



Atraer y retener a los miembros jóvenes

Mejores prácticas

*J. Davey Gerhard Canon for Stewardship
Executive Director*
The Episcopal Network for Stewardship

Objetivos de aprendizaje

1. Enfoques diferentes para generaciones diferentes
2. Lo que necesitamos saber acerca de las generaciones jóvenes y la iglesia
3. Qué hacer (y no hacer) acerca de la liturgia, diseño, promesas de donaciones y métodos para donar

Introducción



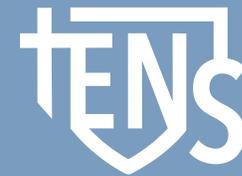
Las diferencias generacionales impactan las motivaciones de los donantes

De qué manera importa su mensaje para las diferentes generaciones

Veamos cómo la demografía generacional impacta las donaciones en su comunidad



Diferentes generaciones = diferentes enfoques



THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Los Maduros

- ▶ Nacidos antes de 1945
- ▶ El 60 % dona a una iglesia*
- ▶ El 51 % actúa como voluntario en una iglesia*
- ▶ Se interesan más en
 - ▶ Apoyo institucional - confía en la institución
 - ▶ Asistencia pastoral
 - ▶ Que la iglesia “esté allí” para ellos y las futuras generaciones
 - ▶ Donaciones planeadas, de capital y anuales

De Lake Institute of Faith & Giving, 2023

**De individuos que van a la iglesia*

Diferentes generaciones = diferentes enfoques

MATURES
1945 & EARLIER



THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Los “Baby Boomers”

- ▶ Nacidos entre 1946 y 1964
- ▶ El 48 % dona a una iglesia*
- ▶ El 49 % actúa como voluntario en una iglesia*
- ▶ Se interesan más en
 - ▶ Querer conocer las finanzas antes de decidir donar
 - ▶ Que la iglesia “esté allí” para ellos y las futuras generaciones
 - ▶ Donaciones planeadas, de capital y anuales
- ▶ Esta es la generación más acaudalada que ha vivido.

From the Lake Institute of Faith & Giving, 2023

**Of church-going individuals*

Diferentes generaciones = diferentes enfoques

BABY BOOMER
1946-1964



TENS | THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

La generación X – La generación perdida

- ▶ Nacidos entre 1965 y 1976
- ▶ El 56 % dona a una iglesia*
- ▶ El 50 % actúa como voluntario en una iglesia*
- ▶ Se interesan más en
 - ▶ Mucho más interesados en el voluntariado que en donar a su iglesia – o ven el voluntariado como un primer paso
 - ▶ Confían menos en la institución, se interesan más en el trabajo
 - ▶ Donaciones anuales y de capital

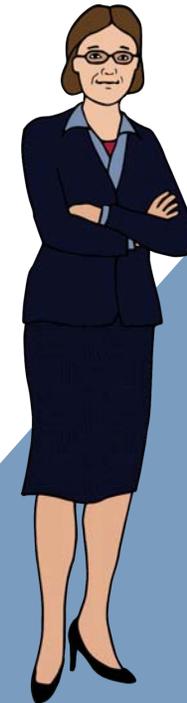
Esta generación heredará +\$40 billones en los próximos 15 años

From the Lake Institute of Faith & Giving, 2023

**Of church-going individuals*

Diferentes generaciones = diferentes enfoques

GENERATION X
1965-1976



TENS | THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Los Milenios

- ▶ Nacidos entre 1977 y 1995
- ▶ El 56 % dona a una iglesia*
- ▶ El 65 % actúa como voluntario en una iglesia*
- ▶ Se interesan más en
 - ▶ Los resultados – ¿qué está haciendo la iglesia en la comunidad y por qué importa?
 - ▶ Confían aún menos en la organización y la institución, se interesan más en donar a las bases o ministerios determinados que al presupuesto en general
 - ▶ Mayores donantes en línea

El 89 % de esta generación dona a las organizaciones sin fines de lucro, son muy generosos

From the Lake Institute of Faith & Giving, 2023

**Of church-going individuals*

Diferentes generaciones = diferentes enfoques

MILLENNIAL
1977-1995



TENS | THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

La generación Z

- ▶ Nacidos después de 1996 +
- ▶ A los 20 años el 30 % ha hecho una donación a alguna organización sin fines de lucro
- ▶ El 97 % de esta generación ha hecho una donación en línea con un fin benéfico
- ▶ Se interesan más en
 - ▶ Quieren que su trabajo haga una diferencia, por lo tanto, su iglesia tiene que demostrar lo mismo
 - ▶ El 76 % se preocupa por el planeta y quiere que sus comunidades de fe hagan algo al respecto
 - ▶ Prefieren hacer las donaciones en las aplicaciones y dispositivos móviles. No emiten cheques.
 - ▶ Menos probable que hagan una promesa, pero donan cuando se lo piden.

