



**PROCURAS MISIONERAS
INSPECTORIALES
AL SERVICIO
DEL CARISMA SALESIANO**



SEMINARIO

BONN 26-28 NOVIEMBRE 2012



SEMINARIO

**PROCURAS MISIONERAS INSPECTORIALES
AL SERVICIO DEL CARISMA SALESIANO**

BONN 26-28 NOVIEMBRE 2012

Edita: Dicasterio para las Misiones Salesianas.
Diseño y maquetación: Departamento de Comunicación.
Procura Misionera Salesianas de Madrid.
Impresión: DIN Impresores.
ISBN: 84-695-7481-7
Depósito Legal: M-10943-2013

2013, Madrid, España

ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN

P. PASCUAL CHÁVEZ V. RECTOR MAYOR

2. CAPÍTULO I. CONTEXTO

- Las Procuras Inspectoriales de Misiones al servicio del Carisma Salesiano.....13
P. VÁCLAV KLEMENT, SDB, CONSEJERO GENERAL PARA LAS MISIONES
- Desafíos a los que se enfrenta la Congregación y las Procuras Misioneras.....31
D. JEAN PAUL MULLER, SDB, ECÓNOMO GENERAL
- Aprender de las agencias católicas de cooperación y misión en Alemania.....33
D. MARKUS BÜKER, ASESOR PARA TEMAS TEOLÓGICOS, MISEREOR
- Trabajo en grupos.....55

3. CAPÍTULO II. EXPERIENCIAS DE PROCURAS MISIONERAS

- **Fundación Don bosco Perú: Desarrollo de diversos métodos de recaudación de fondos**..... 63
P. RAÚL ACUÑA GALLO, SDB, DIRECTOR DE LA FUNDACIÓN DON BOSCO PERÚ
- **Líneas de la Procura María Auxiliadora Yaoundé (Camerún) - ATE**..... 71
P. NATALINO PARODI, SDB. DIRECTOR DE LA PROCURA
- **Desarrollo de la Oficina para la Animación Misionera. Procura Misionera (SLK-Eslovaquia)**..... 79
P. PETER JACKO, SDB. DELEGADO DE ANIMACIÓN MISIONERA Y DIRECTOR DE SAVIO
- **Captación de Fondos en los colegios – Sur de Asia BOSCONET India**..... 85
P. GEORGE MENAMPARAMPIL, SDB. PROCURADOR NEW DELHI
- **Historia de la PDO-AFW Salesianos de Don Bosco - Inspectoría África Occidental**..... 109
D. GUNTER MAYER, SDB, ECÓNOMO INSPECTORIAL AFW, DIRECTOR DE OPD
- **Comienzo de la Procura Misonera de Corea del Sur (KOR)**...117
P. MICHAEL CHANG, SDB. ECÓNOMO INSPECTORIAL Y PROCURADOR
- **Empezando una nueva Procura Misionera**..... 123
D. GUIDO LEVOLELLA, OBRA DE DON BOSCO - ARGENTINA, CAPTACIÓN DE FONDOS
- **Don Bosco Mission: Nuevas Relaciones con los donantes, formación del equipo y relación entre la Procura y la ONG**..... 131
P. CLEMENS SCHIERMANN SDB, PROCURADOR DON BOSCO MISSION BONN
SR. CHRISTIAN OSTERHAUS, DIRECTOR DE LA ONG DON BOSCO MONDO
D. NELSON PENEDO, VICE-PROCURADOR DE DON BOSCO MISSION

4. CAPÍTULO III. CAMINO HASTA EL 2015

- **Comenzando una nueva Procura Misionera**..... 141
P. STANISLAW RAFALCO, DICASTERIO DE MISIONES

- Las necesidades para la formación salesiana.
Documento de trabajo..... 159
P. VACLAV KLEMENT, SDB, CONSEJERO GENERAL DE MISIONES
D. JEAN PAUL MULLER, SDB, ECÓNOMO GENERAL

- Nuevos y creativos caminos de Fundraising y
Networking entre las Procuras Misioneras..... 171
D. JEAN PAUL MULLER, SDB, ECÓNOMO GENERAL

