



La relación del tesorero con las partes interesadas

SeLD 7205

Elias F Zabala Sr. PhD

Tesorero/OPF Unión del Atlántico

Introducción

SeLD 7205 La relación del tesorero con las partes interesadas internas y externas

El éxito financiero de la Iglesia Adventista del Séptimo Día está anclado en la fidelidad de los miembros y en otros que contribuyen a la organización. La creciente incertidumbre y volatilidad en la economía financiera de las sociedades causadas por el COVID-19, presenta desafíos severos a la habilidad de la estabilidad de la organización para financiar efectivamente la misión. La clave para seguir adelante depende de cómo responden las partes interesadas, internas y externas, a las necesidades de la organización. En este aspecto, la relación es un factor crítico en movilizar a la gente para que hagan de la organización una parte de sus prioridades, al ellos asignar sus escasos recursos. Esta presentación considera la relación del tesorero con las partes interesadas, internas y externas, y su impacto en su dadivosidad.



La economía de la Iglesia después del Covid-19

**Tu Misión es tanto
espiritual como
financiera.**



El estado o la condición del Plato

Encuesta Nacional

¿Cómo han impactado los cierres del COVID-19 la
dadivosidad en su Iglesia?

Encuesta a los constituyentes de abril 2020 de
1,091 Iglesias de los 50 estados y muchas
denominaciones/afiliaciones.

