

ARCHDIOCESE OF CHICAGO



Involucrando Latinos en su Campaña de Capital

Jose Piñones
Major Gifts Officer
Archdiocese of Chicago

jpinones@archchicago.org

Jose Piñones

- Stephen F. Austin State University, BBA, Marketing
 - Diocese of Tyler, Campus Ministry
 - Parish Campaign Director, Archdiocese of Chicago
 - Major Gifts Officer, Archdiocese of Chicago
-
- *Enseñar Quien es Cristo*
 - 23 Parroquias
 - 950+ Invitaciones Personales



Enseñar Quien es Cristo

- Objetivo de \$350 Millones
- Compromisos de \$427 Millones
- \$79 Millones en Testamentos
- Mas de 70,000 Donantes
- 350 Parroquias
- La campaña mas grande en la Iglesia en los Estados Unidos



TO TEACH WHO CHRIST IS

A Campaign for Parishes, Catholic Education and Faith Formation



Antes de Comenzar

- Bienvenidos
- Preguntas durante la presentación
- Tome Apuntes
- Hispano/Latino



El Historial

Los Números

Hay aproximadamente 30.4 millones de Hispanos/Latinos Católicos en los Estados Unidos.

57% de los hispanos adultos se identifican como Católicos.

Alrededor de 3% de los sacerdotes Católicos son hispanos o latinos.

El 26% de las parroquias sirven específicamente a las comunidades Católicas hispanas o latinas.

El 47% de los hogares hispanos o latinos dan regularmente a su colección de ofrendas de la parroquia (comparado con el 44% de los Católicos que no son hispanos).

Source: cara.georgetown.edu/



“La Comunidad Latina no Dona”

En la actualidad, hay más de **4,600** parroquias en los Estados Unidos que atienden específicamente a la comunidad hispana/latina.

Esperamos que el mismo mensaje se conecte con ellos; no lo hace.

¿Estamos simplemente traduciendo el mensaje o estamos traduciendo las materias? (Probablemente el último.)

No vamos a cambiar su cultura de donar, debemos cambiar la forma en que les pedimos que participen.

El cambio es sobre generaciones.

Primera. Segunda. Tercera.



El Proceso de la Campaña de Capital



El Caso

¿Tiene representación de esta comunidad en sus Consejos de Finanzas y Pastorales?

Traducir el mensaje, no el documento.

Dejen que sus líderes parroquiales hispanos y latinos critiquen el caso. Ellos/as pueden establecer credibilidad a la campaña.



El Trabajo Preparativo

Pidan que su asistente administrativo, preferiblemente un empleado/a, programe sus citas. (25 - 50)

Escoja un día de la semana, de 4 pm a 8 pm.

4 a 6 semanas de citas.

Las reuniones no deben tardar más de 30-45 minutos de duración.



Ejemplo



Monday April 4th

4:00PM – 4:30PM: _____ [REDACTED] (Follow-Up)

4:30PM – 5:00PM: _____ [REDACTED]

5:00PM – 5:30PM: _____

5:30PM – 6:00PM: _____ [REDACTED]

6:00PM – 6:30PM: _____

6:30PM – 7:00PM: _____ [REDACTED] (Follow-Up)

7:30PM – 8:00PM: _____

8:00PM – 8:30PM: _____ [REDACTED]



La Visita Personal

Si desea una promesa significativa, tiene que hacer una visita personal.

Cuanto menos participantes lo mejor: el sacerdote y la familia. Sin embargo, un voluntario también puede estar presente.

Programa de guía:

- Bienvenida
- Presentar el caso
- Pedir comentarios
- Explicar la promesa
- Pedir la donación
- Agradecer
- Repasar y repetir



¿Qué es una promesa?

Hablemos de eso.

5-10 Minutos



St. Genevieve, Chicago (85% Latino), TTWCI

- 36 Visitas personales
- 31 "Sí" (86%)
- \$3,836/promedio (Solicitud 3K-25K)
- 22 Aun continúan pagando (71%)
- \$ 118,926 Total de las visitas
- \$ 23,317 recolectados hasta la fecha



Su éxito vendrá de dos acercamientos:

- Prometido de visitas personales
- Solicitudes regulares en las Misas



Usted necesita ambos.

Campañas de 3-5 Años – No Se Detengan

Si bien que hay una "Fase Activa" de la campaña, no se detienen allí.

En una típica parroquia hispana tendrás:

- Nuevos feligreses
- Los feligreses que no dieron formato de compromiso
- Los feligreses que quieren dar cuando pueden (una vez)

Anuncios en Misa, el boletín, sobres para donación, publicidad de radio, y sí ... visitas personales.

La comunicación es clave para cualquier campaña.

Colecciones Semanales o Mensuales

Father Nestor, Our Lady of Fatima, Chicago



El punto?

¿Tienes la promesa - ahora qué?

*"Me encantaría saber cómo involucrar al donante hispano en el proceso de promesas de varios años. Las recolectas de cumplimiento de promesas de 3 a 5 años son terribles. "-
Oklahoma*



¿Tienes la donación - ahora qué?

"Me encantaría saber cómo involucrar al donante hispano en el proceso de promesas de varios años. Las recolectas de cumplimiento de promesas de 3 a 5 años son terribles. "- Oklahoma

Se trata de la comunicación, la visita personal y la promesa. Padre Tim en St. Genevieve en Chicago, en una base mensual pide a sus feligreses que entreguen sus donaciones o que hagan una sola donación. Cada mes. Comunicando constantemente la cantidad recolectada y la necesidad.

El 71% de las visitas personales de esta parroquia siguen pagando su promesa.



"Nuestro fondo anual no puede recibir regalos repetidos, no puede recolectar promesas, y no puede aumentar el don medio. Además, el correo directo no nos hace nada en la comunidad hispana, pero es la manera más eficiente de administrar un fondo anual. La pregunta clave: ¿hay formas mejores y más eficientes de invitar a los Católicos hispanos a participar en una apelación de manera regular? "- Texas



"Nuestro fondo anual no puede recibir regalos repetidos, no puede recolectar promesas, y no puede aumentar el don medio. Además, el correo directo no nos hace nada en la comunidad hispana, pero es la manera más eficiente de administrar un fondo anual. La pregunta clave: ¿hay formas mejores y más eficientes de invitar a los Católicos hispanos a participar en una apelación de manera regular? "- Texas

Obviamente no podemos hacer visitas personales a todos los miembros del fondo anual, pero podemos hacer visitas personales a las parroquias. En español. Identificaría un grupo de voluntarios (bilingües), entrénelos a dar un informe de impacto y enviarlos. Pide a los feligreses que den de nuevo. La razón por la cual sus donaciones son tan bajas es porque estamos pidiendo una promesa, y eso simplemente no se está conectando con el feligrés, tenemos que invitar varias veces. El Fondo Anual sigue siendo una campaña.



El Punto Final

Las visitas personales son clave para cualquier campaña de capital. Sin embargo, son críticas para el éxito de una campaña de capital en una parroquia hispana/latina.



Preguntas?

jpinones@archchicago.org