- Comunicar en internet y redes sociales. Una
nueva voz para nuestra época..... 173
D. PABLO SOUTO AGUADO, DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN MISIONES SALESIANAS

- Captación de fondos: Formas creativas y
Sinergia entre las procuras misioneras..... 197
P. PIER LUIGI ZUFFETTI, SDB. PROCURADOR MISSIONI DON BOSCO DE TURÍN

- Conclusiones - Hoja de Ruta 2015..... 213
P. VÁCLAV KLEMENT, SDB, CONSEJERO GENERAL PARA LAS MISIONES
D. JEAN PAUL MULLER, SDB, ECÓNOMO GENERAL

5. ANEXOS

- Conclusioni - Itinerario verso il 2015..... 225
- Conclusions - Road Map 2015..... 235
- Conclusiões - Roteiro 2015..... 245
- Conclusions - Feuille de Route 2015..... 255

6. GLOSARIO & PUBLICACIONES

- Glosario..... 267
- Publicaciones del Dicasterio para las Misiones
(1980-2012)..... 271

PRESENTACIÓN

Siento sinceramente una gran satisfacción al presentaros las Actas del Seminario de las Procuras Inspectoriales (Provincial Mission Office) que ha tenido lugar en Bonn, Alemania (26-28 de noviembre de 2012). La numerosa participación de hermanos y colaboradores laicos, provenientes de más de 30 inspectorías de las ocho regiones salesianas del mundo, ha mostrado un crecimiento de la sensibilidad en las inspectorías con relación a la Procura Misionera.

Aprovecho la ocasión para congratularme con vosotros y expresar mi reconocimiento a todos los hermanos y colaboradores laicos que han contribuido al desarrollo de las Procuras Misioneras Inspectoriales. Ya, junto con las OPDs (Oficinas de Planificación y Desarrollo), la Procura Misionera se ha convertido casi en un instrumento indispensable para el sostenimiento, consolidación y expansión de la misión salesiana, tanto en los países desarrollados, como en los países en vías de desarrollo.

Las Actas y las Conclusiones operativas (Road Map 2015) que os presento muestran que el Seminario ha logrado discernir algunos criterios operativos, que ayudan a los Inspectores a acompañar la fundación y el desarrollo de las Procuras con sólidos criterios salesianos como pide el Plan del Sexenio 2008-2014 (Misiones, Área 3: Solidaridad misionera - 3.2.1.2).

Espero que la difusión de estas Actas, que contienen algunos criterios claros para el desarrollo de las Procuras Misioneras Inspectoriales (Art. 24 de los Reglamentos Generales) y numerosas buenas prácticas recogidas de los cuatro continentes, sea de gran ayuda para las Inspectorías que han puesto en marcha una Procura Misionera. Ruego a los Inspectores y a sus Consejos que hagan funcionar este instrumento en el ámbito inspectorial para el beneficio de una misión salesiana más solidaria, eficiente y sostenible.

Con afecto, en Don Bosco



 P. PASCUAL CHÁVEZ V.
 RECTOR MAYOR

PROCURAS MISIONERAS INSPECTORIALES
AL SERVICIO DEL CARISMA SALESIANO

CAPÍTULO I.

CONTEXTO



SEMINARIO

BONN 26-28 NOVIEMBRE 2012

LAS PROCURAS INSPECTORIALES DE MISIONES AL SERVICIO DEL CARISMA SALESIANO

P. VÁCLAV KLEMENT, SDB, CONSEJERO GENERAL PARA LAS MISIONES

1. BIENVENIDA Y GRACIAS

¡Bienvenidos a Bonn al Seminario de Procuras Inspectoriales Misioneras 2012! Estoy contento de encontrarnos aquí reunidos después de tres años. Hay muchas caras familiares, pero también algunas nuevas – señal de algunas nuevas “Procuras Misioneras” en la Congregación y también de nuevos directores.