Este grupo representa el 40 % de todos los clientes – tienen poder de compra y lo usan

From the Lake Institute of Faith & Giving, 2023

Diferentes generaciones = diferentes enfoques

GENERATION Z
1996 & LATER

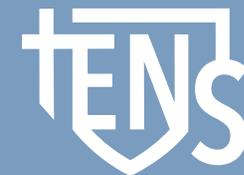


TENS | THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Prepararse para los miembros jóvenes

Los MILENIOS se están convirtiendo en el GRUPO QUE MÁS VA A LA IGLESIA de los Estados Unidos.

Source: Giving USA 2023 *Key Findings*



THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Atraer donante más jóvenes

Prepárese para los miembros jóvenes



Those who say they attend in person almost every week or every week:

Millennials	45%
Gen X	27%
Boomers	31%



Those who say they attend virtual services almost every week or every week:

Millennials	30%
Gen X	15%
Boomers	13%

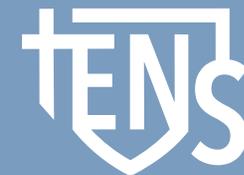
Source: Giving USA 2023

Atraer donante más jóvenes

Estrategias que debe adoptar para preparar a nuestra iglesia para los miembros jóvenes

Para alentar a los Milenios y a la Generación Z a ser donantes, la iglesia tiene que adoptar y adaptar

1. La manera en que participamos en la comunidad más amplia
2. La manera en que aumentamos la participación de los voluntarios
3. La manera en que esperamos recaudar fondos
4. La manera en que hacemos discípulos



THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Atraer donante más jóvenes

Muéstreles resultados

- ▶ La generación X y los milenios no están motivados a dar solo para mantener el *status quo*.
- ▶ Quieren ver resultados. Quieren saber de qué manera su sacrificio (y en esta edad y nivel de ingreso, donar es un sacrificio) hace una diferencia.
- ▶ **Haga un esfuerzo concertado para que las personas vean de qué manera sus donaciones tienen un impacto.**



THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

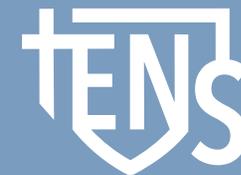
Atraer donante más jóvenes

Predique sermones honestos

Los miembros jóvenes están ávidos de participar activamente de manera reflexiva y provocativa en el Evangelio y cuestiones antiguas

- ▶ Incorporar la ciencia y la ciencia sobre el clima
- ▶ Conversaciones sinceras acerca de la salud y el bienestar
- ▶ Incluir las noticias
- ▶ Responder en vez de reaccionar ante los titulares de hoy
- ▶ Relacionar el hoy con el Evangelio, con nuestras vidas
- ▶ Relaciones sanas e integrals
- ▶ Predique acerca de los valores de las relaciones que coincidan con la cultura. Modele la realidad, no la moralidad.

Atraer donante más jóvenes



THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

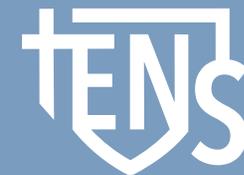
¡Haga que la iglesia parezca una... iglesia!

- ▶ El estudio Barna 2014 sobre “Designing Worship Spaces with Millennials in Mind” reveló que la mayoría de los miembros jóvenes valoran la arquitectura y los elementos tradicionales: bancos de iglesia, naves y altares que se asemejan a los altares tradicionales.
- ▶ El mismo estudio reveló que los espacios de la iglesia que tienen un tamaño mediano (no demasiado cerrados ni demasiado íntimos) los hacen sentir como en su casa



<https://www.barna.com/research/designing-worship-spaces-with-millennials-in-mind/>

Atraer donante más jóvenes



THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

¡Haga que la iglesia parezca una... iglesia!