Para un informe detallado, visite:
StateofthePlate.info

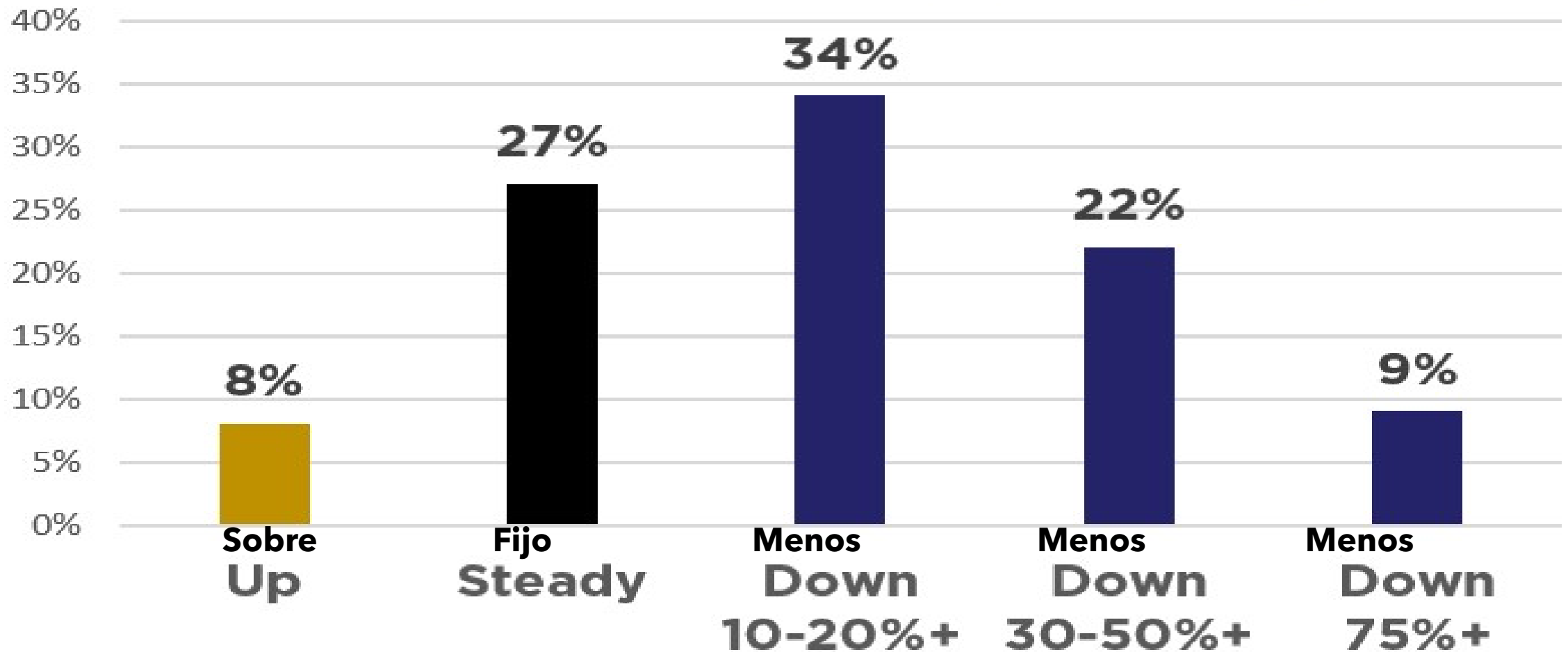
SOBRE
8%

FIJO
27%

MENOS
65%

State of the Plate Nationwide Poll

COVID-19: 65% of Churches Report Giving Declines



April 2020: Constituency survey of 1,091 Churches from 50 states and many denominations/affiliations Source: StateofthePlate.info




Estado o condición del Plato

Encuesta Nacional

COVID-19: El 65% de las Iglesias informan un declive en la dadivosidad

Abril 2020; Encuesta a los constituyentes de 1,091 iglesias de los 50 estados y de muchas denominaciones/afiliaciones.
Fuente: **StateofthePlate.info**



Momentos de Aprendizaje

- Covid-19 proveyó un momento de aprendizaje para hablar acerca del dinero y el uso fiel de las posesiones.
- En una economía rota, el efectivo es rey. El bien más valioso es el efectivo.
- El mundo ha cambiado y nos comunicamos de modo diferente.
- La inteligencia artificial ha transformado todas las profesiones (4ta. Revolución Industrial).

Razones sugeridas para una declinación en la dadivosidad religiosa

- Consumerismo en masa.
- Incomodidad del Clero con asuntos de dinero.
- Un laicado confundido y desinformado concerniente a las prácticas de mayordomía cristiana.
- Desconfianza en las organizaciones.
- El tabú de que el dinero habla, en la cultura moderna.
- El impulso de dar ha reemplazado la dadivosidad planeada y sistemática. Hoy, solo el 9.4% de todos los americanos diezma.

Christian Smith, Michael Emerson, Patricia Snell, *Passing the Plate*, Oxford, 2008, pp. 175-179.

The background features a large blue semi-circle on the left side. In the top left corner, there is a partial purple circle and a pink line forming part of a triangle. In the top right, there is a large purple circle and a vertical dashed purple line. In the bottom right, there is a pink square outline and a series of four short, curved purple dashes.

Financiando la Misión

Contribuciones en el 2009: \$303.75 billones por tipo de organización recipiente

(\$ en billones – Todas las cifras están redondeadas)

• Religión	\$100.95	33%
• Educación	\$40.01	13%
• Dádivas a Fundaciones	\$31.00	10%
• Servicios Humanos	\$27.08	9%
• Beneficio Público Social	\$22.77	8%
• Salud	\$22.46	7%
• Artes, Cultura, Humanidades	\$12.34	4%
• Internacional	\$8.89	3%
• Ambiente/Animales	\$6.15	2%
• Becas de Fundaciones a estudiantes	\$3.51	1%
• Dádivas no asignadas	\$3.59	10%

La Religión y la Datividad

(Cifras Comparativas de Dádivas USA)

- 1969 (el año en que la investigación comenzó) 43.6%
- 1980
45.7%
- 1990
49.5%
- 2000
33.5%
- 2010
33.0%

Fomentar la Relación







**Qué cambiar y qué mantener;
Somos una iglesia no un museo.**

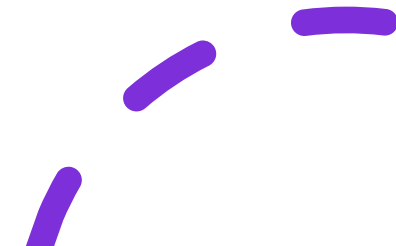
Construyendo y preservando relaciones.