Nos reunimos en Bonn – Alemania, cerca de una de las cinco Procuras Misioneras de la Congregación Salesiana dependientes del Rector Mayor (G 5). Una de las razones de reunirnos aquí es tener la experiencia de primera mano de la dinámica, el entorno creativo de las hermanas de “Misión Don Bosco y Don Bosco Mondo” de donde procede el nuevo Ecónomo General de la Congregación y que a pesar de la crisis económica europea muestra signos de gran vitalidad.

Lo primero, dar las gracias a todos los hermanos y amigos de **Don Bosco Mission** y **Don Bosco Mondo** (procedente de Jugend Dritte Welt) de Bonn y de los Salesianos del mundo que han contribuido a la preparación de este seminario durante el último año.

Como sabemos la “Procura Misionera Salesiana” es una herramienta completa y necesaria en la red de Misiones Salesianas, durante todo el periodo de preparación de este Seminario hemos implicado a muchas áreas: En un momento inicial hemos involucrado a dos Con-

sejeros Generales (Economía y Misiones), a las mayores Procuras Misioneras Salesianas internacionales (G 5) a través de sus reuniones anuales, a muchos Inspectores Salesianos y a otras agencias. Uno de los mayores frutos en este camino ha sido la implicación de muchos Inspectores y el proceso de apertura (o reapertura) de algunas nuevas Procuras Misioneras en muchas inspectorías.

No nos dejemos confundir por la gran variedad de diferentes nombres de las Procuras Misioneras (PM): (*Don Bosco*) o *Misiones Salesianas, ONG para el desarrollo, 'Don Bosco en el Mundo', Centro Misionero, Adopción a distancia, Procura Misionera, Oficinas de Planificación y Desarrollo (OPD con sección de captación de fondos) Fondo de Ayuda Extranjera para Misiones Salesianas, Procura Don Bosco...* Los objetivos más importantes de todas las "Procuras Misioneras" son (1) extender el mensaje del Evangelio como contribución a la evangelización; (2) captar fondos para las misiones salesianas, especialmente del sector privado; (3) fortalecer el interés hacia las Misiones Salesianas y (4) ser una gran ventana de la Congregación Salesiana hacia la Iglesia y la sociedad y viceversa.

2. ANTECEDENTES DE LAS PROCURAS MISIONERAS SALESIANAS

Desde los tiempos de Don Bosco había un gran movimiento de personas que hacían posible el apoyo económico a las **Misiones** (¡casi 80.000 Cooperadores Salesianos estaban registrados en 1888!), la primera captación de fondos organizada y profesional está unida a "Salesian Missions" de New Rochelle (1946). Ahora con el fin de llevar **la misión salesiana** de la salvación de los jóvenes a las 87 Inspectorías Salesianas, nos encontramos con una variedad de actividades de captación de fondos.

Hay cuatro maneras diferentes **para hacer nuestra misión económicamente viable**: (1) recoger las aportaciones o cuotas a nuestros destinatarios; (2) sostener la obra salesiana a través de la producción de actividades; (3) fondos públicos, subvenciones (gobiernos, industria, agencias internacionales...) y (4) recoger fondos privados de diferentes donantes – benefactores. Hace tres años en Roma, reflexionamos sobre la Espiritualidad de la Procura Misionera, a partir

de la práctica de Don Bosco y Don Rúa. Empezar desde cero, desde Don Bosco, podría inspirarnos de nuevo hoy en buscar un nuevo camino salesiano cuando tenemos que afrontar serios desafíos económicos.

Especialmente **para empezar nuevos trabajos en las misiones** (tierras, construcciones...) **para la sostenibilidad del permanente trabajo con la juventud desfavorecida** (acción social, niños de la calle, juventud en riesgo, educación en las zonas más pobres...) o **para los gastos de formación salesiana**. En general, los fondos privados son el más importante (y a veces el único) camino para la sostenibilidad e, incluso, la 'supervivencia'.

