



Creando materiales de gerencia convincentes

Mejores Prácticas

J. Davey Gerhard *Director Ejecutivo*
The Episcopal Network for Stewardship

Objetivos de aprendizaje

1. ¿Cuál es el caso para apoyar?
2. Diferencias generacionales en la participación de los donantes
3. ¿Qué elementos se incluyen en un caso de apoyo?
4. Cómo armar su declaración de caso

Introducción



Su caso para apoyar

Un caso para apoyar:

- ▶ **cuenta su historia** para
- ▶ **conectar a sus miembros** con su misión y visión y
- ▶ **construir un compromiso** con sus metas.



Caso para apoyar

Cómo comenzar

- ▶ Revise su **plan estratégico**
- ▶ (¿no tiene un plan estratégico?) ¿Cuáles son **las metas de su ministerio/ministerios?**
- ▶ ¿Qué **impacto medible** tienen sus ministerios en la comunidad (externo y interno)
- ▶ La descripción de su impacto deseado (o probado) es **el motivo de su caso** para el apoyo

Caso para apoyar



Lo que hace el impacto

- ▶ Su caso debe recordar a sus miembros por qué sus donaciones son **importantes** al recordarles el **impacto** que tienen
- ▶ Su caso debe **motivar a los miembros** a pensar con generosidad
- ▶ Su caso se convierte en la patrón para sus **puntos de conversación** para su campaña de generosidad y su sitio web



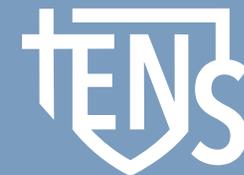
Caso para apoyar

Haciendo el trabajo para diseñar su caso

- ▶ **Redacte** su caso de apoyo
- ▶ **Pruébelo** con un pequeño grupo (no con su junta parroquial). Elija algunos miembros de diversos orígenes
 - ▶ Generacional
 - ▶ Longevidad de la membresía
 - ▶ Identidades étnicas y de género
- ▶ **Refinar** y cambiar

¡No olvide probarlo! Es importante

Caso para apoyar



THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Clase avanzada sobre casos

Puede encontrar la necesidad de tener múltiples vías o casos de mensajería

- ▶ ¿Los **recién llegados** necesitan su propio caso de apoyo para familiarizarse con la misión de su congregación?
- ▶ Diferente **generaciones están motivadas** por diferentes factores
- ▶ ¿Solicita una **subvención externa**? Considere desarrollar un caso de apoyo que aborde las pautas de las fundaciones de apoyo comunitario
- ▶ Reciben ¿**financiación corporativo** o financiación de **empresas locales**? Es posible que quieran ver diferentes métricas o impactos



Caso para apoyar

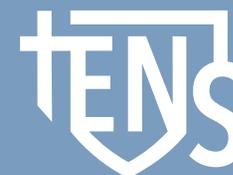
Las diferencias generacionales impactan la motivación de los donantes

La forma en que envía mensajes a las diferentes generaciones es importante

- ▶ Echemos un vistazo a cómo la demografía generacional impacta las donaciones en su comunidad
- ▶ Sí, ¡esto también se aplica a nuestras iglesias!

De Classy Fundraising Solutions, 2020

Caso para apoyar



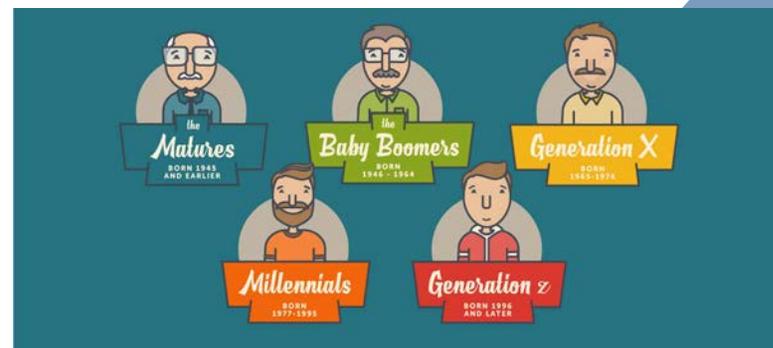
THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Los “Matures”

