestiones que tengan que ver con los grandes temáticas de la agenda internacional.
Entre otras, las referidas a la seguridad internacional, la gobernabilidad y el desarrollo, la cooperación y la integración, la intolerancia y la desigualdad.
Para llevar a cabo su misión, la Fundación propicia instancias vinculadas a los siguientes aspectos:
La Reflexión: creando grupos destinados a dilucidar y debatir acerca de las grandes problemáticas de la agenda internacional tratando de comprender los aspectos substanciales de los mismos.
La Investigación: generando un ámbito a la comunidad científica para que puedan desarrollar sus investigaciones en los temas específicos de los que la fundación trata.
La Docencia: organizando cursos, seminarios, talleres, y toda otra actividad que signifique un aporte a la comunidad en el conocimiento de las grandes cuestiones de la agenda internacional.
El Servicio: destinado a la comunidad local, nacional e internacional a través de programas específicos de desarrollo.
El Asesoramiento: en temáticas vinculadas al objeto social de la fundación y destinadas a personas e instituciones que así lo requirieran.
El Reconocimiento: a la labor de quienes hubieran contribuido al desarrollo y el entendimiento entre las personas y los pueblos.

25 de Mayo 66 3° of J.C.P.5000 - Tel./Fax: 54-351-428008 - Córdoba Argentina
Mail: if@ciudad.com.ar / www.if.org.ar



International Issues Foundation
Paseo de N° 66 - 3° - 50

NUESTROS PROYECTOS.

- Desarrollo local
- Desarrollo Internacional

Salud
Educación
Difusión Cultural
Seguridad

Algunas de las actividades que ya realizamos se vinculan a la educación:

- Año 2003, agosto de 2004: Conferencia sobre seguridad con miembros de la Escuela de Defensa Nacional dirigida a estudiantes de Universidades de la ciudad de Córdoba de carreras vinculadas al ámbito internacional.
- Noviembre de 2004: muestra de afiches policios en el Pabellón Argentino de la Universidad Nacional de Córdoba como resultado de un convenio existente con la Embajada y el Consulado de Polonia.
- Agosto de 2005: Ciclo de Conferencias con miembros de la Escuela de Defensa Nacional sobre el Marco Geopolítico del Terrorismo.
- Publicaciones sobre temáticas de la agenda internacional realizadas por miembros de la Fundación.

25 de Mayo 66 3° of J.C.P.5000 - Tel./Fax: 54-351-428008 - Córdoba Argentina
Mail: if@ciudad.com.ar / www.if.org.ar



International Issues Foundation
Paseo de N° 66 - 3° - 50

ACERCA DE NOSOTROS

Miembros

Consejo de Administración Graciela Estramuzza de Pink Presidenta María Josefa Román Secretaría Daniel Mario Pink Reservero	Miembros de Honor y Asesores Emb. José María García Emb. Mario Corcuera Buñafé Emb. Slavomir Rajtski
Equipo de Colaboradores Ing. Juan Carlos Camani Project Director Lic. Guillermo Suárez Public & Institutional Relations Arq. Gabriel Gumbisky Art Project Director Prof. Ricardo Mestrez Protocolo y Ceremonial Dr. Alberto Martín Aragón Visiting Researcher	Sres. Profesionales y Miembros del Honorable Cuerpo Consular Dra. Ruth Quiroga de Coccorea Dr. José A. Hilde Esc. César López Seoane Sr. César D. Carlos W. Ochotón Dra. Elsa Borelli Pan Ing. Carlos Romero Pardo Lic. Carlos E. Sordani
	Damas de Honor Sra. Julia Larumendi de Sorio Sra. Lucía Ruiz Moreno de Zúñiga

25 de Mayo 66 3° of J.C.P.5000 - Tel./Fax: 54-351-428008 - Córdoba Argentina
Mail: if@ciudad.com.ar / www.if.org.ar



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-'A'-03

5) Planificación y ejecución de reuniones personales con miembros del Cuerpo Consular y responsables de las Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba.

- **Objetivo:** generar vínculos con los públicos de interés para que conozcan de la existencia, misión y actividades de la Fundación posibilitando trabajos de cooperación conjunta para el futuro.

- **Justificación:** se ha resaltado en el análisis e interpretación de datos que la totalidad de las personas entrevistadas no conocen de la existencia de International Issues Foundation, a excepción del Cónsul de Alemania que integra la misma pero nunca a participado activamente. Por otro lado la mayoría conoce a la Presidente y algunos también creen que la Fundación pertenece a otro país por poseer un nombre en inglés.

En este sentido, si se habla de una organización que no es conocida en absoluto, entonces las gestiones institucionales por medio de actividades diversas es fundamental; y es importante también destacar que las reuniones con los responsables de cada organización, permitirán un mejor acercamiento y posibilidades de dialogar abiertamente sobre la Fundación, sus objetivos, proyectos, servicios y ventajas que ofrece tanto a los Consulados como Empresas Multinacionales.

Por otro lado, esta primera reunión, abrirá las puertas para la generación de vínculos y el desarrollo de actividades conjuntas en un futuro, dado que el interés demostrado de acuerdo a los resultados de las entrevistas, ha sido notorio en relación al desarrollo de actividades necesariamente relacionadas a la cooperación internacional y educación para el crecimiento social.

- **Responsable:** Dirección de Relaciones Públicas de International Issues Foundation.

- **Fecha:** noviembre de 2005 a abril de 2006. Se reanudarán en febrero de 2006 en caso de no finalizar este año, debido a que el día de realización de las reuniones depende de los tiempos de las personas a visitar y no de los integrantes Fundación.

- **Lugar:** oficinas de los responsables de cada una de las organizaciones.

- **Duración de cada reunión:** treinta minutos aproximadamente.

- **Descripción General:** se realizarán reuniones con los responsables de los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba. Se comenzará en primer término, con aquellas personas que fueron entrevistadas durante el desarrollo del presente trabajo final de graduación, a los fines de tener mayores posibilidades de acceso y con el objetivo de cumplir con los compromisos asumidos previamente en relación a la presentación de la Fundación; y posteriormente se continuará con las restantes.

El objetivo primordial es generar vínculos con cada uno de ellos para promover la razón de ser de la Fundación, y fundamentalmente sus servicios y proyectos futuros en materia de cooperación internacional por medio del intercambio, actividades de desarrollo en pro del cumplimiento de su misión.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

Se tendrá en cuenta además, que desde el Gobierno de la Provincia de Córdoba, en la Agencia Córdoba Ciencia, existe un fuerte compromiso y planes de desarrollo para fomentar este tipo de acciones tendientes a promover el crecimiento por medio de vínculos locales, nacionales e internacionales. Por lo que, en las reuniones, se presentará no solo a la Fundación, sino primordialmente las actividades futuras a desarrollar, y de esta manera concientizar aún más, acerca de la importancia de desarrollar estas actividades, sumando el interés demostrado por las personas entrevistadas, en cuanto al fomento de políticas de cooperación internacional.

- Instrumentos de Comunicación a utilizar: durante el transcurso de las reuniones, se entregarán las carpetas institucionales confeccionadas para este fin, con el objeto de proporcionar información más detallada, dejar constancia de lo hablado y sobre todo, brindar mayores posibilidades de contacto con International Issues Foundation.

6) Planificación, coordinación, ejecución y evaluación del I Congreso de Cooperación Internacional.

- Objetivos:

- Propiciar instancias para el intercambio y generación de vínculos con grupos de interés locales, nacionales e internacionales en relación a los objetivos de la Fundación.
- Propiciar instancias para generar y fortalecer vínculos entre los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba por medio de International Issues Foundation.
- Fortalecer los vínculos con los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba.
- Promover actividades vinculadas a la educación.
- Legitimar a la Fundación como promotora de actividades vinculadas a temáticas de la agenda internacional.

- Justificación: de acuerdo a los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas en los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba, existe una fuerte necesidad de promover instancias vinculadas a la educación. Dichos grupos de interés manifestaron además que el establecimiento de lazos con International Issues Foundation se hará siempre y cuando la planificación estratégica sea acorde a sus políticas institucionales. A su vez, las empresas multinacionales pretenden vincularse con los Consulados para evaluar posibilidades de crecimiento comercial en otros países.

La realización de este Congreso será el resultado de un intenso trabajo de gestión institucional a lograr con las tácticas anteriores, respondiendo conjuntamente a los intereses de ambas organizaciones, a la vez de permitir el conocimiento de la Fundación por parte de públicos diversos relacionados a temáticas de la agenda internacional y con sólidos intereses en aprender y promover actividades de cooperación internacional.

Se favorece además, la participación de estudiantes y profesionales interesados, proporcionándoles la posibilidad de acceder al conocimiento de actores y temáticas de la agenda internacional.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

Por último, una característica muy importante a destacar, es que los Congresos son instancias muy positivas para generar relaciones con diversas personas e instituciones, y en este caso, International Issues Foundation será la promotora de estos vínculos contribuyendo a legitimar su misión; y a presentarse oficialmente ante todos los participantes.

- Organización: estará a cargo de International Issues Foundation. Los co-organizadores serán la Agencia Córdoba Ciencia junto con representantes de Fundación AVINA y Fulbright.⁷⁵ Con estas dos últimas organizaciones la Fundación ya tiene vínculos establecidos y sus objetivos tienen estrecha relación con la misma, por lo que se facilitan las gestiones institucionales para su participación.

- Públicos objetivo: Organizaciones no Gubernamentales, Universidades, responsables de Consulados, Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba, responsables de la Agencia Córdoba Ciencia y miembros del Gobierno de la provincia de Córdoba, estudiantes y profesionales de Relaciones Internacionales, Comercio Exterior, Relaciones Públicas e Institucionales y carreras afines; miembros de Cámaras vinculadas al ámbito internacional, medios de comunicación; y otras instituciones vinculadas a la investigación, asistencia y transferencia de tecnología por medio de la cooperación internacional.

- Fecha: octubre de 2006. (días a confirmar). La elección de este mes es con el objetivo de cumplir adecuadamente con todas las etapas de la planificación. A su vez se pretende realizarlo en el marco previo a la conmemoración del Día Internacional de la Paz el 11 de noviembre.

- Lugar de realización: Holiday Inn Córdoba.

- Duración: una jornada y media.

- Disertantes: profesionales vinculados al área de Relaciones Internacionales, miembros de International Issues Foundation, empresarios que desarrollan políticas de cooperación internacional, miembros del Cuerpo Consular, miembros del Gobierno local y nacional, personas vinculadas a la implementación de planes de Desarrollo Sostenible, miembros de ONG.

Se debe tener en cuenta que es una actividad que implica contar con un presupuesto para financiar su desarrollo. En este sentido, y de acuerdo a las tácticas anteriormente mencionadas, la Fundación estará en una etapa en la cual ya será conocida y las propuestas habrán sido presentadas; por lo que se acudirá a la búsqueda de sponsors por medio de un plan de fundraising.

⁷⁵. Ver información detallada Anexo IV



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

Matriz FODA de la Planificación y Ejecución del Congreso.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Desarrollo de Temáticas de sumo interés y relevancia en la actualidad.	Participación de actores vinculados a las temáticas de la agenda internacional.	Falta de conocimiento de la institución por parte de los públicos de interés.	No contar con la participación de algunos disertantes que sean referentes en materia de cooperación internacional.
Posibilidad de establecer vínculos con públicos de interés.	Colaboración de Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba		Posibilidad de realización de otros eventos en los mismos meses vinculados a temáticas similares.
Instancia propicia para presentar oficialmente a la Fundación en la sociedad.	Posibilidad de difusión en los medios masivos de comunicación.		Presupuesto del Congreso que no faciliten la ejecución de todo lo planificado.
Personas capacitadas para la organización.	Posibilidad de presentar la Fundación brindando a los públicos oportunidades de participación.		
Disertantes idóneos en temas de cooperación internacional	Alta concurrencia por ser un tema de interés en la actualidad.		
	Apoyo de la Agencia Córdoba Cultura.		
	Instancia vinculada estrechamente a la educación.		



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

Planificación del I Congreso de Cooperación Internacional

PRE CONGRESO

1

- Planificación de las temáticas a desarrollar.
- Invitación y confirmación de los disertantes.
- Alquiler del Salón.
- Selección y contratación del equipo técnico.
- Solicitud de ponencias y CV.
- Gestión para traslados y alojamiento de disertantes.
- Organización de actividades complementarias para disertantes: Excursión Estancias Jesuíticas
- Búsqueda y armado de base de datos necesarios para el cumplimiento de objetivos.
- Convocatoria de participantes.
- Establecimiento de modalidades de inscripción.
- Planificación y ejecución del Plan de Fundraising.
- Gestión de Prensa y Difusión con la siguiente información: Congreso, días, lugar, disertantes, datos de contacto.
- Ceremonial y Protocolo.
- Evaluación a realizar por los organizadores.

CONGRESO

2

- Acreditación y entrega de materiales.
- Control y asistencia permanente en sala de los disertantes y concurrentes.
- Conducción del Evento.
- Coordinación permanente del Evento.
- Coffee break durante los recesos.
- Registros fotográficos y fílmicos.
- Evaluación por medio de encuestas para los participantes.

POST CONGRESO

3

- Tabulación, análisis e interpretación de datos de la evaluación.
- Clipping de la Gestión de Prensa y Difusión del Congreso.
- Elaboración y distribución del informe final para organizadores, disertantes, sponsors, participantes, organismos oficiales.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

Descripción General de la Organización del Evento

- Diagrama de Organizadores y Co-organizadores



- Entidades que adhieren:

- Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto de la República Argentina
- Cuerpo Consular de la Provincia de Córdoba
- Universidades de la ciudad de Córdoba
- PNUD
- Gobierno de la Provincia de Córdoba
- Municipalidad de Córdoba



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

- Disertantes de las siguientes organizaciones

- Agencia Córdoba Ciencia (Córdoba)
- Fundación Avina (Córdoba – Buenos Aires)
- Fulbright (Buenos Aires)
- PNUD (Buenos Aires)
- ACNUR (Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados) – Buenos Aires
- Dirección Nacional de Cooperación Internacional (Buenos Aires)
- Ashoka Emprendedores Sociales (Buenos Aires)
- IARSE (Córdoba)

- Difusión

Se realizará una gestión de prensa a través de los medios de comunicación de la ciudad de Córdoba. A su vez, en la página web de la Fundación podrá encontrar información específica del Congreso. También, se confeccionarán afiches que serán ubicados en todas las Universidades de la ciudad de Córdoba y de otras provincias vinculadas a la temática del Congreso. También en organizaciones como Cámara de Comercio Exterior, Bolsa de Comercio de la Provincia de Córdoba, Oficina de la Región Centro, entre otros.

- Temáticas:

- Una nueva dimensión de la cooperación internacional para el desarrollo
- Nuevas tecnologías y cooperación al desarrollo.
- Las nuevas reglas del Juego. Hacia un Desarrollo Sostenible en América Latina.
- Cambiando el rumbo: una perspectiva global del empresariado para el desarrollo y el medio ambiente.
- Cooperación Internacional Universitaria
- Implementación de Programas y Estrategias del ACNUR en el Cono Sur.
- El acceso a la financiación pública, privada y de los organismos internacionales.
- Emprendedores Sociales en pro de la cooperación internacional – presentación de casos prácticos.