Por ejemplo, no podemos imaginar el comienzo del Proyecto África o el continuo apoyo a los gastos de formación salesiana sin la importante ayuda llegada desde las diferentes Procuras alrededor del mundo. Ahora nos encontramos con las cinco Procuras Misioneras internacionales con la autorización del Rector Mayor, de acuerdo con el art. 24 de las Constituciones Generales (G 5 – New Rochelle, Madrid, Bonn, Turín y Delhi), tres Procuras nacionales (Brasil, Argentina y Polonia) y más de 30 Procuras a nivel Inspectorial que trabajan bajo diferentes nombres.

Al mismo tiempo, comenzaron otras **agencias de solidaridad misionera salesiana**:

- a) **Oficinas de Planificación y Desarrollo (OPD)** en más de 50 Inspectorías. Algunas de ellas se han desarrollado en los últimos 20 años, pasando de ser una mera herramienta de ejecución de proyectos a una compleja herramienta para la planificación y el desarrollo sistemático de las Inspectorías Salesianas. Los dos primeros seminarios de OPDs (Roma, 2005 y Hyderabad 2011) fueron buenos testigos de este movimiento. Un buen número de ellas están desarrollándose con más energía que la "sección para la captación de fondos privados".
- b) **Organizaciones No Gubernamentales (ONG)** que apoyan a las Misiones Salesianas. Algunas de ellas realizan grandes campañas de captación para cubrir la cofinanciación en los proyectos gubernamentales. Muchas de ellas trabajan "a la par" en una cerrada sinergia con las Procuras Misioneras, incluso en el mismo lugar.

- c) **Un buen número de oficinas de “captación para la solidaridad con la misión salesiana local”** continúan trabajando con el fin de dar a apoyo al trabajo salesiano, acción misionera salesiana. En algunos casos, no se ha conseguido una coordinación inspectorial ni sinergias entre estos y las Inspectorías SDB.
- d) **Además, hay un gran número de organizaciones no Salesianas** (ONG, fundaciones – algunas con el nombre de “Don Bosco” o “Salesiano”) que apoyan de manera regular el trabajo de las Misiones Salesianas, pero que operan con independencia y con sus propios criterios.

En el Capítulo General 26 (Roma, 2008, ‘Da mihi animas, caetera tolle’), en el cuarto núcleo sobre *El testigo de la pobreza evangélica* se invita a los Salesianos a hacer más creíble nuestra pobreza a través del *testimonio personal y de la comunidad* (12), *Solidaridad con los más pobres* (13), y *Responsabilidad en la gestión de los recursos con espíritu solidario* (14). El N.93 invita al Rector Mayor a ayudar al crecimiento de las Inspectorías en su compromiso a favor de la justicia social y el n.97 utiliza tres expresiones clave: **más solidaridad práctica de los recursos...** entre Inspectorías y Regiones; supervisión efectiva de las operaciones; también en el área de *Nuevas Fronteras* (Núcleo 5 - Nuevos modelos de gestión del trabajo, Línea de acción 17) encontramos indicaciones para una **gestión más sistemática y profesional de nuestros recursos.**

En este contexto, en el Plan de Seis Años del Rector Mayor para el sexenio 2008 -2014, (Parte II, Misiones, Área 3 – Solidaridad Misionera) encontramos tres líneas concretas de acción para toda la Congregación (ACG 402, 2008): “Promover y consolidar las OPDs en las Inspectorías; o en su caso, abrir una **Procura Misionera**”; “Ayudar a las Inspectorías en el acompañamiento de sus ONGs, **Procuras Misioneras**, OPDs y otros cuerpos civiles, con claros criterios salesianos para el desarrollo de los Salesianos y ‘Acompañar el desarrollo de una **red de solidaridad** entre las ONGs, las **Procuras Misioneras** y las Oficinas de Desarrollo en todas las Regiones”. Este seminario quiere facilitar un paso más, de acuerdo con estas tres líneas de acción.

3. CAMINO DE LAS PROCURAS DESPUÉS DEL GC26 (2008-2012)

Al margen de la reunión anual de las *Mayores Procuras Misioneras* (G5: 2008-Roma, 2009-Roma, 2010-New Rochelle, 2011-Madrid, 2012-Bonn) tras el último GC26, cada año habrá un Seminario de los diferentes agentes en el campo de la **Solidaridad Misionera Salesiana** (SMS): Procuras Misioneras Inspectoriales (2009); ONGs Salesianas relacionadas con las Misiones (2010); y Oficinas de Planificación y Desarrollo (2011).