Dios arriesgó todo el tesoro del cielo para
restaurar nuestra relación con Él.





Retener al Donante significa continuar nutriendo la relación, informando apropiadamente, agradeciendo y reconociendo al donante y el regalo, proveyendo informes continuos, y manteniendo al donante involucrado de maneras que se adecúen a él o ella.



Cultivando y Nutriendo al Donante



Cultiva, Solicita y Nutre



Recaudación de Fondos=Aumento de Amigos



Base futura para tus proyectos de recaudación de fondos.



Network, Network, Network



Comunicate



Cultivo 90%



Solicitar 10%

Cultivando y Nutriendo al Donante

Cultiva, Solicita and
Nutre

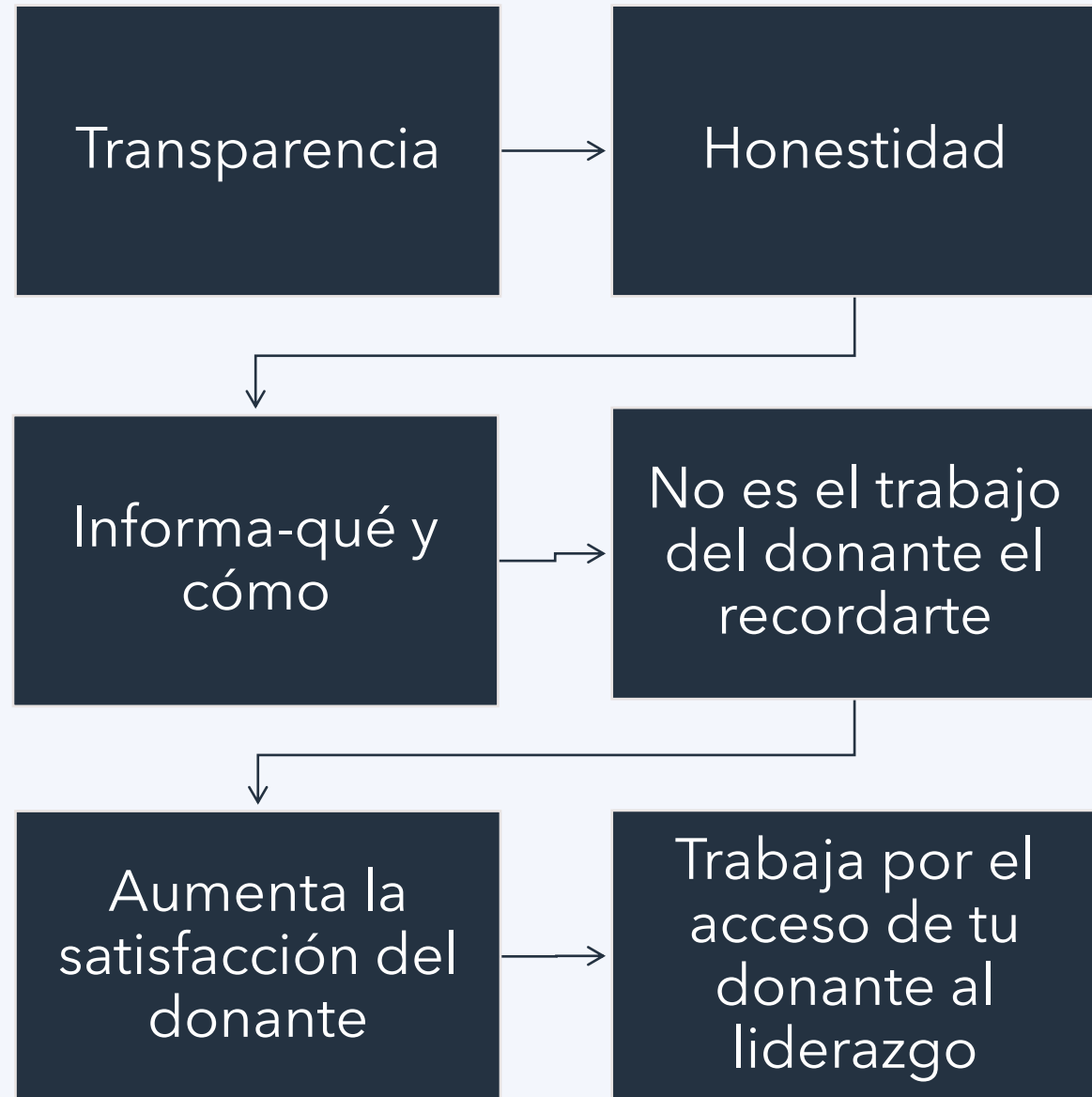
Reconocimiento-
reconocimiento Personal



Consigue a las personas
correctas involucradas

Interés adquirido en
proyectos de