- ▶ Nacidos antes de 1945
- ▶ 60% donan a su iglesia
- ▶ 51% son voluntarios en su iglesia
- ▶ Muy interesados en
 - ▶ Apoyo institucional - confían en la institución
 - ▶ Cuidado pastoral
 - ▶ Que la Iglesia “este ahí” para ellos y las generaciones futuras
 - ▶ Donaciones planificadas, de capital y anuales

Del Lake Institute of Faith & Giving, 2019

Caso para apoyar



Los “Baby Boomers”

- ▶ Nacidos en 1946 - 1964
- ▶ 48% dona a su iglesia
- ▶ 49% voluntario con su iglesia
- ▶ Muy interesados en
 - ▶ Quieren saber las finanzas antes de que decidan donar
 - ▶ Que la Iglesia “este ahí ”para ellos y las generaciones futuras
 - ▶ Donaciones planificadas, de capital y anuales
- ▶ Esta es la generación más rica que jamás haya vivido

Del Lake Institute of Faith & Giving, 2019

Caso para apoyar

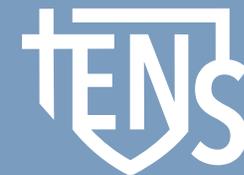


Generación X - La Generación Perdida

- ▶ Nacidos en 1965-1976
- ▶ 38% dona a su iglesia
- ▶ 60% se ofrecen como voluntarios en su iglesia
- ▶ Muy interesados en
 - ▶ Más interesados en ser voluntarios que en donar a la iglesia - o ver el voluntariado como un primer paso
 - ▶ Menos confianza en la institución, más interesados en el trabajo
 - ▶ Donaciones anuales y de capital
- ▶ Esta generación heredará + \$ 40 billones en los próximos 15 años

Del Lake Institute of Faith & Giving, 2019

Caso para apoyar



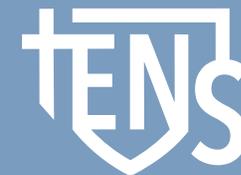
THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Los Millennials

- ▶ Nacidos en 1977 - 1995
- ▶ 32% donan a su iglesia
- ▶ 40% son voluntarios en su iglesia
- ▶ Muy interesados en
 - ▶ Resultados – ¿Qué está haciendo la iglesia en la comunidad y por qué es importante?
 - ▶ Mucho menos confianza en la organización y la institución, más interesados en donar a ministerios de base o definidos que a presupuestos generales
 - ▶ Los donantes en línea más grandes
- ▶ El 84% de esta generación dona a organizaciones sin fines de lucro, son muy generosos

Del Lake Institute of Faith & Giving, 2019

Caso para apoyar



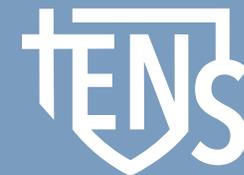
THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Generation Z

- ▶ Nacidos en 1996 +
- ▶ Ya a los 20 años el 30% ha hecho una donación a una organización sin fines de lucro
- ▶ Muy interesados en
 - ▶ Ellos quieren que su trabajo haga una diferencia, por lo tanto su iglesia debe demostrar lo mismo
 - ▶ El 76% está preocupado por el planeta y quieren que sus comunidades religiosas hagan algo al respecto
 - ▶ Prefieren las aplicaciones y las donaciones móviles. No emiten cheques
 - ▶ Son menos probables a dar promesas, pero dan cuando se les pide
- Este grupo representa el 40% de los miembros – tienen poder adquisitivo y lo están usando

Del Lake Institute of Faith & Giving, 2019

Caso para apoyar

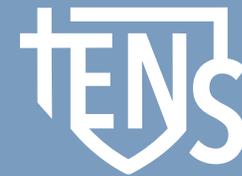


THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Atrayendo a la GenX, Millennials y GenZ