Debido a **factores externos** hay signos de crecimiento de la SMS: crisis económica global con efectos colaterales en los recursos económicos de las misiones salesianas; cambio en las políticas de ayuda para los “países en desarrollo” (las subvenciones gubernamentales están siendo reducidas, estrés en el aprovechamiento de los recursos globales); el llamamiento del Rector Mayor ante la emergencia tras el terremoto de Haití produjo en todas las Inspectorías Salesianas conciencia de “solidaridad misionera”; la disminución de la ayuda del Rector Mayor a las Inspectorías ha facilitado iniciativas saludables y creativas a las mismas.

Algunos **factores internos** han producido un movimiento de crecimiento saludable: las Inspectorías SDB están (re)empezando sus Procuras Misioneras o fortaleciendo su capacidad; la calidad de las iniciativas de captación de fondos está creciendo en las PM; la construcción de OPDs está siendo aceptada como herramienta standard en más de 50 Inspectorías; las estructuras de las PM se está actualizando; están creciendo sinergias entre la animación Inspectorial y el cuadro de Gobierno.

4. DIFERENTES MODELOS DE PROCURAS MISIONERAS INSPECTORIALES

Está claro que tenemos diferentes modelos de “Procuras Misioneras” en las Inspectorías. Al reflexionar juntos sobre las “Procuras Misioneras” podemos sentirnos confusos por la variedad de diferentes entidades con la misma etiqueta. Para mejorar la comprensión de los diferentes modelos existentes, en un segundo estudio basado en un primer informe, hemos pedido a las Procuras Misioneras Inspectoriales: “Reflexionar en sus PM Inspectoriales, **¿qué modelo de oficina son?** Podían

escoger uno de los modelos de la lista o **describir su propio modelo**. Fueron descritos cinco modelos diferentes. Las siguientes descripciones no son “buenos” o “malos” modelos, sino que tratan de describir los diferentes modos de trabajo que podemos encontrar en la Congregación en este momento.

Procura Misionera - Modelo '0'

No hay iniciativas oficiales de captación de fondos a nivel inspectorial o la Inspectoría está en la etapa de realizar iniciativas de captación individual, fruto de la iniciativa, en el pasado, de algún emprendedor (generalmente un expatriado) misionero. O la PM todavía no forma parte de la cultura Inspectorial: los Salesianos no están aún convencidos de la importancia o necesitan más confianza para empezar de un modo más organizado.

Principales características: *hay algún donante en la lista de la Oficina del Ecónomo Inspectorial; la “Oficina” tiene la bendición del Inspector SDB; distribución de fondos sin un criterio claro o todos los fondos (pequeños) son destinados a los gastos de formación. El Ecónomo Inspectorial recibe, ocasionalmente, un informe de actividades (gastos, ingresos...). O las respuestas a las llamadas ocasionales que aparecen en el Boletín Salesiano se notan en el flujo de la cuenta inspectorial sin que la Inspectoría tenga una actitud proactiva. Al final del año la cantidad de esta cuenta se envía a las diferentes misiones. Por otro lado, hay algunos países desarrollados con Inspectorías que han suspendido las actividades de la PM o que permanecen con un nivel muy bajo de actividad, generalmente debido a la falta de personal adecuado. Hay muchas Inspectorías en esta categoría.*

Procura Misionera - Modelo '1'

a. La Inspectoría tiene como punto de referencia para las actividades de captación a los misioneros que tienen raíces en la propia Inspectoría (o para su propio territorio de misión o Vicariato Apostólico). Características: *hay una cuenta bancaria oficial; propaganda irregular; no hay Salesianos dedicados a*

tiempo completo; no hay indicaciones autorizadas para la Procura Misionera; el personal de la PM está formado por una persona laica, bajo la supervisión del Ecónomo.