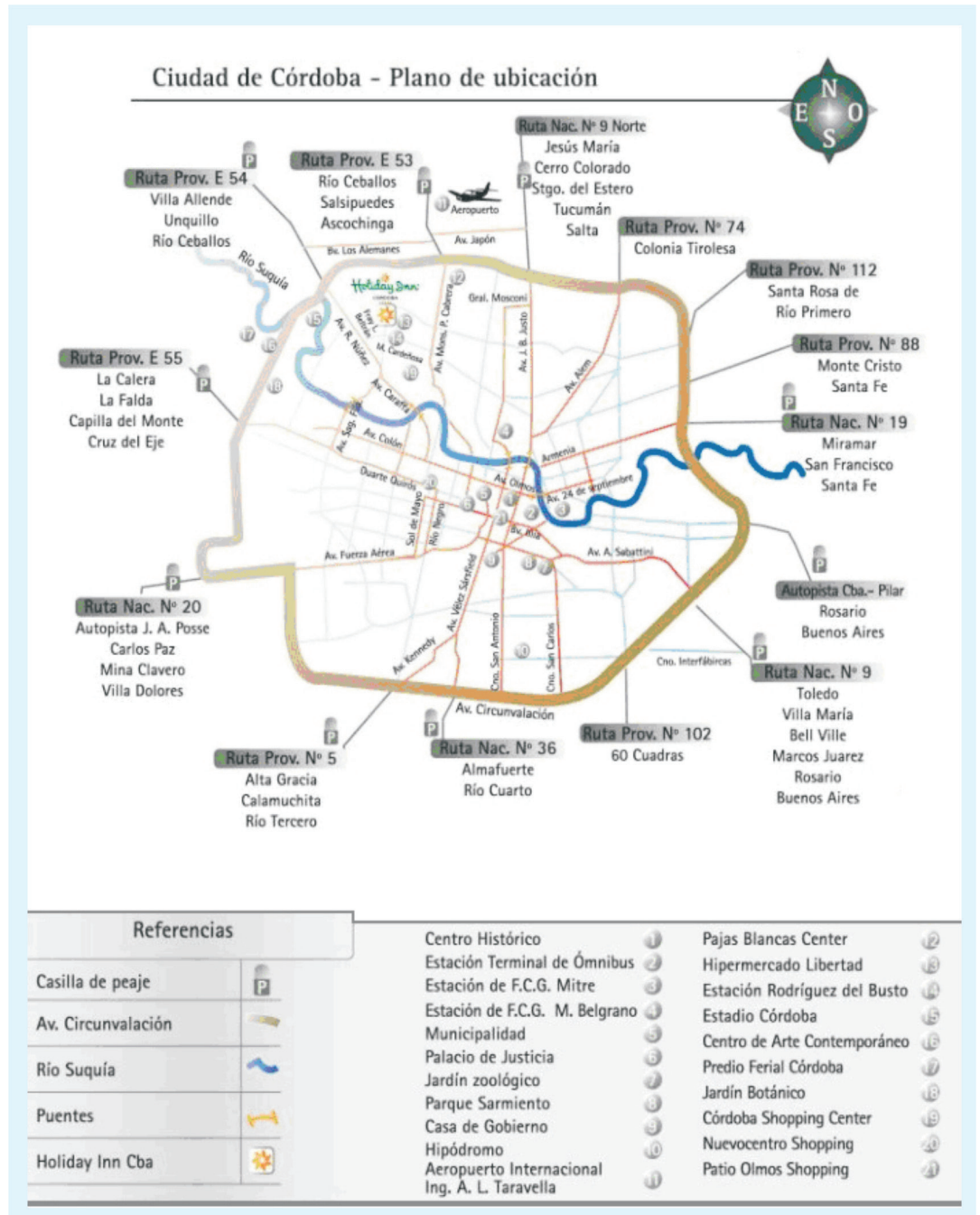


Descripción General del Lugar de realización Hotel Holiday Inn Córdoba



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

- Dirección: Centro Comercial Libertad – Fray Luis Beltrán y M. Cardeñosa. B° Poeta Lugones (5008) – Córdoba.
- Teléfono: (54-351) 477-9100/01
- Ubicación: extraído de la página Web del Hotel Holiday Inn Córdoba.





International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03






- Distancias desde el Hotel Holiday Inn Córdoba. [Ver Cuadro A.](#)
- Salón: Cerro de las Rosas A. Se toma en cuenta la disposición del lugar tipo Auditorio. [Ver Cuadro B.](#)

Cuadro A.

HACIA	TIEMPO ESTIMADO
Aeropuerto Pajas Blancas	12 minutos
Chateau Carreras	15 minutos
Restaurantes y Discos del Chateau	15 minutos
Zona Comercial Cerro de las Rosas I	10 minutos
Zona Comercial Cerro de las Rosas II	8 minutos
Pajas Blancas Center	7 minutos
Predio Ferial Córdoba	15 minutos
Córdoba Shopping Center	8 minutos
Nuevocentro Shopping	15 minutos
Patio Olmos	22 minutos

Fuente: página Web Hotel Holiday Inn Córdoba

Cuadro B.

 CAPACIDADES Y TARIFAS						
SALONES	M2	CÓCTEL	AUDITORIO	ESCUELA	TIPO U	BANQUETE
						
Cerro de las Rosas	640	1.100*	850*	400*	-	450**
Cerro de las Rosas A	370	750*	400*	200*	-	250**
Cerro de las Rosas B	115	120	100	50	50	80/50
Cerro de las Rosas C	115	120	100	50	50	80/50
La Cumbre	70	60	75	30	35	60
La Cumbre A	35	25	30	20	15	30
La Cumbre B	35	25	30	20	15	30
La Cumbrecita	50	50	40	20	18	40
Río Cuarto	85	100	100	50	40	-
Río Tercero	35	40	30	20	18	-
Río Segundo	40	40	30	20	20	-
La Soleada	250	300	-	-	-	200***
Foyer	207	200	-	-	-	-

*Con tarima pequeña / **Con pista, tarima pequeña y mesas de 10
 ***Con carpa *Valores expresados para Jornada completa.*

MAS INFO >>>

Fuente: página Web Hotel Holiday Inn Córdoba



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-'A'-03

- Distribución del espacio físico

- Ingreso al Centro de Convenciones / Foyer: se ubican la mesa de recepción y acreditaciones, stands de algunos sponsors y entidades que adhieren. Durante los recesos se realizan también los coffee breaks. Al finalizar el Congreso, este será el espacio de entrega de certificados.

- Salón Cerro de las Rosas A: es el lugar donde se llevarán a cabo las disertaciones. Se ubica aquí el escenario, equipo técnico y todo el material visual correspondiente a las entidades que adhieren y sponsors.

- Plano del Salón



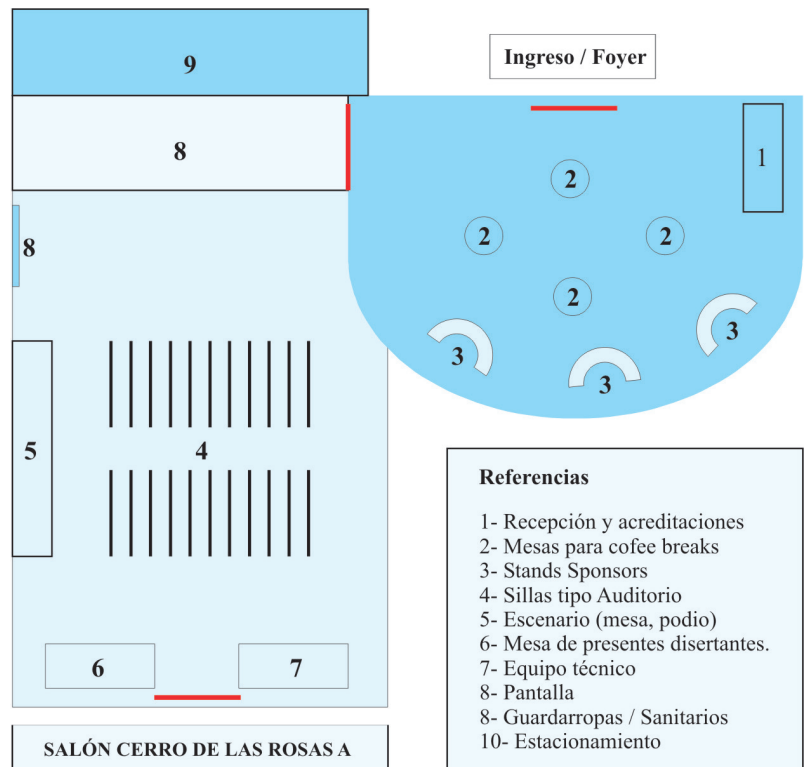


International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

• Distribución del espacio físico:

- Ingreso al Centro de Convenciones / Foyer: se ubican la mesa de recepción y acreditaciones, stands de algunos sponsors y entidades que adhieren. Durante los recesos se realizan también los coffee breaks. Al finalizar el Congreso, este será el espacio de entrega de certificados.

- Salón Cerro de las Rosas A: es el lugar donde se llevarán a cabo las disertaciones. Se ubica aquí el escenario, equipo técnico y todo el material visual correspondiente a las entidades que adhieren y sponsors.





International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

- En el caso que se ubiquen las banderas nacional y provincial, el orden será nacional y luego provincial.

CARTA A UTILIZAR EN EL PLAN DE FUNDRAISING. [Ver Página siguiente.](#)

- Precedencia de Autoridades :

En este caso se tomará en cuenta la participación de autoridades nacionales, provinciales, miembros del Cuerpo Consular y autoridades municipales; pero no en relación al rango debido a que eso se realizará una vez que esté confirmada la participación de cada uno de ellos.

En cuanto al Cuerpo Consular de la Provincia de Córdoba, los Cónsules Generales prederán a los Honorarios, y en caso de haber igualdad de jerarquía, prevalecerá la antigüedad en el grado.

- Precedencia de Banderas:

Es importante considerar este aspecto dado que al tratarse de un Congreso de Cooperación Internacional, habrá invitados provinciales, nacionales y extranjeros también, por lo que el orden de precedencias será el siguiente:

- La bandera nacional ocupará el lugar de honor.

- Las banderas de los demás países tendrán igual tamaño que la anterior.

- Se las ordenará en orden lineal, alfabético rotativo, en español dado que el evento es en Argentina.



International Issues Foundation

Pers. Jur. N° 002 -A-03

Sr.
Nombre
Cargo
Empresa/Institución
Lugar

Córdoba, día/mes/año

De mi consideración

Tengo el agrado de dirigirme a usted a los fines de informarle acerca de la realización del I Congreso de Cooperación Internacional a realizarse los días ... de Octubre de 2006 en la ciudad Córdoba.

Como le indicáramos en una oportunidad, International Issues Foundation es una Organización No Gubernamental que busca el desarrollo y entendimiento entre los pueblos prestando asistencia y servicio a la comunidad por medio de diversas actividades vinculadas a las grandes temáticas de la agenda internacional.

La cooperación al desarrollo es en nuestros días un área prioritaria de la política exterior de muchos países, que se ha revelado como un importante factor movilizador de recursos y voluntades en la sociedad civil. Este hecho ha provocado una demanda creciente de formación entre los estudiantes universitarios y entre quienes trabajan ya en el área pero necesitan aumentar su nivel de participación.

Por estos importantes motivos, desde el año 2005 estamos organizando el I Congreso Cooperación Internacional junto a la Agencia Córdoba Ciencia, Fulbright y Fundación Avina, para brindar un espacio no solo de formación sino también de intercambio de ideas y propuestas en relación a las grandes problemáticas que atraviesa el mundo, y que sin duda requieren colaboración y trabajo conjunto en pro de políticas de cooperación y desarrollo sostenible que beneficien a las generaciones actuales y futuras.

Contaremos además con la participación de destacados especialistas, del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados, del PNUD, Ashoka Emprendedores Sociales y el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria.

Por otra parte, asistirán miembros del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto de la Nación; Gobierno de la Provincia de Córdoba, Miembros del Cuerpo Consular de la Provincia de Córdoba, Municipalidad de Córdoba, docentes, profesionales y estudiantes de Universidades y otras Organizaciones No Gubernamentales vinculadas a la cooperación internacional.

Las tareas que se están realizando para la organización del evento se enmarcan dentro de un adecuado plan que permitirán llevarlo a cabo con resultados sumamente beneficiosos. Por ello, invitamos a su empresa a participar de este importante desafío, que con seguridad brindará formación de calidad para desempeñar funciones con mayor rendimiento, a la vez de propiciar instancias para el establecimiento de vínculos con destacadas organizaciones.

A la espera de una respuesta, hago propicia la oportunidad para saludar a usted muy atentamente.

Dra. Graciela Erramouspe de Pilnik
Presidente
International Issues Foundation

Nota: se adjuntan las modalidades de participación.

Co-Organizan:



25 de Mayo 66 3° of.3 C.P.5000 - Tel./Fax: 54-351-428008 - Córdoba Argentina
Mail: iif@ciudad.com.ar / www.iif.org.ar



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

MODELO DE TARJETAS DE INVITACIÓN PARA AUTORIDADES.

En su diseño se utilizará el estilo polivalente, es decir, un modelo genérico con espacios en blanco para completar.

- Especificaciones:

Tamaño: 18 x 12 cm.

Papel: Rives.Bright White 350 gms.

Impresión: Sistema Ink Jet (chorro de tinta)



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

La Presidente de International Issues Foundation
Dra. Graciela Erramouspe de Pilnik

Tiene el honor de invitar a....(espacio en blanco)....a....(espacio en blanco, dirá:
I Congreso de Cooperación Internacional)....en.....(espacio en blanco),
el...(espacio en blanco)....a las.....horas.

R.I.P.
(0351-428008)



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

MODELO DE AFICHE E INVITACIÓN PARA PARTICIPANTES.

Se diseñará un mail institucional que será enviado a los miembros de la base de datos confeccionada para el evento.

Especificaciones:

Tamaño original: 50 x 30

Papel: Ilustración 120 gms

Impresión: Laser Color

[Ver modelo en página siguiente](#)

GACETILLA DE PRENSA DE CONVOCATORIA AL CONGRESO.

Formato:

- Encabezado: isologotipo del I Congreso de Cooperación Internacional.
- Indicación "Gacetilla de Prensa"
- Fecha de emisión
- Título simple, breve, y atrayente.
- Desarrollo de la Información: dos párrafos.
- Cierre: un párrafo.
- Indicación de nombre del responsable, teléfono y correo electrónico para contactar.
- Redacción en hoja A4, una carilla, interlineado 1,5.



I Congreso de Cooperación Internacional

2006 - Córdoba - Argentina

(Días) de Octubre de 2006
Hotel Holiday Inn Córdoba
Arancel: \$ 60
Inscripción: (54-351) 428-008
congreso@iif.org.ar

Disertantes

- Disertante uno
- Disertante dos
- Disertante tres

Temario

- Una nueva dimensión de la cooperación internacional para el desarrollo
- Nuevas tecnologías y cooperación al desarrollo.
- Las nuevas reglas del Juego. Hacia un Desarrollo Sostenible en América Latina.
- Cambiando el rumbo: una perspectiva global del empresariado para el desarrollo y el medio ambiente.
- Cooperación Internacional Universitaria
- Implementación de Programas y Estrategias de ACNUR en el Cono Sur.
- El acceso a la financiación pública, privada y de los organismos internacionales.
- Emprendedores Sociales en pro de la cooperación internacional presentación de casos prácticos.

Dirigido a:

Funcionarios, empresarios, integrantes de Organizaciones No Gubernamentales, profesionales, estudiantes.

Organizan:





International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

PALABRAS DE BIENVENIDA AL I CONGRESO DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL A CARGO DE LA PRESIDENTE DE INTERNATIONAL ISSUES FOUNDATION.

I Congreso de Cooperación Internacional

Señoras y Señores representantes del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto de la Nación, miembros del Gobierno de la Provincia de Córdoba, miembros del Cuerpo Consular de la Provincia, miembros de la Municipalidad de la ciudad de Córdoba, integrantes de la Agencia Córdoba Ciencia de la Provincia de Córdoba, integrantes de Fulbright, Fundación Avina, miembros de la Cámara de Comercio Exterior de la Provincia de Córdoba, profesionales, docentes, estudiantes, público asistente..... buenos días. Es un orgullo para mí darles la bienvenida al I Congreso de Cooperación Internacional.