1. **Muéstreles los resultados.** Los miembros de la Generación X y los Millennials no están motivados a dar simplemente para mantener el status quo. Quieren ver resultados. Quieren saber cómo su sacrificio está marcando la diferencia. **Haga un esfuerzo concertado para ayudar a las personas a ver el impacto que tienen sus donaciones.**
2. **Concéntrase en la retención.** El objetivo número uno es ayudar a las personas a comprender la importancia de dar de manera regular y constante. Esto significa **animarlos a que vean el valor de la generosidad como disciplina.** También significa utilizar soluciones de donaciones digitales como una forma de promover las donaciones recurrentes como una opción.
3. **Fomentar el voluntariado.** La clave para fomentar la generosidad entre estas generaciones es la **implicación emocional.** Son mucho más rápidos en dar cuando están comprometidos con la causa y el trabajo. Al hacer del voluntariado una prioridad organizacional, facilita que las personas donen.
4. **No olvides el discipulado.** En última instancia, todo programa de discipulado y mentores debe ayudar a las personas **a comprender cómo la espiritualidad afecta sus decisiones financieras.** La mejor manera de hacerlo es a través del ejemplo y el estímulo que proviene de una relación de uno a uno.

Caso para apoyar



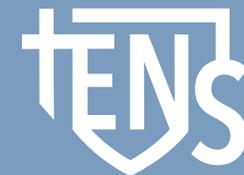
THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

La historia de su caso

- ▶ Su **Historia**
- ▶ Causa, misión, **impacto**
- ▶ **Servicios** que ofrece y por qué
- ▶ Cómo pueden **ayudar los** miembros
- ▶ Cómo planean **cambiar el mundo** (o su rincón)

TELL US YOUR
STORY

Caso para apoyar



THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Elementos de su caso

- ▶ Historia de la organización
- ▶ A quién sirve
- ▶ Necesidades y desafíos
- ▶ Evidencia de buena gerencia
- ▶ Metas para el futuro del ministerio
- ▶ Cómo apoyar



Elementos de un caso de apoyo

¿Cómo se fundó su iglesia?

- ▶ ¿Quién es su santo patrón? Si sabe por qué fueron elegidos, sería interesante
- ▶ ¿Hubo una familia / familias fundadoras o un grupo fundador?
- ▶ ¿Por qué estás en ese vecindario o comunidad?
- ▶ ¿Eras una misión de otra iglesia, una fusión o una iglesia plantada? Éstos hacen historias interesantes
- ▶ ¿Han habido / hay ahora personas importantes en su parroquia?
 - ▶ Líderes cívicos
 - ▶ Fundadores o líderes de organizaciones sin fines de lucro
 - ▶ Industriales o líderes empresariales
 - ▶ Gente de interés histórico



¿Quién es tu prójimo?

- ▶ ¿Cuál es el **carácter** de su comunidad?
 - ▶ ¿Prometedora? ¿Establecido? ¿Urbano? ¿Trabajo duro?
- ▶ ¿Quiénes son las **personas a las que** sirven sus ministerios de alcance a la comunidad ?
 - ▶ Programas alimentarios; programas de tutoría; alcance a personas mayores; cuidado de niños; inmigrantes; prisiones
- ▶ ¿A quiénes sirven sus ministerios **centrados a la congregación?**
 - ▶ ¿Mayores? ¿Jóvenes? ¿Escuela dominical? ¿Edad universitaria?
- ▶ ¿Tienen grupos de apoyo?
 - ▶ ¿12 pasos? ¿Ayuda laboral? ¿Apoyo para personas mayores /a los que cuidan de ellos? ¿Familias jóvenes?



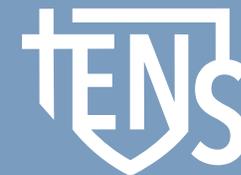
Elementos de un caso de apoyo

¿Qué necesitan sus prójimos de usted?

¿Cómo satisfacen sus ministerios las necesidades de su prójimo?