b. La Inspectoría tiene algunos misioneros extranjeros, que ayudan con sus benefactores a través de la cuenta bancaria de la propia Inspectoría (o cuentas para objetivos misioneros específicos). Características: *hay una cuenta bancaria oficial; propaganda irregular; no hay Salesianos dedicados a tiempo completo; no hay indicaciones autorizadas para la Procura Misionera; el personal de la PM está formado por una persona laica, bajo la supervisión del Ecónomo.*

Procura Misionera - Modelo '2'

La Inspectoría tiene una Procura Misionera (Parte de OPD, ONG...) **Características:** *tiene un Salesiano encargado a media jornada y, generalmente, a una persona laica a tiempo completo que gestiona el trabajo de la oficina. El director de la PM no tiene un plan claro; sólo trata de aumentar los fondos para las necesidades de las diferentes misiones. O simplemente coge la lista de donantes de su predecesor u otros Salesianos carismáticos – fundadores de actividades específicas, que fueron más tarde aceptadas como un trabajo Inspectorial. No hay estructuras ni directrices. Generalmente la misma persona que se encarga de la captación de fondos decide también cómo se distribuyen los fondos. La Procura utiliza la comunicación social sin una estrategia clara o política.*

Procura Misionera - Modelo '3'

La Inspectoría tiene una PM, de acuerdo con el Plan Orgánico Inspectorial o el Directorio Inspectorial. **Características:** *La PM está registrada de acuerdo a las leyes nacionales; los donantes se benefician de deducciones fiscales. Hay elementos básicos que garantizan la continuidad y el crecimiento de la PM: estructuras aprobadas por el Consejo Inspectorial; un director de la PM a tiempo completo con su consejo asesor (SDB, socios misioneros laicos, miembros de la Familia Salesiana). Los target de la PM, ambos do-*

nantes (benefactores) y algunas instituciones públicas (fundaciones, asociaciones – a veces a través de ONG). La distribución de fondos es decidida por un comité (cuadro de directores) establecido por el Consejo Inspectorial. La PM tiene comunicación estratégica para la imagen pública de Don Bosco y su misión (comunicación social, publicidad, trabajo en redes...).

Hay otras posibles formas de Procura Inspectorial Misionera que están surgiendo desde el estudio

- La Procura trabaja solo para un determinado trabajo (Ej. Centros de Formación Profesional) de la Inspectoría.
- La Procura no forma parte de las estructuras de animación Inspectorial; solo “provee de fondos”.
- La Procura sólo se hace cargo de los misioneros (que trabajan en el extranjero o vuelven) y son un enlace con sus familias.
- La Procura es entendida como un Centro Inspectorial Misionero con alguna actividad de captación de fondos.
- La Procura está creciendo como fruto de un movimiento de servicio misionero voluntario u organización, que necesita algunos fondos para la actividad o para misiones relacionadas con proyectos (desde ONG hacia la Procura).

5. OBJETIVOS, EXPECTATIVAS Y PROCESOS PARA EL DESARROLLO DE LA PROCURAS MISIONERAS

Durante el periodo de preparación del Seminario aparecieron 3 objetivos importantes (+4 papeles de trabajo):

1. ***Evaluación del proceso de las Procuras Salesianas después de cinco años (Modelos – n.4)***
2. ***Las Procuras se encuentran al servicio de la Misión Salesiana (Formación, Fundraising–m.1.2)***

3. **Fortalecer la capacidad de las Procuras Misioneras Salesianas (Comenzar una nueva Procura – n.3).**

En el comienzo del Seminario me gustaría introducir algunas de las principales expectativas, como fueron expresadas en las aportaciones de las Inspectorías. Algunas pueden ser expresadas como tendencias o caminos indicadores para el desarrollo de la Procura Misionera. La mayoría ya están incluidas en los diferentes temas que se van a tratar en las 11 sesiones durante los próximos 3 días y podrían servir como marco para una Hoja de Ruta de las Procuras Misioneras 2015. La mayoría de las expectativas tienen que ver con la evaluación de estos cinco años de desarrollo o con los contratiempos de las Procuras Misioneras Inspectoriales, que han ido aprendiendo de las experiencias concretas (se sugiere un método narrativo) y la clarificación del papel y de las tareas de las Procuras dentro de las estructuras inspectoriales (Oficina del Ecónomo, OPD, Comunicación Social, Delegado de Pastoral Juvenil...) De todos modos, la mayor expectativa es la de facilitar el comienzo y el crecimiento de la Procura Misionera en muchas Inspectorías. Como muestra, en este Seminario hay siete participantes que están comenzado una Procura.