Como bien saben, la cooperación al desarrollo es un área que desde hace años, es una herramienta fundamental a la hora de hacer frente a los crecientes problemas y necesidades emergentes. Es un importante factor movilizador de recursos y voluntades que demanda un trabajo arduo y permanente en pro de políticas de desarrollo sostenible que beneficien no solo a las actuales sino también a las futuras generaciones.

Estos hechos son los que nos incentivaron a realizar este Congreso y así abrir nuevos cami-

nos de debate y acción, a la vez de generar instancias para fortalecer la educación y establecimiento de vínculos con destacados profesionales del ámbito internacional.

Como Presidente de International Issues Foundation y en representación de la Agencia Córdoba Ciencia de la Provincia de Córdoba, Fulbright y Fundación Avina, agradecemos su participación y anhelamos disfruten de este Congreso.

MODELO DE CARPETA Y HOJAS QUE SE INCLUIRÁN EN LAS CARPETAS A ENTREGAR A LOS PARTICIPANTES.

Además habrá información correspondiente a los sponsors que colaborarán con el Evento.

Especificaciones:

Tamaño: A4

Impresión: dos colores

Tipo de hoja: 90 gramos.

[Ver modelo en página siguiente.](#)

MODELO DE TARJETA DE REGALOS

Será entregada a los disertantes con el presente correspondiente como agradecimiento por su participación en el Evento.

Especificaciones

Tamaño original: 5 x 8 cm

Papel: ilustración brillante 180 grs.

Impresión: láser





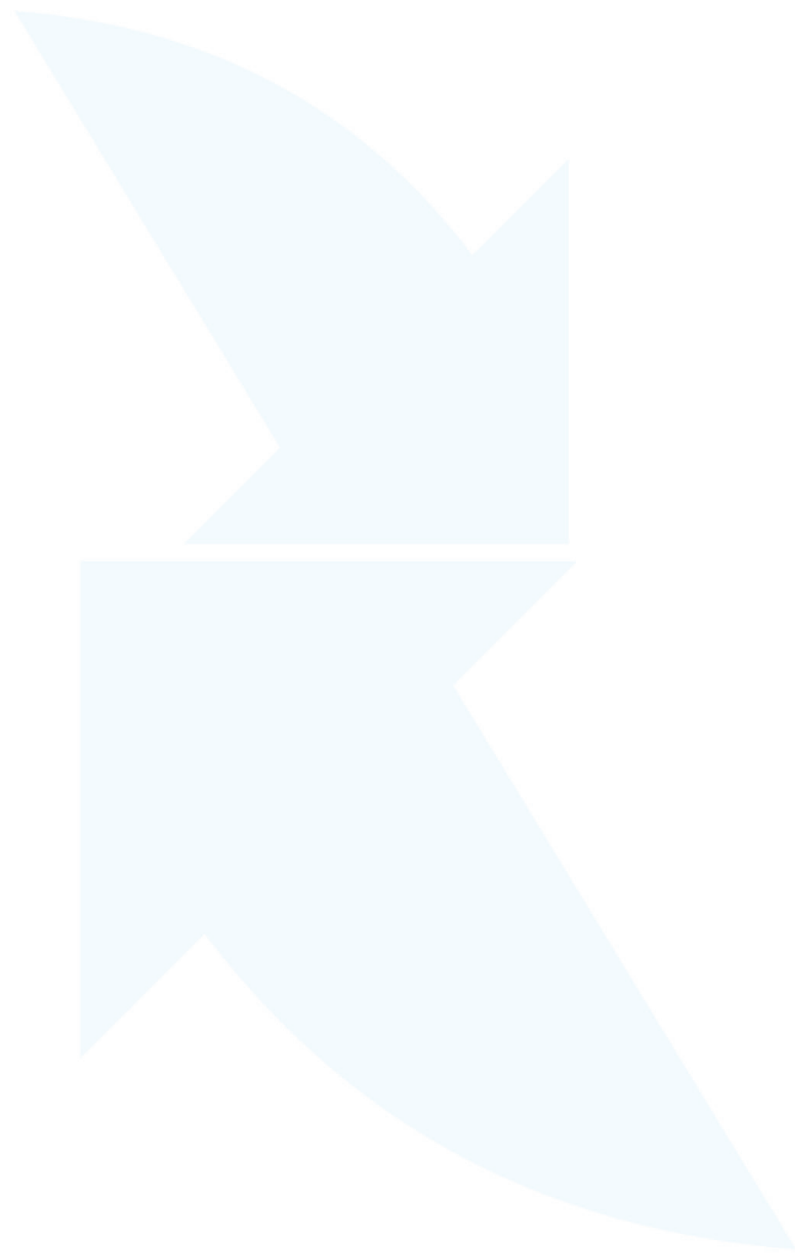
International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03





I Congreso de Cooperación Internacional

2006 - Córdoba - Argentina



International Issues Foundation
Phis. Jur. N° 002-76-03





International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

A continuación, se expone un diagrama de las Gestiones institucionales a desarrollar con las Tácticas del Plan propuesto. El objetivo es mostrar claramente que cada una de las actividades planteadas conlleva a la implementación de la siguiente, a excepción de las Reuniones con miembros de los Consulados y Empresas Multinacionales que son paralelas. A su vez se facilita la comprensión en cuanto a que la realización del I Congreso de Cooperación Internacional es la última actividad del Plan, y donde International Issues Foundation ya será conocida por sus públicos de interés, por lo que el fortalecimiento de vínculos y la implementación del plan de fundraising para financiar el mismo resultarán posibles.

Diagrama de las Gestiones Institucionales a Desarrollar con las Tácticas del Plan propuesto.



MEDICIÓN DE TÁCTICAS

Capítulo 12



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

12. MEDICIÓN DE TÁCTICAS

12.1. TÁCTICAS PROPUESTAS

1. Organización y realización de coaching organizacional.

- Técnicas de medición: se realizará una encuesta que será entregada a los participantes al finalizar la actividad.

- Aspectos que se evaluarán:
 - Temáticas
 - Disertantes
 - Satisfacción de los participantes
 - Trabajo Grupal
 - Comprensión de la actividad

- Modelo de Encuesta. [Ver página siguiente.](#)

1 . Considera que la organización de la actividad fue: Excelente Muy Buena Buena Regular Mala

Sugerencias:

2 . Marque con una cruz la opción que a su parecer es la adecuada:

- A . Exposición de los disertantes Excelente Muy Buena Buena Regular Mala
- B . Lugar de trabajo Excelente Muy Buena Buena Regular Mala
- C . Organización del espacio físico Excelente Muy Buena Buena Regular Mala
- D . Comprensión de la actividad Excelente Muy Buena Buena Regular Mala
- E . Duración de la actividad Excelente Muy Buena Buena Regular Mala

Sugerencias:

3 . ¿Cuál es su opinión respecto a las temáticas presentadas?

4 . ¿Cuál es su rol en International Issues Foundation?

- Presidente
- Dirección de Relaciones Públicas e Institucionales
- Project Director
- Entrepreneur Voluntier
- Visiting Researcher
- Miembro de Honor
- Asesor
- Otro. ¿Cuál?.....

5 . ¿Conoce usted la misión, objetivos y estructura organizacional de International Issues Foundation? Si No

6 . En caso de ser afirmativa la respuesta anterior, ¿cómo conoció la misión, objetivos y estructura de la Fundación?

.....
.....
.....

7 . ¿Conoce usted las actividades y proyectos de International Issues Foundation? Si No

8 . En caso de ser afirmativa la respuesta anterior, ¿cómo se enteró de las actividades y proyectos de la Fundación?

.....
.....
.....

9 . ¿Considera que lo expuesto en la actividad contribuye a su mejor conocimiento de International Issues Foundation?

Si No

¿Por qué?.....
.....

10 . ¿Qué dificultades y/o facilidades encontró al trabajar con su equipo?

.....
.....
.....

11 . ¿Qué aspectos de las actividades y proyectos de International Issues Foundation considera que deben ser mejorados?

.....
.....
.....

12 . ¿Participaría usted de otro coaching organizacional?

Si No

¿Por qué?.....
.....

9 . ¿Le interesaría trabajar como coach en una próxima actividad?

Si No

¿Por qué?.....
.....

Muchas Gracias.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-^A-03

12.2. PLANIFICACIÓN, COORDINACIÓN, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN DEL I CONGRESO DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL.

- Técnicas de medición: se realizará una encuesta que será entregada a los participantes del Congreso al comienzo del evento, y se solicitará la devolución cuando se entreguen los certificados. A su vez, durante el transcurso de las jornadas, se hará observación directa.

Por otro lado, para evaluar el equipo de trabajo, se realizará una reunión posterior al evento con la presencia de algunos miembros externos al mismo (empresas sponsors); con el objeto de obtener opiniones objetivas por medio del intercambio de ideas. Finalizada la misma se redactará un informe plenario.

- Modelo de Encuesta. [Ver página siguiente.](#)

ACTIVIDAD	TÉCNICA DE MEDICIÓN
Elección del lugar	Encuesta
Equipo técnico (sonido, iluminación)	Encuesta/Observación directa
Confort	Encuesta
Asistencia	Observación directa
Temáticas presentadas	Encuesta
Disertantes	Encuesta
Distribución de tiempos	Encuesta/Observación directa
Comportamiento del Público	Observación Directa
Satisfacción del Público	Encuesta

Sexo: M F

Edad:

Ciudad/Provincia:.....

Profesión:.....

Institución:.....

La siguiente encuesta es anónima y tiene como objetivo evaluar el desarrollo del I Congreso de Cooperación Internacional. Agradecemos responda las preguntas planteadas y entregue la misma al finalizar el evento.

1 . ¿Cómo se enteró de la realización del I Congreso de Cooperación Internacional?

- a) Revista. ¿Cuál?.....
- b) Radio. ¿Cuál?.....
- c) Televisión. ¿Cuál?.....
- d) Página Web. ¿Cuál?.....
- e) Correo Electrónico.
- f) Colega/amigo
- Otro. ¿Cuál?.....

2 . Con respecto a la elección del lugar de realización; ¿está conforme con el espacio elegido para realizar el Congreso?

Si No NS/NC

Sugerencias:.....
.....

3 . ¿Cuál es su opinión respecto a la recepción y acreditaciones del Congreso?

Excelente Muy Buena Buena Regular Mala

Sugerencias:
.....

4 . A su parecer, la disposición del espacio físico fue:

Excelente Muy Buena Buena Regular Mala

Sugerencias:
.....

5 . En relación al equipo técnico (sonido, iluminación), ¿cuál es su opinión?

Excelente Muy Buena Buena Regular Mala

Sugerencias:
.....

6 . ¿Cuál es su opinión respecto a la realización del I Congreso de Cooperación Internacional?

Excelente Muy Buena Buena Regular Mala

Sugerencias:
.....

7 . ¿Cuál es su opinión en relación a los disertantes?

Excelente Muy Buena Buena Regular Mala

Sugerencias:

8 . Califique cada una de las temáticas presentadas de 1 a 5 siendo 1 malo, y 5 excelente.

Una nueva dimensión de la cooperación internacional para el desarrollo
Nuevas tecnologías y cooperación al desarrollo.
Las nuevas reglas del Juego. Hacia un Desarrollo Sostenible en América Latina.
Una perspectiva global del empresariado para el desarrollo y el medio ambiente.
Cooperación Internacional Universitaria
Implementación de Programas y Estrategias de ACNUR en el Cono Sur.
El acceso a la financiación pública, privada y de los organismos internacionales.
Emprendedores Sociales en pro de la cooperación internacional presentación de casos.

1	2	3	4	5

9 . Enumere los tres disertantes que a su parecer desarrollaron favorablemente su temática:

- a).....
- b).....
- c).....

10 . Enumere los tres disertantes que a su parecer desarrollaron desfavorablemente su temática:

- a).....
- b).....
- c).....

11 . ¿Cuál es su opinión respecto a los tiempos de cada una de las disertaciones?

Excelente Muy Buena Buena Regular Mala

Sugerencias:

12 . ¿Cuáles son los temas vinculados a la cooperación internacional que le gustaría se desarrollen en próximos congresos?

- a).....
- b).....
- c).....
- d).....
- e).....

13 . ¿Cómo calificaría usted la organización general del evento? (siendo uno el menos favorable y diez el más favorable)

14 . ¿Le interesaría a usted participar nuevamente de un evento similar?

Si No NS/NC

Sugerencias:.....



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

- Modelo de Guía de Observación

Será realizada durante el evento por dos personas a los con el objeto de arribar a resultados objetivos.

Aspectos a evaluar	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
Concurrencia de participantes					
Asistencia de personal de sala					
Distribución del espacio físico					
Conducción del evento					
Sonido					
Iluminación					
Cumplimiento de los tiempos					
Comportamiento del Público					

PRESUPUESTO

Capítulo 13



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

13. PRESUPUESTO

A continuación se presenta el presupuesto para cada una de las Tácticas propuestas del Plan de Aplicación Profesional. Está estructurado en dos etapas debido a que la primera corresponde a un trabajo de gestión institucional que permitirá el establecimiento de vínculos con los públicos de interés. La segunda, corresponde a la Planificación, coordinación, ejecución y evaluación del I Congreso de Cooperación Internacional, en la cual se acudirá a la búsqueda de sponsors que permitirán el financiamiento teniendo en cuenta que el mismo tiene fines educativos. A su vez, los costos que se presentan son de acuerdo a las cotizaciones obtenidas por medio de cada uno de los proveedores y son parciales, debido a que en caso de concretarse el trabajo con ellos, se realizarán gestiones institucionales para reducirlos.

IMPLEMENTACIÓN DE TÁCTICAS

Hoja.1

Tácticas	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1. Organización y realización de Coaching Organizacional.			
- Presentación en formato Power Point	1	\$ 0	\$ 0
2. Reunión Personal con responsable de RRH y Cooperación Internacional de la Agencia Córdoba Ciencia.			
		\$ 0	\$ 0
3. Diseño de contenido de Carpeta Institucional para los públicos de interés.			
- Hojas A4 papel, 90 gramos, blancas.	100	\$ 0.05	\$ 5
- Impresión dos colores	100	\$ 0.15	\$ 15
- Carpetas100	20	\$ 2	\$ 40
4. Colaboración en el Rediseño de la Página Web			
			\$ 0
5. Planificación y ejecución de reuniones con miembros del Cuerpo Consular y Empresas Multinacionales.			
			\$ 0
COSTO PARCIAL			\$ 60
6. Planificación, coordinación, ejecución y evaluación del I Congreso de Cooperación Internacional.			
Salón (una jornada y media)	2 días	\$ 2000+IVA	\$ 4840
Hospedaje Disertantes: habitación single por noche	6	\$ 130+IVA	\$ 943.8
Traslado Internos: Stylo Viajes (por día)	2	\$ 130	\$ 260
Traslado Disertantes desde Buenos Aires Ida y vuelta Empresa: Aerolíneas Argentinas Clase Turista Impuestos: \$36.81 (incluidos en el costo)	6	\$296.81	\$1780.86
Imprenta 100 sobres 300 afiches 2000 hojas 350 carpetas 350 programas 300 gafetes		\$ 1800+IVA	\$ 2178

IMPLEMENTACIÓN DE TÁCTICAS

Hoja.2

Tácticas	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Equipos Técnicos: José Bich Sonido Iluminación Filmación Soporte Técnico	1	\$1000	\$1000
Fotografías: Héctor Luis Arroche 100 Fotografías impresas instantáneas CD con 250 fotos del Congreso		\$ 1500	\$ 1500
Varios (gastos generales)		\$ 1000	\$ 1000
Cenas	10	\$ 50	\$ 500
Presentes para los Disertantes	8	\$ 50	\$ 400
Cofee Break		\$ 5	\$ 1500
Cartelera Escenario/foyer		\$ 1400	\$ 1400
Locutor	1	\$ 400	\$ 400
Correo		\$ 600	\$ 600
CD's	320	\$ 2	\$ 640
Diseño Gráfico		\$ 700	\$ 700
Excursión: Stylo Viajes. Estancias Jesuíticas para Disertantes Estancias Jesuíticas Medio Día: de 9:00 a 13:00 / 14:00 a 18:00	10	\$ 45	\$ 450
Honorarios (5% del costo de matrículas)	300	\$ 60	\$ 900
COSTO PARCIAL			\$ 21052.66
Cobro de Matrículas a participantes	300	\$60	\$18000
COSTO TOTAL			\$ 3052.66