- ▶ Habiendo identificado quiénes son sus prójimos, es importante nombrar las formas en que los atienden. **Sea específico e integral**
- ▶ Si bien nuestros prójimos incluyen a todo el universo, es mejor centrarse en las acciones locales (por ejemplo, despensas de alimentos) o **acciones directas** (por ejemplo, construcción de viviendas en América Central)

Elementos de un caso de apoyo



THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Evidencia de buena gerencia

Liderazgo transparente y responsable es esencial en las iglesias

- ▶ **Se puede acceder al presupuesto** en el sitio web o en el tablero de anuncios de la iglesia (¡lo mejor en el sitio web!)
- ▶ **Las metas de recaudación de fondos son claras:** dinero, voluntarios y regalo en especie
- ▶ Las minutas de las reuniones de la junta parroquial están **publicadas y accesibles**. Las reuniones de la junta parroquial son abiertas.
- ▶ Si hay un plan de recuperación de un período de desafío económico, **nómbrelo, dele una línea de tiempo y describa los pasos que se están tomando**

Elementos de un caso de apoyo



THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

El liderazgo tiene una visión hacia el futuro

Liderazgo transparente y el responsable es esencial en las iglesias

- ▶ ¿Cuáles son sus **metas para el futuro**?
 - ▶ Nuevos miembros
 - ▶ Nuevos ministerios
 - ▶ Fortalecimiento de lo que es bueno
- ▶ ¿Hay metas para mas personal o remodelación del edificio?
- ▶ ¿Hay **eventos futuros predecibles**?
 - ▶ Por ejemplo, el banco de alimentos local está recortando y necesitaremos aumentar nuestros esfuerzos.

Elementos de un caso de apoyo



Dar es fácil: ¡Así es como!

Adopte el mayor número de métodos para aceptar donaciones como su personal pueda efectivamente gestionar

- ▶ Donación en **plataformas en línea**
- ▶ Plataformas **mobiles/ aplicaciones**
- ▶ Formularios de promesa y intenciones para dar **disponibles fácilmente** (fantásticamente en línea)
- ▶ Las instrucciones sobre cómo dar mediante **ACH o pago de facturas**
- ▶ Instrucciones sobre cómo dar **valores financieros**
- ▶ Recordatorio de que los miembros pueden donar de su **distribución mínima requerida** (no en 2020) o una calificada distribución caritativa
- ▶ **Las opciones para donaciones planificadas** son fáciles de encontrar y están incluidas en su promesa / tarjetas de intención

¡No olvide de incluir también las intenciones de tiempo y talento!

Elementos de un caso de apoyo



TENS | THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Elaboración de apoyo

- ▶ Reúna su información de los elementos enumerados en la sección anterior
- ▶ **Haga su pregunta específica** *Una pregunta general arroja un resultado general*
 - ▶ Objetivo financiero
 - ▶ ¿Hay un aumento porcentual que le gustaría que la gente considerara? ¿Un objetivo ambicioso?
 - ▶ Objetivo de voluntariado
 - ▶ Apoyo ministerial, comités, cofradías, eventos
 - ▶ Objetivo de nuevos miembros
- ▶ *¡Escriba un borrador, primero! ¡No olvide hacer una prueba!*

Elaboración de los documentos



Declaración de caso ¡Desafío de siguiente nivel!

Las declaraciones de casos simplificadas muestran impacto!



Este año nosotros:
Serviremos 5200 comidas calientes
Educaremos 58 niños
Nos reuniremos en 124 servicios
Proveeremos regalos de Navidad
para 100 niños sin hogar

Plantaremos y cosecharemos un jardín comunitario
... ¡y mucho más!

St. Swithen's ha estado
Serviendo la comunidad
de Blue Hill por 108 años



*Únase a nosotros para
hacer el
¡Trabajo de Dios hoy!*

www.stswithens.org/donate

www.tithe.ly.com/stswithens

www.paypal.com/stswithenschurch

Reverso
de la
tarjeta
3x5

¡Rétate a ti mismo!
Estas son
declaraciones de casos
de 3" x 5". ¿Puedes
hacer tu caso así de
simple?