▶ SELECT THE **ALTAR** IMAGE THAT IS MOST APPEALING TO YOU ◀



All Millennials	19%
Churched	17%
Marginally Churched	18%
Unchurched	21%

All Millennials	33%
Churched	37%
Marginally Churched	32%
Unchurched	31%

All Millennials	37%
Churched	34%
Marginally Churched	41%
Unchurched	38%

All Millennials	11%
Churched	13%
Marginally Churched	8%
Unchurched	11%

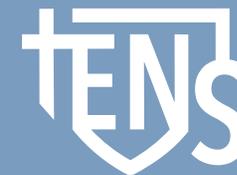
Atraer donante más jóvenes

Aprenda tecnología

- ▶ Sepa cómo publicar textos interesantes en las redes sociales – preguntas que promueven el diálogo
- ▶ ¿Sabe cómo usar #?
- ▶ No tire los boletines para pantallas e himnario para futuros cánticos a menos que su equipo de informática esté listo.
- ▶ Consulte este recurso de su United Methodist Church sobre cómo aplicar Powerpoint a su música

<https://www.resourceumc.org/en/content/powerpoint-tools-and-timing-techniques-for-churches>

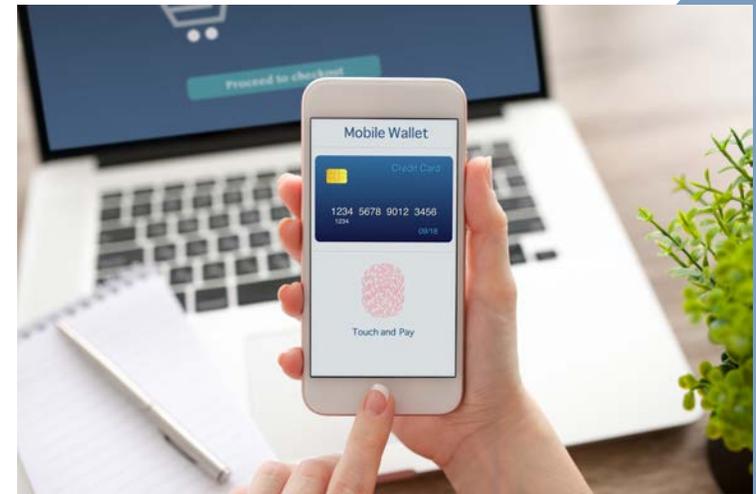
Atraer donante más jóvenes



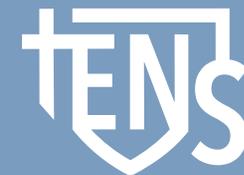
THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Concéntrese en la retención

- ▶ El primer objetivo es ayudar a la gente a entender la importancia de las donaciones regulares.
- ▶ Esto significa **alentarlos a ver el valor de la generosidad como una disciplina.**
- ▶ También significa usar soluciones digitales para hacer donaciones para promover las donaciones recurrentes como opción.



Atraer donante más jóvenes



THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Aliente el voluntarismo

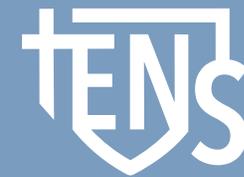
- ▶ La clave para alentar la generosidad entre estas generaciones es la **participación emocional**.
- ▶ Están mucho más dispuestos a donar cuando están involucrados en la causa y el trabajo.
- ▶ Al hacer del voluntarismo una prioridad de la organización, usted hace que sea más fácil para las personas donar.



Atraer donante más jóvenes

No se olvide del discipulado

- ▶ Cada disciplinado y programa de mentores tiene que ayudar a la gente a **entender cómo la espiritualidad impacta sus decisiones financieras**
- ▶ La mejor forma de hacer esto es a través del ejemplo y que nace de las relaciones personales.



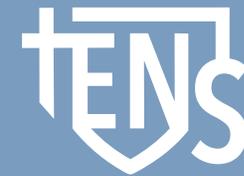
THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Atraer donante más jóvenes

Haga preguntas normativas

- ▶ El 11 % de los milenios dice que no cree en Dios
- ▶ El 32 % de los milenios dice que no sabe si cree en Dios o no
- ▶ En general, se sienten más cómodos con las preguntas y la incertidumbre sobre la fe y están abiertos a aprender

<https://www.pewresearch.org/religion/religious-landscape-study/belief-in-god/do-not-believe-in-god/generational-cohort/younger-millennial/>

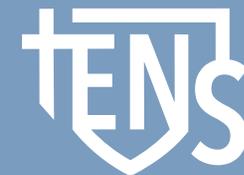


THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Atraer donante más jóvenes

La diversidad es clave

- ▶ Los milenios y la generación-Z son las generaciones con mayor diversidad racial. El **43 % no es blanco**.
- ▶ Cuando la conducción y los líderes de oración son monoraciales, **hay una desconexión** entre lo que estos jóvenes ven en sus lugares de trabajo, escuelas y grupos de amigos y lo que viven en la iglesia.
- ▶ Eleve a los líderes que no son blancos
- ▶ Busque, reclute y contrate con diversidad de género, identidad y habilidades