DIAGRAMA DE GANT

Capítulo 14

MESES	2005											
	OCTUBRE				NOVIEMB.				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Actividades Semanales												
Táctica 1: Coaching Organizacional												
Preparación del evento												
Armado de la presentación visual												
Envío de mail y llamados de invitación												
Preparación del espacio físico												
Realización del coaching												
Medición y evaluación												
Táctica 2: Reunión Personal Agencia Córdoba Ciencia												
Envío de mail para solicitar entrevista												
Preparación de información a presentar												
Realización de la reunión												
Mantenimiento de vínculos												
Táctica 3: Carpeta Institucional												
Preparación de información para el contenido												
Reunión con Diseñador Gráfico												
Diseño, producción y finalización												
Armado de las carpetas												
Táctica 4: Gestión rediseño Pagina Web												
Reunión con Diseñador Gráfico												
Corroborar contenido de la Página Web												
Incorporación de Información pertinente												
Mantenimiento de vínculos con Diseñador												
Táctica 5: Reuniones Personales												
Envío de mails a Consulados y Empresas mult.												
Llamados telefónicos para confirmar												
Realización de reuniones												
Mantenimiento de vínculos												
Táctica 6: I Congreso de Cooperación Internacional												
PRE CONGRESO												
Planificación de las temáticas a desarrollar												
Fijación de los días del evento												
Alquiler del Salón												
Invitación de los Disertantes												
Selección y Contratación del equipo técnico												
Confirmación de los disertantes												
Planificación y ejecución del plan de Fundraising												
Selección y Contratación de Diseñador Gráfico												
Gestión para traslados y alojamientos de Disertantes												
Diseño de instrumentos de comunicación del evento												
Impresión de instrumentos de comunicación												
Establecimiento de modalidades de inscripción												
Búsqueda y armado de base de datos												
Convocatoria de participantes												
Organización de actividades complementarias para disertantes												
Gestión de Prensa y Difusión												
Medición y evaluación de los organizadores												
CONGRESO												
Acreditación y entrega de materiales												
Control y asistencia permanente en sala a disertantes y concurrentes												
Coordinación permanente del evento												
Coffee break durante los recesos												
Registros fotográficos y filmicos												
Medición y evaluación												
POST CONGRESO												
Tabulación, análisis e interpretación de datos												
Clipping de la gestión de prensa y difusión												
Elaboración del informe final												
Distribución del informe a organizadores, disertantes, sponsors.												
Entrega de CD's para concurrentes y disertantes												

MESES	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Actividades Semanales																				
Táctica 1: Coaching Organizacional																				
Preparación del evento																				
Armado de la presentación visual																				
Envío de mail y llamados de invitación																				
Preparación del espacio físico																				
Realización del coaching																				
Medición y evaluación																				
Táctica 2: Reunión Personal Agencia Córdoba Ciencia																				
Envío de mail para solicitar entrevista																				
Preparación de información a presentar																				
Realización de la reunión																				
Mantenimiento de vínculos																				
Táctica 3: Carpeta Institucional																				
Preparación de información para el contenido																				
Reunión con Diseñador Gráfico																				
Diseño, producción y finalización																				
Armado de las carpetas																				
Táctica 4: Gestión rediseño Pagina Web																				
Reunión con Diseñador Gráfico																				
Corroborar contenido de la Página Web																				
Incorporación de Información pertinente																				
Mantenimiento de vínculos con Diseñador																				
Táctica 5: Reuniones Personales																				
Envío de mails a Consulados y Empresas mult.																				
Llamados telefónicos para confirmar																				
Realización de reuniones																				
Mantenimiento de vínculos																				
Táctica 6: I Congreso de Cooperación Internacional																				
PRE CONGRESO																				
Planificación de las temáticas a desarrollar																				
Fijación de los días del evento																				
Alquiler del Salón																				
Invitación de los Disertantes																				
Selección y Contratación del equipo técnico																				
Confirmación de los disertantes																				
Planificación y ejecución del plan de Fundraising																				
Selección y Contratación de Diseñador Gráfico																				
Gestión para traslados y alojamientos de Disertantes																				
Diseño de instrumentos de comunicación del evento																				
Impresión de instrumentos de comunicación																				
Establecimiento de modalidades de inscripción																				
Búsqueda y armado de base de datos																				
Convocatoria de participantes																				
Organización de actividades complementarias para disertantes																				
Gestión de Prensa y Difusión																				
Medición y evaluación de los organizadores																				
CONGRESO																				
Acreditación y entrega de materiales																				
Control y asistencia permanente en sala a disertantes y concurrentes																				
Coordinación permanente del evento																				
Coffee break durante los recesos																				
Registros fotográficos y filmicos																				
Medición y evaluación																				
POST CONGRESO																				
Tabulación, análisis e interpretación de datos																				
Clipping de la gestión de prensa y difusión																				
Elaboración del informe final																				
Distribución del informe a organizadores, disertantes, sponsors.																				
Entrega de CD's para concurrentes y disertantes																				

MESES	2006																							
	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMB.				OCTUBRE				NOVIEMB.			
Actividades Semanales	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Táctica 1: Coaching Organizacional																								
Preparación del evento																								
Armado de la presentación visual																								
Envío de mail y llamados de invitación																								
Preparación del espacio físico																								
Realización del coaching																								
Medición y evaluación																								
Táctica 2: Reunión Personal Agencia Córdoba Ciencia																								
Envío de mail para solicitar entrevista																								
Preparación de información a presentar																								
Realización de la reunión																								
Mantenimiento de vínculos																								
Táctica 3: Carpeta Institucional																								
Preparación de información para el contenido																								
Reunión con Diseñador Gráfico																								
Diseño, producción y finalización																								
Armado de las carpetas																								
Táctica 4: Gestión rediseño Pagina Web																								
Reunión con Diseñador Gráfico																								
Corroborar contenido de la Página Web																								
Incorporación de Información pertinente																								
Mantenimiento de vínculos con Diseñador																								
Táctica 5: Reuniones Personales																								
Envío de mails a Consulados y Empresas mult.																								
Llamados telefónicos para confirmar																								
Realización de reuniones																								
Mantenimiento de vínculos																								
Táctica 6: I Congreso de Cooperación Internacional																								
PRE CONGRESO																								
Planificación de las temáticas a desarrollar																								
Fijación de los días del evento																								
Alquiler del Salón																								
Invitación de los Disertantes																								
Selección y Contratación del equipo técnico																								
Confirmación de los disertantes																								
Planificación y ejecución del plan de Fundraising																								
Selección y Contratación de Diseñador Gráfico																								
Gestión para traslados y alojamientos de Disertantes																								
Diseño de instrumentos de comunicación del evento																								
Impresión de instrumentos de comunicación																								
Establecimiento de modalidades de inscripción																								
Búsqueda y armado de base de datos																								
Convocatoria de participantes																								
Organización de actividades complementarias para disertantes																								
Gestión de Prensa y Difusión																								
Medición y evaluación de los organizadores																								
CONGRESO																								
Acreditación y entrega de materiales																								
Control y asistencia permanente en sala a disertantes y concurrentes																								
Coordinación permanente del evento																								
Coffee break durante los recesos																								
Registros fotográficos y filmicos																								
Medición y evaluación																								
POST CONGRESO																								
Tabulación, análisis e interpretación de datos																								
Clipping de la gestión de prensa y difusión																								
Elaboración del informe final																								
Distribución del informe a organizadores, disertantes, sponsors.																								
Entrega de CD's para concurrentes y disertantes																								

CASH FLOW

Capítulo 15



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

15. CASH FLOW

INGRESOS					
Concepto	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero
TÁCTICAS					
Totales	\$ 91,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
EGRESOS					
Concepto	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero
TÁCTICAS					
Coaching Organizacional					
1. Copias de Encuestas de Evaluación	\$ -1,00				
Reunión Personal					
Carpeta Institucional					
1. Hojas A4 blancas	\$ -5,00				
2. Impresión dos colores	\$ -15,00				
3. Carpetas	\$ -40,00				
4. Diseño Gráfico, producción y finalización	\$ -30,00				
Colaboración Rediseño Página Web					
Reuniones Miembros Cuerpo Consular y Empresas Multinacionales					
I Congreso de Cooperación Internacional					
1. Pago de Alquiler del Salón					
2. Sponsors					
3. Hospedaje Disertantes					
4. Traslados Internos					
5. Traslados Disertantes desde Buenos Aires					
6. Imprenta					
7. Equipos Técnicos					
8. Fotografías					
9. Varios (gastos generales)					
10. Cenas					
11. Presentes para los Disertantes					
12. Coffee Breaks					
13. Carteleras Escenario / Foyer					
14. Locutor					
15. Correo					
16. CD's					
17. Diseño Gráfico					
18. Excursiones					
19. Encuestas de evaluación para concurrentes					
20. Matriculas Disertantes					
20. Honorarios					
Totales	\$ -91,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
FLUJO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

INGRESOS					
Concepto	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
TÁCTICAS					
Totales	\$ 1.037,89	\$ 1.037,89	\$ 1.237,88	\$ 0,00	\$ 2.339
EGRESOS					
Concepto	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
TÁCTICAS					
Coaching Organizacional					
1. Copias de Encuestas de Evaluación					
Reunión Personal					
Carpeta Institucional					
1. Hojas A4 blancas					
2. Impresión dos colores					
3. Carpetas					
4. Diseño Gráfico, producción y finalización					
Colaboración Rediseño Página Web					
Reuniones Miembros Cuerpo Consular y Empresas Multinacionales					
I Congreso de Cooperación Internacional					
1. Pago de Alquiler del Salón					
2. Sponsors	\$ -1.037,89	\$ -1.037,89	\$ -1.037,88		
3. Hospedaje Disertantes					
4. Traslados Internos					
5. Traslados Disertantes desde Buenos Aires					
6. Imprenta					\$ -1.089,00
7. Equipos Técnicos					
8. Fotografías					
9. Varios (gastos generales)			\$ -200,00		\$ -200,00
10. Cenas					
11. Presentes para los Disertantes					
12. Cofee Breaks					
13. Cartelera Escenario / Foyer					\$ -700,00
14. Locutor					
15. Correo					
16. CD's					
17. Diseño Gráfico					\$ -350,00
18. Excursiones					
19. Encuestas de evaluación para concurrentes					
20. Matrículas Disertantes					
20. Honorarios					
Totales	\$ -1.037,89	\$ -1.037,89	\$ -1.237,88	\$ 0	\$ -2.339,00
FLUJO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

INGRESOS					
Concepto	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	TOTAL
TÁCTICAS					
Totales	\$ 2.639,00	\$ 23.120,00	\$ 9.184,66	\$ 1.540,00	\$ 36.483,66
EGRESOS					
Concepto	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	TOTAL
TÁCTICAS					
Coaching Organizacional					
1. Copias de Encuestas de Evaluación					\$ -
Reunión Personal					
Carpeta Institucional					
1. Hojas A4 blancas					\$ -
2. Impresión dos colores					\$ -
3. Carpetas					\$ -
4. Diseño Gráfico, producción y finalización					\$ -
Colaboración Rediseño Página Web					
Reuniones Miembros Cuerpo Consular y Empresas Multinacionales					
I Congreso de Cooperación Internacional					
1. Pago de Alquiler del Salón		\$ -2.420	\$ -2.420,00		\$ -4.840,00
2. Sponsors					\$ -
3. Hospedaje Disertantes			\$ -943,80		\$ -943,80
4. Traslados Internos			\$ -260,00		\$ -260,00
5. Traslados Disertantes desde Buenos Aires			\$ -1.780,86		\$ -1.780,86
6. Imprenta	\$ -1.089,00				\$ -1.089,00
7. Equipos Técnicos		\$ -500	\$ -500,00		\$ -1.000,00
8. Fotografías		\$ -750	\$ -750,00		\$ -1.500,00
9. Varios (gastos generales)	\$ -200,00	\$ -200	\$ -200,00		\$ -600,00
10. Cenas			\$ -500,00		\$ -500,00
11. Presentes para los Disertantes			\$ -400,00		\$ -400,00
12. Cofee Breaks		\$ -750	\$ -750,00		\$ -1.500,00
13. Cartelera Escenario / Foyer	\$ -700,00				\$ -700,00
14. Locutor		\$ -200	\$ -200,00		\$ -400,00
15. Correo	\$ -300,00	\$ -300			\$ -600,00
16. CD's				\$ -640,00	\$ -640,00
17. Diseño Gráfico	\$ -350,00				\$ -350,00
18. Excursiones			\$ -450,00		\$ -450,00
19. Encuestas de evaluación para concurrentes			\$ -30,00		\$ -30,00
20. Matrículas Disertantes		\$ -18.000			#####
20. Honorarios				\$ -900,00	\$ -900,00
Totales	\$ -2.639,00	\$ -23.120	\$ -9.184,66	\$ -1.540,00	#####
FLUJO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00

EVALUACIÓN GLOBAL

Capítulo 16



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

16. EVALUACIÓN GLOBAL

Tácticas	Resultados Esperados	Resultados Logrados	Resultados Inesperados (+) / (-)	Técnicas de Evaluación
1- Organización y realización del coaching organizacional	Fortalecer el compromiso de los integrantes de la Fundación y optimizar las herramientas de comunicación interna			Encuesta .
2- Reunión Personal con responsable de RRll y Cooperación Internacional de la Agencia Córdoba Ciencia.	Generar vínculos para el desarrollo de actividades conjuntas en pro de sus programas de cooperación internacional.			
3-Diseño de contenido de Carpeta Institucional para los públicos de interés	Transmitir la misión, objetivos y actividades de la Fundación en Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba, para generar vínculos y realizar actividades conjuntas.			
4- Colaboración en el rediseño de la Página Web	Difundir el conocimiento de la misión, objetivos, integrantes y actividades de la Fundación para generar y fortalecer el establecimiento de vínculos con los públicos de interés.			
5- Planificación y ejecución de reuniones con miembros del Cuerpo Consular y Empresas Multinacionales.	Generar vínculos con los públicos de interés para que conozcan de la existencia, misión y actividades de la Fundación posibilitando trabajos de cooperación conjunta para el futuro.			
6- Planificación, coordinación, ejecución y evaluación del I Congreso de Cooperación Intern.	Fortalecer vínculos con públicos de interés, promover actividades educativas, legitimar las actividades de la Fundación.			Encuesta / Observación Directa/ reunión del equipo de trabajo.

CONCLUSIÓN Y REFLEXIÓN

Capítulo 17



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

17. CONCLUSIÓN Y REFLEXIÓN

CONCLUSIÓN.

Las Relaciones Públicas e Institucionales son una disciplina que presenta múltiples posibilidades de desarrollo para legitimarse como tal. Su carácter tridimensional implica una verdadera gestión por medio de la investigación, planificación, ejecución y evaluación de cada una de las actividades propuestas.

Por otro lado, el constante crecimiento de las organizaciones del Tercer Sector como promotoras del cambio social es más que satisfactorio, manifestando el compromiso para la resolución de problemas y la movilización de ideas y voluntades.

La organización objeto de estudio, es una Fundación que apunta fuertemente a promover el desarrollo e intercambio entre los pueblos, prestando asistencia y servicio a la comunidad por medio de diversas actividades vinculadas a las grandes temáticas de la agenda internacional.

En este marco, la cooperación internacional adquiere relevancia porque permite la creación de redes sumamente beneficiosas para captar externalidades que faciliten la supera-

ción de conflictos, entendimiento mutuo y optimización de trabajo conjunto entre los diferentes países del mundo.