Anverso
de la
tarjeta
3x5



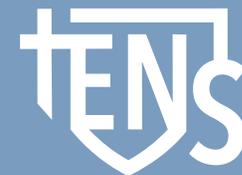
THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Haga que su caso sea convincente

Lo que hace un buen caso

- ▶ ¡Las **imágenes** son importantes!
 - ▶ Cuentan la historia
 - ▶ ¡Muestran en vivo, vitalidad, sonrisas!
 - ▶ Obtenga permiso, *especialmente si se incluyen niños*, y absolutamente si lo publicará en su sitio web
- ▶ Minimice su texto: **oraciones ajustadas, palabras orientadas a la acción**
- ▶ **Use números** cuando sea posible para métricas y objetivos

Haga que su caso sea convincente

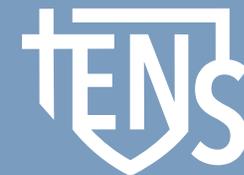


THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Lo que hace un buen caso cont.

- ▶ La narración es esencial
 - ▶ Los testimonios provienen de una **diversa selección de miembros**
 - ▶ Considere testimonios o declaraciones de personas que se benefician del ministerio de su iglesia, *si corresponde* (por ejemplo, recipientes de su despensa de alimentos)
- ▶ Empiece, continúe y termine con **gratitud** y ejemplos de **generosidad**

Haga que su caso sea convincente

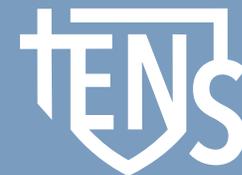


THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Publicidad de su caso

- ▶ Si elige crear un folleto en papel, también tómese el tiempo para **crear una versión en pdf que pueda mostrarse en su sitio web**
- ▶ Desafíe a todos los miembros de la congregación a **desarrollar sus puntos de habla** (discurso de ascensor) sobre la misión de su iglesia. *Todo el mundo debería poder hablar sobre lo que hace y por qué.*

Haga que su caso sea convincente



THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

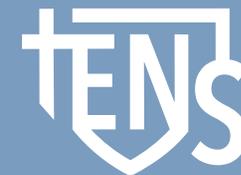
Otros documentos de una campana de gerencia

- ▶ Los presupuestos de línea de entradas/gastos son importantes, pero no cuentan toda la historia. **No permita que su presupuesto controle la conversación** sobre el caso
- ▶ Desarrolle formularios de promesas o tarjetas de intención **simples**. Incluya un **formulario en línea** en su sitio web para que las personas lo envíen virtualmente
- ▶ Considere incluir un **presupuesto narrativo**

(inserte el enlace de tens.org al documento cuando esté disponible)

Para cada pieza que cree en papel, cree una versión en línea y publíquela en su sitio web al mismo tiempo que su materiales de la campaña

Haga que su caso sea convincente



THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Tema de TENS para el 2021

El tema y la imagen de *Cada regalo perfecto* están envueltos en la metáfora de la mariposa y la crisálida.

Para los antiguos griegos, la mariposa representaba la imagen del renacimiento y la libertad. La palabra que usaron para mariposa era *psique*, y si crees que te suena familiar, ¡Tienes razón! También significa espíritu. La humilde y hermosa mariposa contiene la idea filosófica y espiritual del alma que se libera de su caparazón: libre para **descubrir, inspirar, crear, comunicar, compartir**. *Estos son los resultados de nuestros dones de tiempo, talento y tesoro.*

Seguimos manteniendo la conversación

Every 
 **Perfect
Gift**

Cada don 
 **perfecto**

tENS | THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP



¡Gracias!

Para obtener más información, herramientas,
seminarios web y recursos, visite www.tens.org

J. Davey Gerhard,
Executive Director
415-869-7837 (o)
415-307-0172 (m)
davey@tens.org
www.tens.org