necesidades

Cultiva mientras colectas
las donaciones

Construyendo Confianza





La Filantropía se construye sobre relaciones; las relaciones están basadas en la confianza y la confianza se desarrolla con el tiempo.

La nueva búsqueda en la dadivosidad eclesiástica

Inversión - Ellos no ven su dadivosidad como una donación, o una contribución caritativa; ellos ven sus donaciones como una inversión; y esperan una devolución o ganancia.

Reponsabilidad - Ellos esperan informes, ellos monitorean la ejecutoria, sus donaciones vienen con el establecimiento de puntos de referencias.

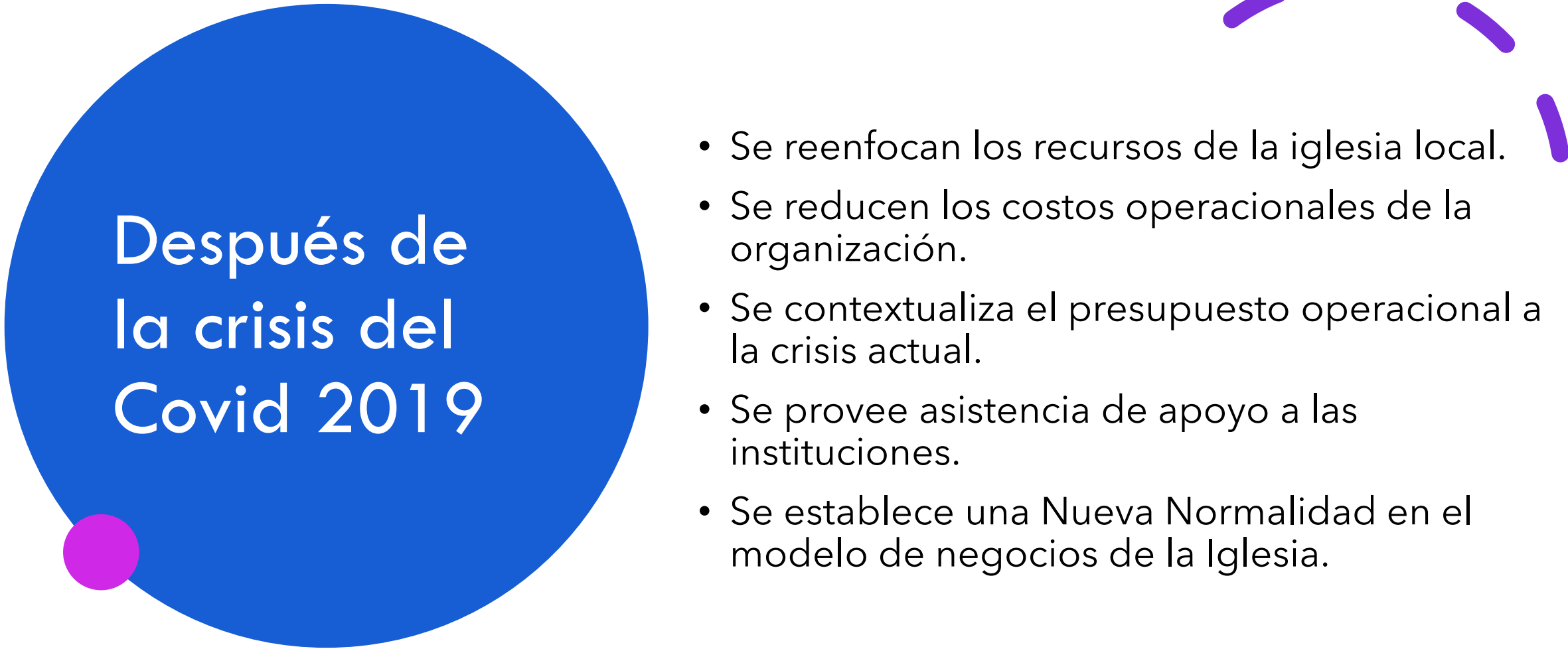
Efectividad - Ellos establecen puntos referenciales para medir los resultados programáticos y traer lo que no tiene fines de lucro, a una mayor efectividad y eficiencia.