Se ha argumentado que debido a su reciente creación, no es conocida por los públicos con los cuales desea establecer vínculos. Y en este sentido se ha resaltado que, los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba son primordiales debido a que su misión como promotores de acciones de cooperación, armoniza con los objetivos de International Issues Foundation, convirtiéndose en grupos de interés clave para la realización de actividades conjuntas en beneficio de la comunidad. Aquí es donde cobra importancia el posicionamiento institucional como un instrumento de gestión que permitirá a la Fundación ocupar un lugar privilegiado en la mente de sus públicos.

De acuerdo a la información recavada en la primera etapa de investigación, se ha corroborado además, que dichos públicos resaltan la importancia de poseer un Plan Estratégico sólido que armonice con sus políticas y priorice las acciones educativas y culturales en una sociedad que demanda fuertes compromisos para el necesario desarrollo, y donde la sinergia internacional debe ser notoria.

La problemática detectada, permitió la elaboración de un Plan Estratégico de Comunicación para posicionar institucionalmente a International Issues Foundation en los Consulados y Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba. En este sentido, se ha contemplado en la creación de cada una de las tácticas, la carencia de presupuesto para financiar las actividades, y se privilegiaron las acciones en las que prevalece la gestión institucional para el establecimiento y consolidación de vínculos con ellos.

El aporte desde la disciplina de Relaciones Públicas e Institucionales es sumamente positivo porque brindará importantes posibilidades para promover la integración en un ámbito poco explorado como el internacional; y donde la cooperación aparece en pleno auge. Además, en un mundo con cambios tan vertiginosos como el actual, apostar al trabajo de las ONG, implica integración y trabajo conjunto expandiendo iniciativas y fomentando el conocimiento de nuevas alternativas de acción en pro del desarrollo sostenido a largo plazo.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-'A'-03

REFLEXIÓN FINAL.

La realización del presente Trabajo Final de Graduación ha significado la culminación de un ciclo y el comienzo de importantes cambios como reciente profesional.

Estoy convencida que la temática abordada es de suma importancia para el crecimiento de las Relaciones Públicas e Institucionales dado que el Tercer Sector es un área que requiere mucha dedicación y compromiso, pero que genera impactos fuertemente beneficiosos en la comunidad por medio de planes estratégicos adecuados a la misión que se persigue.

Por otro lado, la cooperación internacional se presenta como una herramienta de creciente utilidad, y la posibilidad de explorar este campo desde la disciplina es poco conocido hasta el momento.

En el transcurso de estos cinco años de carrera he aprendido que las Relaciones Públicas e Institucionales son una disciplina con enorme potencial de desarrollo, y su ejercicio requiere la constante predisposición para solucionar problemas, predecir consecuencias, y asesorar en relación a las mejores alternativas que favorezcan la comprensión, el entendimiento y la cooperación con los grupos de interés.

La imagen positiva que una organización tiene, debe ser sostenida en el tiempo para que la generación de valor sea mayor y brinde más

oportunidades de contribuir en la generación de un impacto positivo en la sociedad.

Sin duda, haber optado por una organización de las características de International Issues Foundation, fue un gran desafío porque me permitió conocer áreas nuevas de desarrollo contemplando la escasez de recursos económicos y desconocimiento por parte de sus públicos de interés; convirtiendo esas debilidades en oportunidades de gestión para generar y fortalecer vínculos.

Lo trabajado en este proyecto, consolida fuertemente mi compromiso con la profesión, y me motiva a desafiar nuevos retos que con seguridad contribuirán de alguna u otra manera a seguir apostando para legitimar esta profesión.

BIBLIOGRAFÍA

Capítulo 18



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

18. BIBLIOGRAFÍA

1. AVILIA LAMMERTYN, Roberto Eduardo. Relaciones Públicas: estrategias y tácticas de comunicación integradora. Buenos Aires, Editorial Imagen, 2000.
2. ANDER – EGG, Ezequiel. Técnicas de Investigación Social. Buenos Aires, Editorial Lumen, 1995.
3. BARQUERO CABRERO, Daniel y Mario. El libro de oro de las Relaciones Públicas. Barcelona. Ediciones Gestión 2000. 1996.
4. BLACK, Sam. Casos de Relaciones Públicas Internacionales. Barcelona, Ediciones Gestión 2000 S.A, 1994.
5. BLACK, Sam. ABC de las Relaciones Públicas. Londres, Ediciones Gestión 2000 S.A., 1993.
6. CAPRIOTTI, Paul. La Imagen de la Empresa: estrategia para una comunicación integrada. Barcelona, Editorial El Ateneo, 1992.
7. DRUCKER, Peter. Dirección de Instituciones sin fines de lucro. Buenos Aires, Editorial El Ateneo, 2001
8. FASSIO, Adriana; PASCUAL, Liliana; SUAREZ, Francisco. Introducción a la Metodología de la Investigación. Buenos Aires, Ediciones Macchi, 2004.
9. FLORES BAO, Francisco. Relaciones Públicas: ciencia de la integración humana. Editorial Imprenta Desa, 1978.
10. GRUNIG, James; HUNT, Todd. Dirección de Relaciones Públicas. Barcelona, Ediciones Gestión 2000, 2000.
11. GUTIERREZ, Alicia. Pierre Bourdieu: las prácticas sociales. Buenos Aires, Centro Editor de América Latina S.A. 1994.
12. HERNANDEZ SANPIERI, R; FERNANDEZ COLLADO, C; BAPTISTA LUCIO, P. Metodología de la Investigación. México, McGraw Hill. 1998
13. MERCADO, Salvador. Relaciones Públicas aplicadas: un camino hacia la productividad. México, Editorial Thomson Learning, 2002.
14. PALADINO, Marcelo. La responsabilidad de la empresa en la sociedad. Buenos Aires. Grupo Editorial Planeta. 2004.
15. PEARSON, Frederic; ROCHESTER, J.Martin. Relaciones Internacionales: situación global en el Siglo XXI. España, Editorial Mc Graw Hill, cuarta edición.
16. PRIESS, Frank. "Comunicación política en tiempos de crisis", Revista Contribuciones. Buenos Aires. Año XIX, nº 2. 2002.
17. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Diccionario de la Lengua Española. Madrid, Editorial Espasa Calpe, 1992
18. SABINO, Carlos. Cómo hacer una tesis y elaborar todo tipo de escritos. Buenos Aires, Editorial Lumen, 1998.
19. SCRIBANO, Adrián. Introducción al Proceso de Investigación en Ciencias Sociales. Córdoba, Editorial Copiar, 2002
20. SCHEINSOHN, Daniel. Más allá de la Imagen Corporativa. Buenos Aires, Ediciones Macchi, segunda edición. 2000.
21. STOLTZ, Volker. "A world of Difference", Frontline: the global Public Relations Quarterly. Septiembre 2001. Vol. 33.
22. TOBAR, Federico; FERNANDEZ PARDO, Carlos. Organizaciones Solidarias: gestión e innovación en el Tercer Sector. Buenos Aires, Lugar Editorial, 2001
23. TROUT, Jack; RIVKIN, Steve. El Nuevo Posicionamiento. México, McGraw Hill, septiembre 1998.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

24. TRISTANY, R; TRISTANY, M. Ceremonial Práctico. Buenos Aires, Editorial El Ateneo, 1974.
25. VILLAFANE, Justo. Imagen Positiva. Madrid. Ediciones Pirámide, 1998.
26. WILCOX, Dennis; AUTT, Philips; AGEE, Warren; CAMERON, Glenn. Relaciones Públicas: estrategias y tácticas. Madrid, Editorial Pearson Addison Wesley, 2001.

SITIOS WEB.

1. BERRA, Mariela. "Innovación Tecnológica y Nuevas Formas Organizacionales". Investigadora de la Universidad de Turín, Italia. Julio, 1995. Disponible en: <http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num9/doc8.htm#n20a>
2. Centro para la acción de la Responsabilidad Social Empresarial. Guatemala. Disponible: <http://www.iarse.org/site/downloads/publicaciones/armadodefiniciones.pdf>
3. FEOLE, H. Responsabilidad Social Empresarial y Capitalismo. Disponible en: <http://www.iarse.org/site/downloads/publicaciones/reflexiones.pdf>
4. "Fortalecimiento Institucional en Cooperación Internacional" Documento Programático 2001 – 2002. Texto aprobado por la 68ª Reunión del Consejo Directivo de la OEI en Valencia (España) el 26 de Marzo de 2001. Disponible en: <http://www.oei.es/cooperación/experto>.
5. Fundación PROhumana de Chile. Disponible en: <http://www.iarse.org/site/downloads/publicaciones/armadodefiniciones.pdf>
6. Gobierno de Córdoba – Agencia Córdoba Ciencia: Área de Planificación Estratégica. Disponible en: <http://www.cba.gov.ar/vercanal.jsp?idCanal=6966>
7. GRAJEW, O. La Responsabilidad Social debe ser tomada en serio. Disponible en: <http://www.iarse.org/site/modules.php?name=Sections&op=viewarticle&artid=4>
8. GRAJEW, Oded. "Reflexiones sobre las ONG – Más madera para el debate". Disponible en: <http://www.iniciativasocial.com>
9. "Mensaje de Kofi Annan al III Foro Social Mundial". Disponible en: <http://www.iarse.org/site/modules.php?name=sections&op=viewarticle&artid=5>
10. Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. Disponible en: <http://www.mrecic.gov.ar/dgcin/introduccion.html#Objetivos>
11. Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. Disponible en: <http://www.mrecic.gov.ar/dgcin/introduccion.html#intro>
12. Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Inter-



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

nacional y Culto. Disponible en: <http://www.mrecic.gov.ar/dgcin/index.html>

13. MORELLO, Gabriel. El rol de las empresas en América Latina. Disponible en: <http://www.iarse.org/site>

14. REY MARCOS, Francisco. "Reflexiones sobre las ONG – Más madera para el debate". Disponible en: <http://www.iniciativasocial.com>

15. TEIXIDÓ, Soledad. Responsabilidad Social ¿un aporte para la paz mundial? Fundación PROhumana (Chile). Disponible en: <http://www.iarse.org/site/downloads/publicaciones/reflexiones.pdf>

16. VILLARREAL, Nelson. "Las ONG's y las Políticas Públicas". Disponible en: <http://www.uruguay.com/laonda/LaOnda/Documentos/Ciudadania%20y%20Estado%202.htm>



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

ANEXO I

Consulados de la ciudad de Córdoba			
Consulado	Austria	Brasil	
Nombre	Federico Víctor Scherzer	Francisco Fontenelle	
Cargo	Cónsul Honorario	Cónsul General Adjunto	
Estructura y Actividades	Organización Funcional	No hay. "Tengo mi propia actividad", "no tenemos infraestructura suficiente, es muy chico", "el área consular es muy precaria"	Sector Consular, Promoción Comercial, Administración, Comunicación, Cultura.
	Importancia de difundir su cultura a la sociedad cordobesa.	Considerada importante, "Para nosotros es muy importante que se conozca nuestra cultura"	Muy importante.
	Área de difusión cultural	No hay. "Yo estoy a cargo y no tengo mucho tiempo", "se hace el nexo con una institución que se encargue"	Hay una. Llamada también de Cooperación Educacional.
	Actividades culturales	Pocas. Gestionadas por la Embajada. "Acá se encarga todo Pro Arte Cba por un vínculo con ellos"	Permanentes. "Cuando hay interés de alguna institución argentina se hace contacto"
	Medios de difusión de actividades culturales	No son planeados. Dependen del evento.	Teléfono, correo electrónico, cartelera.
Cooperación Internacional	Importancia otorgada	Considerable.	Considerable.
	Contribución	Permanente.	Permanente.
	Modos de Contribución	Actividades Comerciales. "hacemos nexos con Austria y el Consulado es intermediario".	Actividades culturales, comerciales, becas de posgrado.
Tercer Sector	Importancia de establecer redes con ONG's en la ciudad de Córdoba	Es importante. Para actividades específicas.	Poco Importante
	Existencia de vínculos actuales con ONG's	No. "Es algo más bien esporádico para cumplir con objetivos específicos"	Ninguno
	Motivos y razones de crear y mantener vínculos	Es importante, son intermediarias. "Facilitan el conocimiento de nuestras actividades más allá de las cotidianas"	Solo para actividades específicas.

International Issues Founda	Opinión sobre existencia de fundación de carácter internacional en la ciudad de Córdoba	“Es importante siempre que se persigan objetivos nobles.”	“Puede ser importante, todo es útil”
	Opinión de establecer vínculos con organización de carácter internacional	Positivo para difundir lo que hace el Consulado. “Siempre que haya un plan el Consulado estará dispuesto.” “No tenemos infraestructura”.	Contradictoria. “las organizaciones no están acá en Argentina para tener relación con el Consulado de Brasil sino con as autoridades de Argentina”
	Conocimiento de su existencia	NO. “Nunca escuché hablar de ella” Conoce solo a la presidente. “¿Y ella tiene una fundación?”	NO.
	Conocimiento de sus actividades	NO	NO.
	Participación de sus actividades	NO	NO
	Existencia de vínculos actuales	NO. Solo con la presidente por medio del Rotary	NO.
	Atributos considerados necesarios para establecer vínculos	Existencia de un plan. “plan con objetivos específicos, verificables”.	Objetivos claros. “Tengo que ver a qué se dedica, quién lo financia”
	Expectativas e intereses de sus servicios	“Que sirvan de intermediarios para hacer algo que nosotros no podemos”	Repetición en cuanto a objetivos claros.
	Ventajas de establecer vínculos	Muchas. “No tenemos infraestructura...es de mucha utilidad para el Consulado”	“Aquí no complicamos nada, si hay intereses comunes está bien, pero hay que ver cómo es la organización”
	Desventajas de establecer vínculos	No hay.	No es una organización conocida

Consulados de la ciudad de Córdoba			
Consulado	Suiza	Francia	
Nombre	Dr. Ricardo Julio Rysler	Pablo Sonzini Astudillo	
Cargo	Cónsul Honorario	Cónsul Honorario	
Estructura y Actividades	Organización Funcional	No hay. Solo Cónsul y Secretaria de su actividad particular. "mi relación es c/ la Embajada directamente."	No hay. Solo Cónsul, Vicecónsul y Secretaria "no tiene presupuesto"
	Importancia de difundir su cultura a la sociedad cordobesa.	Muy importante. Gestionada desde la Embajada. "Hay mucho para dar a conocer"	Muy poca desde el Consulado.
	Área de difusión cultural	No hay. "La única que puede hacerlo es la Sociedad de Socorro Mutuo, indepte. del Consulado, ahí sí se difunde algo"	"No hay estructura. . . Entonces toda esta pequeña oficina dentro de esto (Alianza Francesa) tiene Inmunidad Diplomática"
	Actividades culturales	Pocas. "La mayoría queda en Bs.As. ..no quieren darnos mucho trabajo por ser un Consulado Honorario"	Organizadas por la Embajada. Alianza Francesa organiza algunas.
	Medios de difusión de actividades culturales	No son planeados, ocasionales para el evento. "y lo hago yo únicamente porque no tengo a quién delegar"	No hay. No depende de ellos
Cooperación Internacional	Importancia otorgada	Poca.	Mucha. Fuertes vínculos con Cons. Alemán. "Es enorme lo que hacen cada uno de los Consulados en lo que concierne a la Cooperación.
	Contribución	"La Embajada tiene gente que se dedica a eso"	"Es importantísimo lo que se está haciendo, es enorme lo que se está haciendo y en la medida que las provincias y el Estado Nacional muestren más receptividad. . . que en Córdoba si se lo está haciendo, esto entonces se va a re contra multiplicar."
	Modos de Contribución	No se especifica.	Generación de inversiones francesas, convenios, apoyos universitarios, intercambios profesionales, promoción turística, salud, vínculos con Ministerios

Tercer Sector	Importancia de establecer redes con ONG's en la ciudad de Córdoba	Considerable	Considerable. Se considera muy importante, es de carácter permanente.
	Existencia de vínculos actuales con ONG's	Ninguno. "Supongo que en Bs.As lo tienen pero acá nada"	"Si...muchísimo". El Consulado es intermediario para realizar prácticas profesionales por medio de intercambios.
	Motivos y razones de crear y mantener vínculos	No especifica.	Trabajo y educación principalmente.
International Issues Founda	Opinión sobre existencia de fundación de carácter internacional en la ciudad de Córdoba	Importante. "Me parece importante, fundamental, muy bien está eso".	Importante. Los beneficios son notorios.
	Opinión de establecer vínculos con organización de carácter internacional	"Sería muy importante, muy importante"	"El Consulado puede contribuir con la Fundación, y contribuir con la organización enriquece al Consulado".
	Conocimiento de su existencia	NO	NO. Conoce a la Presidente. "Por supuesto, es amiga mía"
	Conocimiento de sus actividades	NO	NO.
	Participación de sus actividades	NO	NO
	Existencia de vínculos actuales	NO	NO.
	Atributos considerados necesarios para establecer vínculos	"Tendría que conocer bien sobre el tema"	Planificación, organización, alentar desarrollo de actividades.
	Expectativas e intereses de sus servicios	No especifica. "Se pueden potenciar más muchísimas cosas que de otra manera no se harían"	Realización de actividades políticas, de salud, cooperación, intercambio, integración entre los pueblos.
	Ventajas de establecer vínculos	Muchas. "Siempre estas cuestiones benefician a todo el mundo"	Muchas. "A Francia le viene bien involucrarse con actividades de este tipo...si el Consulado consigue ayudarlo, también está justificada su misión"
Desventajas de establecer vínculos	Ninguna.	Ninguna.	