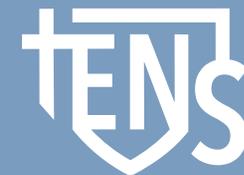


THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Atraer donante más jóvenes

El optimismo es atractivo

- ▶ El 19 % de los milenios y la generación Z creen que los líderes son confiables.
 - ▶ Medios, True-Crime TV, títulos sobre corrupción
- ▶ La Esperanza Cristiana: el deseo, la convicción y la conexión para cambiar el mundo es un mensaje atractivo.
- ▶ Debemos aprender a captar el Esperanza de la Nueva Jerusalén y emplearla para hablar sobre el brillante futuro que Dios tiene para nosotros

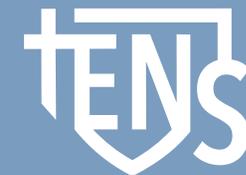


THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Atraer donante más jóvenes

La política es importante ... localmente.

- ▶ La mitad de los milenios y la generación Z dicen no estar afiliados. Los atrae la independencia. Las ideas por encima de la ideología.
- ▶ Debemos evitar hablar sobre política dando nombres en nuestra iglesia, sí podemos hablar de los problemas.
- ▶ Las iniciativas locales son más atractivas que las del lejano Washington



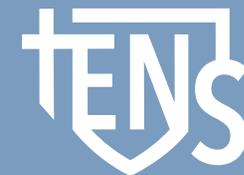
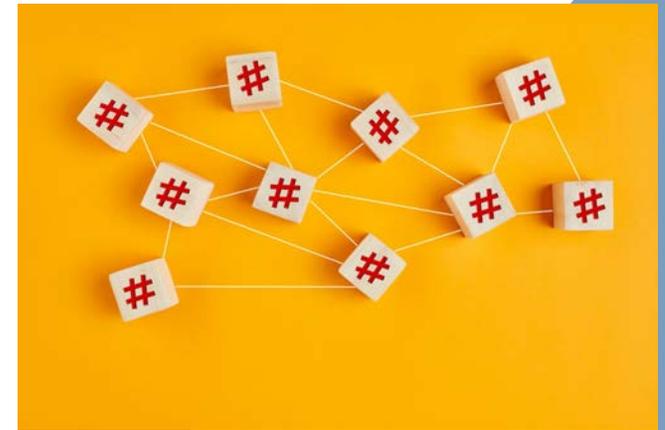
THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Atraer donante más jóvenes

No sea un Web 1.0 en un mundo pos Web 2.0

- ▶ Los primeros sitios web brindaban información, pero no interacción
- ▶ Las redes sociales crearon una generación de contenidos generados por el usuario y de intercambio de ideas, aunque sean difíciles de controlar o de mal gusto.
- ▶ La iglesia debe hacer más que tener una presencia en Facebook, Twitter e Instagram – *debemos despertar el interés en una historia que tiene miles de años con las herramientas que tenemos a disposición hoy.*
- ▶ Diálogo, preguntas e interacciones significativas

Atraer donante más jóvenes



THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP

Donar es fácil: ¡Vea cómo hacerlo!

Adopte tantos métodos para aceptar donaciones como su personal y voluntarios puedan manejar efectivamente

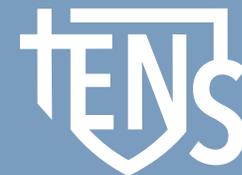
- ▶ Plataforma(s) **para hacer donaciones en línea**
- ▶ Plataforma(s) **para hacer donaciones en dispositivos móviles o aplicaciones**
- ▶ Formularios de promesas de donaciones o de Intenciones de Donar **disponibles** (¡en línea sería fantástico!)
- ▶ Instrucciones sobre cómo donar por **ACH o Billpay**
- ▶ Instrucciones sobre cómo donar **valores**
- ▶ Recordatorio de que los miembros pueden donar de su **distribución mínima requerida** (no en 2020) o **distribuciones benéficas calificadas**
- ▶ Las opciones de **Donación Planeada** son fáciles de encontrar, e incluyendo tarjetas de promesas o intenciones de donaciones

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

Atraer donante más jóvenes



Did you miss our webinar on Virtual Stewardship 201? You can find it on our website at:
<https://www.tens.org/webinars-events/tens-webinars/virtual-stewardship-201/>



**THE EPISCOPAL
NETWORK FOR
STEWARDSHIP**



Thank you!

For more information, resources, and videos,
find us at www.tens.org

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