Afiliación - Ellos quieren una relación a largo plazo con la organización que recibe su dinero. Ellos no desean meramente escribir un cheque y seguir corriendo.

Sustentabilidad - Ellos no van a sostener un programa para siempre. Ellos quieren crear independencia, no dependencia; consecuentemente, sus donaciones están a menudo acompañadas por una estrategia de salida.

Avanzando





Después de la crisis del Covid 2019

- Se reenfozan los recursos de la iglesia local.
- Se reducen los costos operacionales de la organización.
- Se contextualiza el presupuesto operacional a la crisis actual.
- Se provee asistencia de apoyo a las instituciones.
- Se establece una Nueva Normalidad en el modelo de negocios de la Iglesia.

Las Nuevas Realidades: Pérdida de Diezmos

Entrenamiento para todas las edades lo cual resultará en un nuevo grupo de donantes.

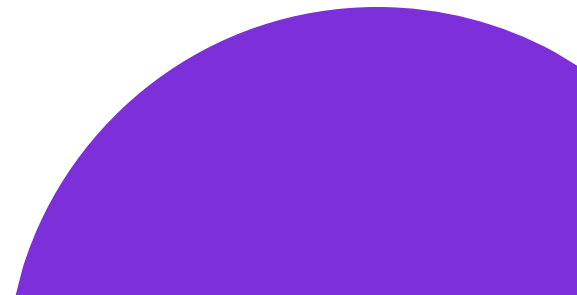
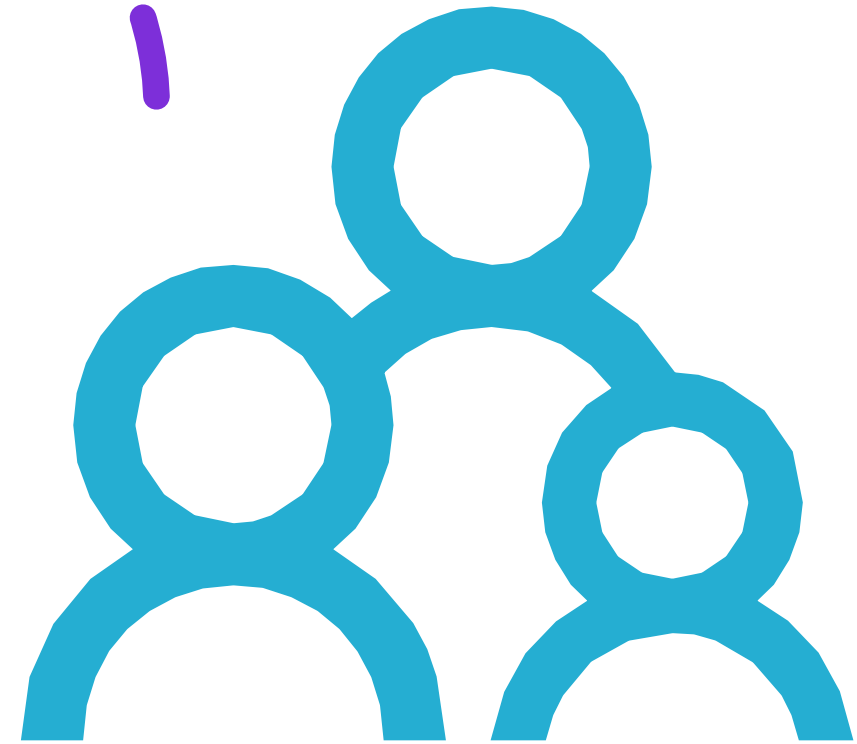
Provee un nuevo espacio de oportunidades para estimular nuevos donantes.