Consulados de la ciudad de Córdoba			
Consulado	España	Alemania	
Nombre	Dr. Pablo Sánchez Terán	Carlos Walter Oechsle	
Cargo	Cónsul General	Cónsul Honorario	
Estructura y Actividades	Organización Funcional	Protección de españoles en el extranjero, visado, visita a presidiarios, registro civil, documentación.	No hay por ser honorario. Cónsul y Secretaria. Realizan actividades comunes para ciudadanos alemanes.
	Importancia de difundir su cultura a la sociedad cordobesa.	Mucha y permanente por medio de vínculos con otras instituciones	Mucha y permanente.
	Área de difusión cultural	No hay, se delega a Casa de España, Centro Cultural España-Córdoba, Sociedad Española de Socorros Mutuos.	No hay. Lo maneja todo el Instituto Goethe.
	Actividades culturales	Exposiciones artísticas, conciertos, ciclos de cine. Hay una biblioteca con información de España.	Exposiciones artísticas, cine, obras de teatro, muestras de pintores.
	Medios de difusión de actividades culturales	Folletos, Carteleras, Internet, teléfono.	Internet, carteleras, folletos.
Cooperación Internacional	Importancia otorgada	Mucha y permanente.	Mucha y permanente. Fuerte vínculo con Consulado de Francia para actividades conjuntas.
	Contribución	Permanente. "la cooperación al desarrollo la gestiona la Agencia Española de Cooperación Internacional".	Permanente. Se gestiona mucho desde la Embajada.
	Modos de Contribución	Créditos de España para financiar mejoras en inversiones (hospitales, escuelas, empresas), becas de estudio. "la actividad de inversión es destacadísima"	Inversiones, educación, actividades culturales, salud.

Tercer Sector	Importancia de establecer redes con ONG's en la ciudad de Córdoba	Mucho. Sobre todo ayuda económica por extremas necesidades. "tenemos que luchar para que se haga"	Mucho. Sobre todo con las vinculadas a educación. "Tenemos un presupuesto otorgado por el Ministerio de Relaciones Exteriores de Alemania".
	Existencia de vínculos actuales con ONG's	Muy poco. Todo lo maneja AECI que gestiona muchos vínculos en el mundo desde ahí. El Consulado es intermediario en la recepción de convocatorias.	Sí. Por medio de compra de materiales, medicamentos, educación.
	Motivos y razones de crear y mantener vínculos	Educativas (formación de profesionales, prácticas, becas), caritativas, desarrollo económico.	Desarrollo económico, educación, actividades caritativas.
International Issues Founda	Opinión sobre existencia de fundación de carácter internacional en la ciudad de Córdoba	Muy buena. "Enorme proyección que tienen las Universidades de Córdoba" "esto constituye un centro importante, tradicional, de carácter más intelectual".	Muy buena. Se debe privilegiar mucho la educación con las actividades.
	Opinión de establecer vínculos con organización de carácter internacional	A favor. "Por supuesto que es útil todo aquello que se haga para promover las relaciones por ejemplo entre Universidades."	A favor, pero no de manera activa por la cantidad de actividades actuales.
	Conocimiento de su existencia	NO	SI. Pero más a la Presidente, trabajan juntos también en el Club de Rotarios.
	Conocimiento de sus actividades	NO	NO.
	Participación de sus actividades	NO	NO
	Existencia de vínculos actuales	NO	SI. Pero no activamente.
	Atributos considerados necesarios para establecer vínculos	Planificación. Gestión de Becas para ciudadanos argentinos, actividades educativas, presentación de proyectos para obtener apoyo de España.	Planificación. "Lo fundamental es educación, educación y educación"
	Expectativas e intereses de sus servicios	Contribuir lo más que se pueda a la cooperación.	Actividades vinculadas a la educación.
	Ventajas de establecer vínculos	Mayor cooperación educativa comercial, mejores gestiones, fortalecimiento de vínculos.	Muchas. "Siempre y cuando se tenga un adecuado plan que parta de la educación".
	Desventajas de establecer vínculos	No hay.	Ninguna. "No encuentro ninguna

Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba			
Empresa	Grupo Ecypsa	Promedon S.A.	
Nombre	Felipe Poretti	Carolina Morán	
Área	Marketing (Titarelli)	Comunicaciones y Mkt	
Estructura y Actividades	Organización Funcional	Dos grandes divisiones: agroindustrial y mercado de capitales y desarrollo inmobiliario. En San Juan, La Rioja, Mendoza, Córdoba y Buenos Aires.	Presidente, vicepresidente, RHU, Gerente de productos, Comunicación y Mkt, Logística. Gerente general por UEN en c/país: Brasil, Chile y Arg. Administración en cada país además del gral. Tb' exporta.
	Área de Relaciones Institucionales	C. Interna: una persona. C. Externa: cada división tiene su política.	Sí. Es para todas las UEN, pero c/u tiene tb' un asistente de mkt.
Cooperación Internacional	Importancia otorgada	Netamente comercial. "Pero más allá de eso... siempre se busca cualquier preferencia que pueda ser beneficiosa"	Muy importante. Es una empresa cordobesa que buscó proyectarse al mdo. Internacional.
	Contribución	Comercial.	Si. Sobre todo comercial pero respetando la cultura de cada país y funcionando como un cluster.
	Modos de Contribución	Inversiones, desarrollo económico, crecimiento industrial.	Inversiones, exportaciones, comunicaciones integradas, vínculos con Consulados Embajadas para hacer negocios en otros países. "La empresa ha aprovechado los contactos institucionales para después lograr un contacto comercial".
Tercer Sector	Importancia de establecer redes con ONG's en la ciudad de Córdoba	Es importante.	Muy importante. "Si bien se corre el riesgo de caer en la moda, la RSE la venimos aplicando desde siempre"
	Existencia de vínculos actuales con ONG's	Si. Solo la división de desarrollo inmobiliario, la otra es muy reciente.	Si. "Pero formalmente con el larse". Cada empleado es voluntario independiente en otras ONG's. Ej: Banco de Alimentos.
	Motivos y razones de crear y mantener vínculos	Años de experiencia en el servicio. "...a partir de todo su trabajo y de su devenir con la comunidad	Es necesario trabajar en la comunidad, ayudar en lo que se pueda. "La persona encargada en Sta.Fe estuvo muy involucrada en lo que fue posterior a la inundación".
	Aportes económicos a actividades de ONG's	NO.	NO. Llevan poco tiempo trabajando. Voluntariado, charlas, capacitación, directivos que cuentan su experiencia en el larse.

Tercer Sector	ONG's con las que colaboraría	NO. Se encarga división desarrollo inmobiliario	NO. No está definido
	ONG's con las que no colaborarían	NO.	NO. No está definido. Decisiones tomadas por el Directorio.
International Issues Founda	Opinión sobre existencia de fundación de carácter internacional en la ciudad de Córdoba	Buena. "todo lo que tenga que ver con transferencia cultural está muy arraigado con todo, inclusive con el desarrollo de la economía de cada país"	Buena. "Me parece muy importante que esté acá en Córdoba" "hay una movida grande de todo lo que es promoción cultural".
	Opinión de establecer vínculos con organización de carácter internacional	Buena. Siempre que beneficie a la organización para establecer contactos.	Buena. Siempre que beneficie a la organización para establecer contactos comerciales
	Conocimiento de su existencia	NO	NO. "¿Es de Córdoba? Porque como el nombre es en inglés"
	Conocimiento de sus actividades	NO	NO.
	Participación de sus actividades	NO	NO
	Existencia de vínculos actuales	NO	NO
	Atributos considerados necesarios para establecer vínculos	"Tendría que tener lazos o contactos entre diferentes países, y empresas y actores, que permitan que ese flujo se concrete"	Roles y objetivos claros. "Que tengan que ver con los valores que rigen a la empresa"
	Expectativas e intereses de sus servicios	Que sea facilitadora de las actividades de la organización.	"Presentar a las empresas de alguna manera cuáles son las oportunidades comerciales con otros países"
	Ventajas de establecer vínculos	"Acceso que se consigue a actores de carácter internacional"	Oportunidades comerciales. "Mientras tanto hay que ver qué demandan estas fundaciones a las empresas que participan o no"
	Desventajas de establecer vínculos	Ninguna.	"Desventajas no le encuentro... Ventajas muchas"

Tercer Sector	ONG's con las que colaboraría	No especifica.	NO.
	ONG's con las que no colaborarían	Las que no tengan objetivos éticos, ni plan.	NO.
International Issues Founda	Opinión sobre existencia de fundación de carácter internacional en la ciudad de Córdoba	Buena. "yo creo que la labor de las fundaciones tiene que estar lo más cercana posible de los públicos que lo necesitan"	Buena. "Yo creo que los objetivos en los que se apoyan para trabajar es lo que vale"
	Opinión de establecer vínculos con organización de carácter internacional	"Según sean los propósitos no tenemos inconvenientes"	Es bueno, fundamental la educación.
	Conocimiento de su existencia	NO. Conoce a la Presidente de la fundación.	NO. Conoce a la Presidente de al Fundación.
	Conocimiento de sus actividades	NO	NO.
	Participación de sus actividades	NO	NO
	Existencia de vínculos actuales	NO	NO
	Atributos considerados necesarios para establecer vínculos	Planificación. "el atributo es tener un plan adecuado al pensamiento que en ese momento Fiat tiene sobre qué sector de la comunidad va a intervenir"	Planificación con objetivos claros. "que verdaderamente sea una verdadera sinergia internacional"
	Expectativas e intereses de sus servicios	Actividades vinculadas a la educación, planificación con objetivos claros.	"Programas atractivos de educación que a nosotros nos interese trabajar educativos, capacitación, vínculos con otros países por ser de carácter internacional.
	Ventajas de establecer vínculos	Experiencia, aportes desde la empresa con las relaciones. "es muy valioso lo que se puede aportar"	"en ese sentido la actividad de la fundación no me parece objetable"
	Desventajas de establecer vínculos	Ninguna.	"La única desventaja que puede haber con esta u otra fundación es que no se logren los objetivos por múltiples causas, y no necesariamente por la fundación"

Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba			
Empresa		Ecogas	Aguas Cordobesas
Nombre		Juan Manuel Saieg	Marcela Dávila
Área		Asuntos Institucionales	Gestión de RR Externas y Comunicacionales
Estructura y Actividades	Organización Funcional	Distribuidora de Gas del Centro (Cba., Catamarca, La Rioja) y Dist. De Gas Cuyana (S.Juan, S.Luis, Mendoza). Presidente, Administración, Procedimientos y Control, RHU, Asuntos II, Compra y Abastecimiento. Accionistas Italianos.	Por Procesos funcionales c/cadena de valor liderados por Gerentes: producción, distribución, venta, cobranzas del serv. Procesos de soporte: Gte. Gral, Gte. Operaciones Técnicas, Gte. Administración, Comercial, RHU, RR Institucionales, Planeamiento Estratégico. Grupo Suez
	Área de Relaciones Institucionales	Si. Asuntos Institucionales que coordina todas las provincias, en colaboración con RHU. Tb' tercerizan actividades	Si. Macro proceso de Gestión de Relaciones Externas y Comunicación liderado por un Gerente de RR Institucionales. Internamente muy relacionada con RHU.
Cooperación Internacional	Importancia otorgada	Considerable en todos los aspectos, sobre todo lo relacionado con el medio ambiente. "Tenemos que devolverle al ambiente lo que el producto nos da"	Considerable en todos los aspectos. "Suez es muy proactivo en cuanto a establecer lazos un poco más profundos que el negocio en sí."
	Contribución	Permanente de carácter comercial, defensa del medio ambiente, educación, reducción de la pobreza.	Permanente de carácter comercial, desarrollo, educación, concienciación. "Todo está proactivamente impulsado desde la sede central, y se retroalimenta desde c/u de las filiales en que está"
	Modos de Contribución	Programas de educación (certamen de ciencia y técnica con accionistas italianos), pacto global con la UNESCO para reducción de la pobreza en el mundo.	Premios a la innovación, desarrollo técnico, investigación y desarrollo, ética y responsabilidad social empresaria, desarrollo sustentable, relaciones con la comunidad.
Tercer Sector	Importancia de establecer redes con ONG's en la ciudad de Córdoba	Muy importante.	Muy importante. "Muccho, mucho. El mismo servicio nos está pidiendo, nos exige una identidad, una presencia muy fuerte en la ciudad"
	Existencia de vínculos actuales con ONG's	Permanentes, con planes establecidos (Banco de Alimentos, Fundación Hospital de Niños, Cotelengo Don Orione, Fundación Conin, Junior Achievement)	Permanente, con planes establecidos desde el principio. "hay una política de fortalecer esos vínculos" con centros vecinales, comedores infantiles, centros de nutrición infantil, cooperativas de viviendas, Cáritas, Conin (proyectos permanentes)
	Motivos y razones de crear y mantener vínculos	Contribuir con el desarrollo, responsabilidad social, y sobre todo por cuidados medioambientales. "Cuando vemos que hay acciones o instituciones que es importante acompañar, las acompañamos"	Educar, legitimar a la empresa, desarrollo, donaciones de comida como su ppal recurso.
	Aportes económicos a actividades de ONG's	No. La mayoría de las veces es voluntariado, donaciones.	No. "No tenemos destinado un presupuesto". La mayoría de las veces es voluntariado. "tenemos aparte de gerentes para abajo, de todos los niveles voluntario es una política de negocios"

Tercer Sector	ONG's con las que colaboraría	No está establecido.	No está establecido.
	ONG's con las que no colaborarían	No está establecido. "aquellas instituciones que no vayan en contra de la moral y buenas costumbres"	No está establecido. "Mirá, yo no recuerdo casos de negativas, sí recuerdo las negativas cuando vienen a pedirnos dinero"
International Issues Founda	Opinión sobre existencia de fundación de carácter internacional en la ciudad de Córdoba	Muy buena. "es un tema muy importante a nivel internacional, merece el apoyo de todas las instituciones"	Muy buena. "yo creo fervientemente en las labores que puedan emprender, impulsar las ONG's colaboran para crear una verdadera conciencia de ciudadanía"
	Opinión de establecer vínculos con organización de carácter internacional	Buena, debe ser acorde a lo que persigue la compañía para que haya colaboración.	Muy buena, debe, comprometida, promover el bienestar social; y acorde a las políticas de la compañía.
	Conocimiento de su existencia	NO. Conoce a la Presidente.	NO. "Nunca había escuchado nada, ¿es de Cba.? Porque como el nombre es..."
	Conocimiento de sus actividades	NO	NO.
	Participación de sus actividades	NO	NO
	Existencia de vínculos actuales	NO	NO
	Atributos considerados necesarios para establecer vínculos	Planificación, objetivos y políticas claras, mapa de públicos programado.	Proactividad para promover el bienestar, planificación, cumplimiento de requisitos legales, objetivos claros, mapa de públicos programado.
	Expectativas e intereses de sus servicios	Actividades relacionadas a la educación y cuidado del medio ambiente, acorde a las políticas de la compañía.	Educación en cuidado medio ambiental. "generar hábitos para se genere trabajo... crear un círculo virtuoso". Reconocimientos al trabajo, "crear, fortalecer ideas que valoren a los líderes, valoren los buenos ejemplos"
	Ventajas de establecer vínculos	Muchas, redes, vínculos institucionales, aprendizaje conjunto. "hoy una ONG puede necesitarte a vos y también en algún momento vos vas a necesitar a una ONG."	Muchas si va con las políticas de la compañía. "creo que las alianzas con organizaciones, tienen que ver con aprovechar el saber hacer del otro, digamos, y poder aprovechar eso"
	Desventajas de establecer vínculos	Ninguna.	Ninguna.

Empresas Multinacionales de la ciudad de Córdoba		
Empresa	Apex América	
Nombre	Sergio Finzi	
Área	Relaciones Institucionales	
Estructura y Actividades	Organización Funcional	Presidente, Director Ejecutivo, Directores por áreas: Recursos Humanos, Marketing. Directores de cada cuenta.
	Área de Relaciones Institucionales	Tercerizada en Consultora
Cooperación Internacional	Importancia otorgada	Notoria y permanente. "Si está entendida como vinculación con otros sectores empresarios te diría que sí".
	Contribución	De carácter comercial. Vínculos con AmCham, y otras instituciones de Comercio Exterior
	Modos de Contribución	Siempre de carácter comercial para el establecimiento de vínculos con actores internacionales
Tercer Sector	Importancia de establecer redes con ONG's en la ciudad de Córdoba	Muy importante.
	Existencia de vínculos actuales con ONG's	Si, están comenzando a generarse con una escuela marginal para la enseñanza de inglés y computación
	Motivos y razones de crear y mantener vínculos	Bajo un concepto de Responsabilidad Social Empresaria y para educar a futuros y potenciales empleados de Apex
	Aportes económicos a actividades de ONG's	Si. Y también fomento de voluntariado en los empleados con los programas a implementar

Tercer Sector	ONG's con las que colaboraría	No está establecido. "Nosotros tenemos que ver no solo la sustentabilidad del entorno, sino también la sustentabilidad del entorno pero más vinculado al propio negocio".	
	ONG's con las que no colaborarían	No está establecido.	
International Issues Founda	Opinión sobre existencia de fundación de carácter internacional en la ciudad de Córdoba		
	Opinión de establecer vínculos con organización de carácter internacional		
	Conocimiento de su existencia	No. Conoce a la Presidente. "pero es posible que la haya sentido nombrar"	
	Conocimiento de sus actividades	NO	
	Participación de sus actividades	NO	
	Existencia de vínculos actuales	NO	
	Atributos considerados necesarios para establecer vínculos	"Una fundación debe tener la capacidad de de llevar a cabo las cosas que se propone y de poder medir las cosas que hace"	
	Expectativas e intereses de sus servicios		
	Ventajas de establecer vínculos		
	Desventajas de establecer vínculos		



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

ANEXO II



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

ENTREVISTAS EN INTERNATIONAL ISSUES FOUNDATION.

1 - Presidente: Dra. Graciela Erramouspe de Pilnik

Bueno, en primer lugar, me gustaría saber cómo nació la idea de crear una Fundación... Si, si, si, como no. Bueno te cuento un poco Melina...eee...yo hace más de veinte años que estoy trabajando en el campo de las Relaciones Internacionales...la idea de una fundación fue también promovida por sugerencia de miembros de la comunidad diplomática... eee... en este momento soy Secretaria de Asuntos Internacionales aquí en la Universidad Católica y voy a estar posiblemente hasta el año 2006...soy miembro honorario también del Movimiento no partidario que se llama Conciencia, ahí asesoré mucho tiempo...a donde estuvimos trabajando también con la Fundación, ahora soy presidente de Issues...y estoy trabajando como secretaria también del Rotary Club Córdoba...Me contó el Licenciado Suárez que quisiste hacer tu trabajo en el Rotary...

Si, si, lo que pasa es que cuando fui me dijeron que tenía que presentar una carta, algo muy protocolar, que ahí después se discutía con los principales responsables del Rotary... también me dijeron que había un chico de la Universidad, creo que de marketing, que estaba haciendo un trabajo pero que no les había gustado mucho porque como que empezó a

preguntar muchas cosas y hay información que ellos no dan... Si, si, si...hay información que por cuestiones éticas no se da...el trabajo que se hace ahí es muy importante...ahí están también el Sr, Oechsle que es el Cónsul de Alemania, está también el de Austria, gente que trabaja mucho...pero bueno, vas a ver que acá te va a salir un muy buen trabajo...hace falta gente que trabaje para que la fundación sea conocida realmente...yo en este momento no tengo tiempo para dedicarme full time a la fundación...se han hecho actividades...ahora incluso la Fundación va a ser intermediaria para traer una muestra de afiches polacos a la Universidad Nacional de Córdoba...no sé si sabés pero el arte polaco...los afiches polacos son muy famosos en todo el mundo...y bueno...si,, si, si...Melina, me da mucho gusto que estés acá...además yo al Licenciado Suárez lo aprecio mucho, es una persona muy responsable y él te va a ayudar mucho.....a ver...(interrupción)

¿Cómo fue que comenzó a trabajar con la formación de la fundación?

Bueno, como te decía...hace más de 20 años que estoy en esto... el hecho de haber conocido a tantas personas, como embajadores, miembros del gobierno, profesionales que trabajan en este y otros ámbitos, estudiantes; contribuyó también para tenerlas en cuenta a la hora de trabajar a favor de la fundación. Y por supuesto brindar la posibilidad a aquellas personas que desde su área específica puedan realizar un aporte significativo para esta organización...ellos efectivamente aportaron desde su disciplina para comenzar a trabajar con la Fundación...hoy ya tenemos personería jurídica que nos llevó mucho tiempo pero finalmente la tenemos...si...lo que significa un respaldo para nuestro trabajo...

Por otro lado también está el nombre que es en inglés...International Issues Foundation significa más o menos...Fundación de Asuntos Internacionales...

Y ¿por qué es en inglés?

Bueno...porque es una fundación que trata temas relacionados con la agenda internacional...en nuestra misión está claramente...entonces, el hecho de que el nombre sea en inglés fue porque nos proyectamos más allá...se facilita la inserción en el ámbito internacional con mayor facilidad...



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

Y a dónde se ubica físicamente la fundación?

...estamos en...25 de Mayo 66...tercer piso en la oficina 3...y anotá el teléfono también que es 4280008...

¿Se reúnen periódicamente?

No, no...yo ahora estoy muy ocupada, con mucho trabajo, y hasta que no termine acá en la Católica no me voy a poder dedicar todo el tiempo a la Fundación...acá en la Católica soy secretaria de Asuntos Internacionales...sí, tengo mucho trabajo y no puedo dedicar todo mi tiempo a la Fundación...y es algo que ansío mucho...sí...lo que pasa Melina es que este trabajo es lo que me permite vivir...me gusta mucho...pero no puedo dedicarme full-time a la fundación...pero nos reunimos cuando es necesario, cuando surgen actividades...no es algo periódico...

Si... ¿cuál fue la misión que se propusieron, los objetivos...?

Si, si...no sé si tuviste la oportunidad de ver la página de la Fundación

No, sinceramente no ya que no tengo la dirección...estuve buscando en Internet con el nombre de la Fundación pero no encontré nada...

Ah...sí, sí, bueno, no te preocupes, te la digo...es www.iif.org.ar; a ver...vení, vení... vamos a la oficina de al lado que ahí tengo la computadora y te muestro bien la página...

esta oficina la usamos para reuniones... ¿viste qué espacios amplios que hay acá?

Si, si, son oficinas muy grandes...en mi Universidad, los claustros son chicos, está todo más cercano...

Si,, si, si...cuando estuve trabajando ahí, la verdad que me sentí muy bien...yo a la Universidad Siglo 21 le tengo mucho cariño, le gente, el lugar...todo me gusta mucho...además, el diseño del campus, la disposición del espacio, hace que todas las áreas estén interconectadas...eso es muy bueno...a ver... veamos...sí, sí, acá está...lo que pasa es que la página está todavía en construcción...hace unos días me reuní con los diseñadores porque hay una parte que quiero poner dedicada a las publicaciones...en tantos años de trabajo he escrito muchas cosas y me gustaría publicarlas, además es un espacio que quiero ofrecer para aquellos que quieran publicar.

El Ingeniero Camani que es integrante también de la Fundación...ha escrito varias cosas y me gustaría que las publique en la página, ya le dije...y por supuesto tu trabajo también...estoy muy contenta Melina porque elegiste la Fundación...vas a ver que te va a salir un trabajo muy bueno...además...hace falta mucho trabajar desde tu carrera para crear un plan para que la fundación se conozca y vos podés aportar mucho...

Bueno, muchas gracias...además me gusta mucho lo vinculado a organizaciones no gubernamentales...considero que el trabajo que hacen es muy valioso...también me gustaría conocer más acerca de las relaciones públicas aplicadas en otro ámbito más amplio que es el internacional porque hasta ahora no se han hecho ese tipo de tesis...

Si, si, vas a ver...acá...acá está...esperame un segundito... (Interrupción)....

Bueno, sigamos...a ver...acá está la página...la misión, te la leo pero vos después tranquila entrá a la página y mirá todo que ahí vas a encontrar información...la misión nuestra es...promover el desarrollo y el entendimiento entre los pueblos, prestando asistencia y servicio a la comunidad nacional e internacional a través de la reflexión, la investigación, el asesoramiento, la docencia, la acción, y la difusión de todas aquellas cuestiones que tengan que ver con las grandes temáticas de la agenda internacional. Entre otras, las referidas a la seguridad internacional, la gobernabilidad y el desarrollo, la cooperación y la integración, la intolerancia y la desigualdad...se entiende?....



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

Sí, si, entiendo...

Y bueno después los objetivos...tenemos... investigar...ves acá?

Si, si....

Bueno, vos después sacá bien todo lo que te sirva para tu trabajo...

Si, gracias...y ¿cómo está organizada la Fundación? ¿Tienen un organigrama...?

No, no, pero si tenemos...en la página lo vas a poder ver...tenemos bien quiénes desempeñan cada rol en la Fundación...a ver.... El cuerpo decisorio de la Fundación corresponde a profesionales vinculados al ámbito diplomático...está el presidente que soy yo... tengo a cargo la responsabilidad institucional y las actividades de representación, y además junto con el Concejo de Administración, determino las políticas institucionales...también está el Project Director que tiene a cargo las propuestas institucionales en cuanto a la realización de distintos tipos de proyectos con otras instituciones o solamente con la fundación...es la persona que va determinando a partir de observaciones que se hagan de la realidad, determina cuales son las necesidades a cubrir siempre teniendo en cuenta el objetivo institucional, y a partir de ahí genera el proyecto o una propuesta de proyecto, y trata de establecer con qué otras instituciones habrá que vincularse.....

El Visiting Researcher es la persona que no forma parte dependiente del staff institucional de la fundación, sino que todo lo que son sus trabajos de investigación los canaliza para ser publicados en el marco de la fundación. No es un investigador de la fundación sino que es un investigador externo, que trabaja por su cuenta y hace aportes intelectuales a la fundación. Sería algo así como un donante institucional de su tarea intelectual.

Los Miembros de Honor y Asesores... los Asesores son aquellas personas a las cuales se les consulta en relación a las políticas institucionales...se les pregunta por ejemplo antes de tomar una decisión o establecer políticas institucionales generales, si les parece que son acordes con la razón de ser de la institución... dos, asesoran si es conveniente o no establecer determinadas políticas...tres, si es conveniente a corto, mediano o largo plazo tomar una decisión determinada, y así sucesivamente...son lo que asesoran de todos los puntos de vista y en todos los niveles... los Miembros de Honor son aquellas personas muy destacadas de la sociedad y que conociendo los objetivos institucionales y las personas que integran la fundación, han decidido prestar su apoyo. Fundamentalmente es un apoyo moral a la institución... (Interrupción)....

Bien...estábamos...

...en los miembros de honor y asesores...

Ah, si...bueno, luego están también los Señores Profesionales que están dentro de los miembros de honor y asesores...asesoran sobre diferentes puntos que componen la misión institucional; porque además de asesorar de políticas en general, cada uno lo hace en función de su área de competencia... Por ejemplo: si es un ingeniero, en aquellos proyectos que tengan que ver con su rubro...si se refiere a investigaciones históricas, serán aquellas personas que están vinculadas o son idóneas en este tema...también, las Damas de Honor, son aquellas personas que por su trayectoria en cuanto a actividades de voluntariado tanto en Córdoba como en el país, han ido demostrando a lo largo de los años, que las tareas que ellas han realizado dentro del marco del voluntariado, es auténticamente voluntariado, y que no ha tenido que ver con objetivos personales sino verdaderamente orientados al bien común...y la Dirección de Relaciones Públicas que todavía no está incorporada a la página pero si ya está hablado y me han asesorado...asesora en aspectos comunicacionales, porque además consideramos que su aporte es muy valioso. La participación de Ricardo Martínez y también del Licenciado Suárez fue muy importante.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

Bien...¿y con quiénes se vinculan?

Bueno...como viste recién en la misión, y cuando te comenté acerca de las personas que la integran...las personas con las que nos vinculamos son varias...están las diferentes Embajadas, pero es algo un poco más difícil porque están en Buenos Aires, por eso lo más cercano son los Consulados que son representantes en la ciudad de Córdoba, también están las Universidades...como te había dicho...estamos organizando una actividad con la Universidad Nacional de Córdoba para traer una muestra de afiches polacos por medio de un vínculo que se hizo con la Embajada de Polonia...también están los medios de comunicación...pero en este caso yo en algunas participaciones que tuve escribiendo artículos, me presentaron como la Presidente de Issues...después también soy columnista de asuntos internacionales en la radio LV2...

¿Pero son participaciones planeadas por la Fundación?

No, no...porque como te decía, cuando hay acontecimientos importantes vinculados a la agenda internacional, algunas veces me piden que escriba algo analizando, para que sea publicado y ahí es cuando nombro a la Fundación...escribo algo desde mi profesión...si, si...también, otro público es el gobierno... los estudiantes también porque se busca la participación de ellos y por supuesto de profesionales que desde su disciplina quieren aportar algo...la Fundación está abierta a aque-

llas personas que estén interesadas en participar...pero lo que sucede es que no se están haciendo muchas cosas porque yo tampoco tengo mucho tiempo para dedicarle...los Consulados por ejemplo, organizan muchas actividades culturales, entonces la idea es que la fundación sea un intermediario para dar a conocer lo que hacen...en Córdoba la actividad cultural que se hace es muy fuerte pero no se conoce demasiado...con tantos problemas que hay, el promover la paz es fundamental y a través de la cultura, la literatura, se puede lograr...educando...lo que pasa es que también es importante tener un respaldo económico para hacerlo porque obviamente yo personalmente no tengo los recursos para hacerlo...

¿Y qué otras actividades han hecho hasta el momento?