El trabajar estrechamente con las familias pagará dividendos.

El futuro le pertenece a las Iglesias que estén dispuestas a hacer menos recaudación de fondos y más en buscar personas con valores de mayordomía.


Generación Mayor, Retirados, Padres de los “Boomers” (Nacidos después de la 2da. Guerra Mundial)

- Lo correcto que se debe hacer, es su responsabilidad, ellos transferirán una gran riqueza.
- ¿Qué hacer? Enfocarse en la dadivosidad planificada, informar en cómo y por qué ellos pueden dar, decirles qué hará su dinero.



“Baby Boomers”

Ellos están en lo más alto del poder adquisitivo; quieren tener qué decir en cuanto a dónde va su dinero; esperan rendición de cuentas y respeto por la intención del donante.



¿Qué hacer? Los materiales promocionales deben enfatizar la responsabilidad en rendición de cuentas; permítanles especificar a cuáles programas ellos quieren beneficiar..

Generación X y más jóvenes



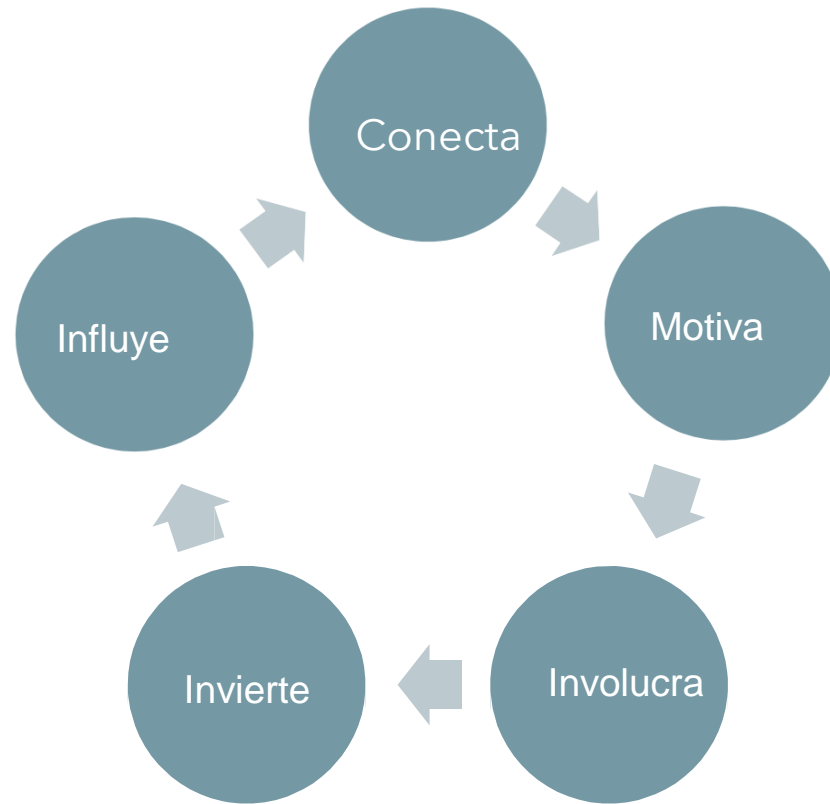
Ellos quieren “invertir” en programas sin fines de lucro. Quieren algo a cambio por su dinero. Son probablemente renuentes a dar para el apoyo general.



¿Qué hacer? Enfatiza en lo que su dinero “compra” o logra—resultados tangibles.

El Ciclo de la Relación

Acercamiento intencional para asegurar resultados de la gente





Gracias!

**La generosidad es el hijo
nacido de la experiencia
humana.**