Bueno...a ver...como te decía...en este momento se está organizando una muestra de afiches polacos para noviembre en el Pabellón Argentina. Es organizada por la Embajada de Polonia, la Universidad Nacional de Córdoba y la Fundación... el objetivo institucional de realizar esta muestra es que a través del arte en este caso (que es el arte de la construcción de estos afiches que son de los más reconocidos internacionalmente), uno pueda acercar la cultura de un pueblo, el polaco, y hacer conocer una de las expresiones más hermosas como es el arte...entonces la tarea con el Cuerpo Consular es importantísima porque es una de las formas de trabajar por la paz a través de la cultura...

Sí, si...

También...eee...la semana siguiente se inaugura otra exposición polaca en el Pabellón Argentina, más estrictamente, en la Escuela de Arte, que es la muestra de un escritor polaco (Gombrovich) que residió muchos años en nuestro país.

Este es el año de Gombrovich, declarado así por la República de Polonia y se ha hecho una muestra en el Centro Cultural Borges de Buenos Aires y ahora se hace acá en Córdoba en la Universidad Nacional y viene el Embajador para inaugurarla. Y entonces en este caso estamos acercando la cultura polaca a través de la literatura y el teatro a la cultura nuestra, con lo cual vemos cómo trabajamos por la paz a través del arte y la cultura. Entonces esa es la vinculación con el Cuerpo Consular y con el Diplomático en general...

Después también te había dicho que hay una parte en la página de la fundación para publicaciones...son aportes del visiting researcher (todavía hay pocas) y a los cuales las personas podrán acceder.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

Nosotros como fundación le brindamos un respaldo a través de la página para que puedan publicar sus trabajos. Hay trabajos míos también que están por publicarse (ensayos, partes de tesis de postgrado) dado que la página todavía está en construcción y hay también ofrecimientos para hacer otras publicaciones. Ah! También...la Fundación propició el encuentro del ciclo de Conferencias de la Escuela de Defensa Nacional del 23 al 26 de Agosto de 2004, por segunda vez (el año pasado se realizó la primera). Fue un ciclo que se realizó a partir de la vinculación de la fundación con la Escuela de Defensa Nacional con quien tiene firmado un convenio de cooperación. Ahí participaron la Universidad Empresarial Siglo 21, la Universidad Católica de Córdoba y Universidad Blas Pascal...y tuvimos el auspicio de la Asociación de Magistrados de la Provincia de Córdoba.

Se habló sobre temas referidos a estrategia y política internacional, cuestiones vinculadas a la globalización y sistema político, políticas de defensa y otros; y los disertantes fueron profesores de la Escuela de Defensa Nacional como la Dra. Grispo, el Dr. Koutoudjian, y otros...se hizo en el Salón Auditorio de Tribunales Federales y participaron 180 personas aproximadamente. Y lo organizó International Issues Foundation...

Entonces, a través de la educación, la cultura y el arte es como se van concretando los objetivos institucionales...ee...es muy importante... hay una debilidad principal que nos

está marcando y es la falta de un plan de comunicación externa destinado a integrar a las diferentes personas y organizaciones con los que nos relacionamos; y eso es algo para un profesional de Relaciones Públicas.

Si, entiendo...

Si, si, ¿a vos te hace falta otro tipo de información?

Porque el Ingeniero Camani está trabajando mucho por la Fundación y él te puede dar información...lo que pasa es que primero me tendrías que avisar y yo lo llamo para que se reúna con vos...

Si...sería muy útil porque cuanto más información tenga, mejor va a ser el trabajo...además es otro punto de vista...

Bueno, entonces en estos días enviame un mail para hacerme acordar y yo te aviso...

2- Project Director: Ingeniero Juan Carlos Camani (no fue grabada a pedido del entrevistado)

Es presidente del Rotary Club Córdoba y conoció a la Dra. Pilnik hace aproximadamente 20 años.

Es Ingeniero en Informática y, al margen de ello, "siempre me interesaron los temas vinculados a la agenda internacional"

Como en aquel momento daba clases en la Universidad Católica a alumnos de Relaciones Internacionales, Ciencias Políticas y demás; les daba casos prácticos a resolver por medio de la informática.

"...La Dra. Pilnik me convocó para participar en la Fundación"... dado que lo respeta mucho porque fue Piloto de Ultramar, trabajó muchos años en empresas multinacionales como Renault, y fue además Director de Proyectos vinculados al mundo diplomático. Por ello es que lo consideró una persona idónea para ser Director de Proyectos de International Issues Foundation.

La Dra. Pilnik considera que el Ingeniero tiene una admirable capacidad en la planeación de proyectos.

Los Proyectos están divididos en diversas áreas de acuerdo a los objetivos que tiene la Fundación: "...salud, educación, cultura, desarrollo local, desarrollo internacional."



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 -A-03

Actualmente “hay una propuesta de proyecto de desarrollo local con financiamiento internacional”: ejemplo de ello es uno que se está desarrollando en Villa María en el marco de la salud con financiamiento internacional. Lo que se busca es crear un sistema integrado de hospitales que estaban dispersos en el interior de Córdoba.

“Hay también un proyecto que integra a la Universidad Blas Pascal, el Rotary club Córdoba y la fundación”. Es del ámbito educativo y consiste en brindar educación por señal de satélite en una escuela de montaña. La subvención para el financiamiento del mismo es compartida por los actores que dieron origen al proyecto.

Otro vinculado al plano educativo tiene que ver con la “enseñanza a niños a través de la lectura de relatos, de la diversión sobre temas de salud. Acá se vinculan dos áreas de proyectos...”

En cuanto a la difusión cultural se encuentran los afiches polacos. A su vez, en este sentido hay un proyecto a partir de un vínculo que se tiene con la Embajada de Polonia relacionado con el dictado del idioma polaco a partir del año 2005 en la Escuela de Lenguas de la Universidad Nacional.

En cuanto a Seguridad que es otro de los temas vinculados a la misión de la fundación tiene que ver con las charlas dictadas por la Escuela de Defensa Nacional.

Además hay un proyecto ideado por la Dra. Pilnik y el Ing. Camani que se relaciona con la seguridad internacional. “...es un proyecto que se está gestando y consiste en brindar ayuda a personas que fueron víctimas del terrorismo...”

Se piensa crear un grupo de 15 psicólogos que realicen esta actividad y brinden ayuda psicológica; dado que hasta el 11 de septiembre de 2001 Argentina había sido víctima de los dos atentados mayores de la historia. Pero luego, el atentado a las Torres gemelas se convirtió en el mayor. De todas maneras Argentina sigue siendo vulnerable a los ataques terroristas y las víctimas son muchas. Por ello es que se quiere brindar ayuda en ese sentido.



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

ANEXO III



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-*A*-03

INFORMACIÓN DE LA PÁGINA WEB DE LA FUNDACIÓN.

H O M E

Bienvenidos a International Issues Foundation.

Nuestro objetivo es promover el desarrollo y el entendimiento entre los pueblos, prestando asistencia y servicio a la comunidad nacional e internacional a través de la reflexión, la investigación, el asesoramiento, la docencia, la acción y la difusión de todas aquellas cuestiones que tengan que ver con las grandes temáticas de la agenda internacional, entre otras, las referidas a la seguridad internacional, la gobernabilidad y el desarrollo, la cooperación y la integración, la intolerancia y la desigualdad.

Para cumplir con su cometido, la Fundación se ha planteado objetivos específicos que se llevarán a cabo a través de diversos programas, e invita a participar de los mismos a todas aquellas personas e instituciones que deseen colaborar con ella, expresando que receptará con agrado toda propuesta e iniciativa que signifique un aporte a su misión.
Cordialmente,

M I E M B R O S

Consejo de Administración

Graciela Erramouspe de Pilnik

Presidente

María Josefa Tomás

Secretaria

Daniel Mario Pilnik

Tesorero

Equipo de Colaboradores

Ing. Juan Carlos Camani

Project Director

Lic. Guillermo Suárez

Public & Institutional Relations

Arq. Gabriel Gutnisky

Art Project Director

Prof. Ricardo Martínez

Protocolo y Ceremonial

Dr. Alberto Herrou Aragón

Visiting Researcher

Miembros de Honor y Asesores

Emb. José María Cantilo

Emb. Mario Corcuera Ibañez

Emb. Slawomir Ratjski

Sres. Profesionales y Miembros del Honorable Cuerpo Consular

Dra. Ruth Quiroga de Corcuera

Dr. Raúl A. Hillar

Esc. César López Seoane

Sr. Cónsul D. Carlos W. Oechsle

Dra. Elsa Beatriz Pan

Ing. Carlos Romera Pardo

Lic. Carlos E. Sandrini

Damas de Honor

Sra. Julia Lamourroux de Soria

Sra. Luisa Ruiz Moreno de Zinny



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002 - "A" - 03

O B J E T I V O S

Para llevar a cabo su misión, la Fundación propiciará instancias vinculadas a los siguientes aspectos:

La Reflexión: creando grupos destinados a dilucidar y deliberar acerca de las grandes problemáticas de la agenda internacional tratando de comprender los aspectos substanciales de los mismos.

La Investigación: generando un ámbito a la comunidad científica para que puedan desarrollar sus investigaciones en los temas específicos de los que la Fundación trata.

La Docencia: organizando cursos, seminarios, talleres y toda otra actividad que signifique un aporte a la comunidad en el conocimiento de las grandes cuestiones de la agenda internacional.

El servicio: destinado a la comunidad local, nacional e internacional a través de programas específicos al desarrollo.

El asesoramiento: en temáticas vinculadas al objeto social de la Fundación, y destinado a personas e instituciones que así lo requiriesen.

El reconocimiento: a la labor de quienes hubieren contribuido al desarrollo y el entendimiento entre las personas y los pueblos.

A R T Í C U L O S

ERRAMOUSPE DE PILNIK, GRACIELA

La victoria de Bush

Palos y ruedas en el nuevo Irak

Una crisis por sobreactuación

Por el poder y la racionalidad

Respuesta a un orden que se presenta injusto

¿Ilusión amorosa, pobreza o redención?

Yasser Arafat, el liderazgo que necesita "sostener el síntoma"

La ONU, primera víctima de esta guerra

Argentina - Alternativas Frente A La Globalizacion

HERROU ARAGON, ALBERTO

An Analysis of the Trade Regime in Senegal (2001) and UEMOA 's
Common External Policies

An Analysis of Chile's Trade Regime in 1998 and 2001

Trade Liberalization, Income Distribution, and Technological
Change in Argentina

D I S T I N C I O N E S.

C O N T Á C T E N O S.

email: iif@ciudad.com.ar / www.iif.org.ar

25 de Mayo 66 3° of.3 C.P.5000 Córdoba - Argentina

TE.FAX 54-351-428008



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

ANEXO IV



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03



About the Fulbright Association

NEW TO THE COMMUNITY? CLICK HERE TO REGISTER NOW!

The Fulbright Association is the membership organization of Fulbright alumni and supporters committed to fostering international awareness and understanding through

- Advocating increased worldwide support for Fulbright exchanges;
- Enriching the Fulbright experience; and
- Facilitating lifelong interaction among alumni and current participants.

NEWS & ACTION ALERTS

Join our e-mail list to receive these and other notices by e-mail.

Please visit our News Archive to access previous news items.

Korea Fulbright Alumni Association Pledges US\$10,000 for Hurricane Relief; Directors of Korea Fulbright Foundation to Set Additional Contribution Level [GO >>](#)

Special messages for those affected by Katrina [GO >>](#)

[ACTION ALERT - Support Senate Funding Level for Fulbright GO](#)

»

[Senate Approves Increased Funds for Fulbright Program GO](#) »

[House Passes State Department Funding Legislation GO](#) »

[Get Involved!](#)

Please click on a category below and get involved with the Fulbright Association.

[Advocacy](#)

[Action Alerts and Congressional Updates](#) give you current information to take action on behalf of Fulbright exchanges.

[Chapters](#)

Our national network of chapters run by alumni volunteers offers you educational and cultural programs that enrich the Fulbright experience and serve visiting Fulbrighters from abroad.

[Membership](#)

Your benefits include chapter membership, online directory access, The Fulbrighters Newsletter, and more. Check out our Institutional Membership program, too.

[Online Community](#)

Online features enable you to connect and maintain contact with other Fulbrighters. The career center and alumni-driven mentoring service also facilitate professional development.

[J. William Fulbright Prize for International Understanding](#)

Awarded annually, the Fulbright Prize honors individuals who have made extraordinary contributions toward bringing peoples, cultures, or nations to greater understanding of others. Make a nomination, attend the award ceremony, and receive a special publication!

PROGRAMS

Join other Fulbright alumni and friends in examining important issues at the annual conference and enjoy special cultural events, lectures, and task force programs.

[Global Fulbright Network](#)

Your membership and annual support helps us to maintain information on the Fulbright Program and Fulbright alumni organizations abroad and to support international alumni activity.

Are you interested in applying for a Fulbright grant? If so, please see [Fulbright Grants](#).



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03

Fulbright Association Membership

The Fulbright Association is the private, nonprofit membership organization of Fulbright Program alumni and friends. The Association is dedicated to promoting the flagship program for international educational and cultural exchange, enriching the experiences of visiting Fulbright students, teachers, and scholars, and fostering a global network of Fulbright alumni.

The Fulbright Association works to ensure that U.S. government funding for the premier program of international educational and cultural exchanges will continue so that future generations of students, teachers, and scholars can participate. The Association keeps members informed of the status of legislation and other issues that may affect the program and mobilizes its members to support the program through media, public education, and grassroots information campaigns. We know from colleagues on Capitol Hill that our members make known their support of international educational and cultural exchange. By joining the Association, you will add your voice to theirs to help secure the future of the Fulbright Program.

As an Association member, you will be able to enjoy the features of our new online community, including the alumni directory, the career center, chat and message boards, and alumni notes.

You will receive reduced registration rates at national and chapter programs.

The Association supports a system of 48 chapters which provide hospitality and enrichment for visiting Fulbrighters. The Association also publishes a newsletter which contains alumni and local chapter news and information on Fulbright exchanges.

Through your participation in the Fulbright Association, you can continue to make significant contributions towards achieving the Fulbright ideal of increased mutual understanding among the nations of the world. Please join the Association today by completing our online application or by printing a membership form and returning it with your dues payment.

See also:

- Fulbright Association Merchandise
- Institutional Membership Roster



International Issues Foundation
Pers. Jur. N° 002-A-03



AVINA es el resultado de la reflexión y la visión del empresario suizo Stephan Schmidheiny acerca de la necesidad de poner en práctica los principios del desarrollo sostenible.

Schmidheiny fundó AVINA en el año 1994, continuando así con una larga tradición familiar de dedicación a la filantropía. A mediados de la década del ochenta creó FUNDES, una organización que apoya al pequeño y mediano empresario en varios países de América Latina. En 1991, fue nombrado Consejero Principal sobre Negocios e Industria del Secretario General de las Naciones Unidas para la Conferencia sobre Medio Ambiente y Desarrollo, la Cumbre de la Tierra, que se celebró en Río de Janeiro en 1992. Para cumplir con su mandato, fundó el Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD), entidad que hoy agrupa a 150 prestigiosas empresas internacionales comprometidas con el desarrollo y el medio ambiente.

MISIÓN

La Fundación AVINA se asocia con líderes de la sociedad civil y del empresariado en sus iniciativas por el desarrollo sostenible en Iberoamérica.

Esta región incluye a los países de habla hispana y portuguesa de América Latina y de la península Ibérica (España y Portugal). En AVINA consideramos que el desarrollo sostenible es una opción viable para alcanzar la dignidad humana y el proceso a través del cual se satisfacen las necesidades del presente, sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades. Se encuadran dentro de este proceso las iniciativas que promueven la igualdad de acceso a las oportunidades, y también los programas que impulsan la participación ciudadana, la educación y la eco-eficiencia.

Los valores y principios que sustentan a AVINA son la dignidad humana, la equidad de oportunidades, la libertad, la responsabilidad social y el respeto y cuidado del medio ambiente.