Tendencias y caminos para el Desarrollo de las Procuras Misioneras (Posibles hitos para una Hoja de Ruta):

De una sencilla casual manera de captar fondos para la misión Salesiana o para las necesidades específicas hacia la construcción de un grupo de donantes (club, familia) identificada con la Misión Salesiana.

De la iniciativa gratuita de algunos hermanos carismáticos, que están en contacto con los misioneros hacia un claro mandato inspectorial, con documentos institucionales (OPP, Directorios, PEPS, Estatutos o regulaciones de las PM) y “propiedad” de la Comunidad Inspectorial.

De un sencillo y esporádico “Mailing Directo” enviado a “viejos” donantes hacia la realización de actividades multimedia de captación de fondos diferenciadas y habituales, implicando a nuevos donantes.

De una mentalidad de “esperar y recibir” de los hermanos Salesianos, que dependen de la ayuda extranjera, hacia una mentalidad

de solidaridad y creatividad de la Comunidad Inspectorial, para aprovechar los posibles recursos locales de los benefactores y ayudar a maximizar las propias estructuras.

De un fragmentado mosaico de muchas agencias para la captación de fondos para las misiones en cada Inspectoría hacia una mayor sinergia entre la PM y otras agencias de la Solidaridad Misionera Salesiana (OPD, ONG, Fundaciones), entre la PM de la misma Región y país.

De la dependencia (casi completa) de la Inspectoría de agencias extranjeras hacia la construcción de un camino para la auto-sostenibilidad, y reducir la dependencia de agencias extranjeras.

De un esquema de PM de buena voluntad y una búsqueda de fondos no sistemática hacia un personal estable y profesional, formación continua de los Salesianos y laicos que están implicados en la Procura Misionera (contabilidad, comunicación...).

De una ayuda limitada a algunas Inspectorías o para proyectos Inspectoriales hacia un crecimiento de la solidaridad misionera de la Congregación y de la corresponsabilidad.

De una ayuda casi exclusiva en el campo del desarrollo social de la actividad en la misión hacia una ayuda real y urgente para las necesidades de las 30 Inspectorías menos fuertes económicamente (gastos de formación, con un porcentaje previsto de fondos para enviar para las necesidades del Rector Mayor).

De una pequeña sensibilidad hacia las necesidades de las misiones salesianas fuera de nuestra propia Inspectoría, hacia la creación o el fortalecimiento de las Procuras Misioneras en todos los países con más oportunidades de captación de fondos.

Algunas experiencias de Procuras Misioneras muestran una visión clara de crecimiento y su filosofía queda expresada en sus Estatutos y en su práctica diaria, como: El primer objetivo es extender el mensaje del Evangelio; la Procura Misionera es una ventana al Mundo y a la Congregación...

En comparación con las primeras directrices oficiales en ACG (n.323 – P. Luc Van Looy, 1987) sobre la Procura Misionera, se mencionan dos objetivos básicos: suministrar ayuda para las misiones y dar a conocer las misiones salesianas, podemos trazar una visión más articulada de la PM.

En el entorno globalizado en el que vivimos hoy, que afecta a todas las Inspectorías, hay expectativas de crecimiento desde “dentro” (agencias Salesianas, Inspectorías) y también de otras agencias (gobiernos, empresas, fundaciones, redes internacionales) para ser más transparentes, responsables y profesionales en todo el proceso de solidaridad misionera. Gracias a los Salesianos o a Don Bosco tenemos una imagen-nombre de credibilidad. Es una maravillosa señal, que en tiempos de crisis y de escándalos, la mayoría de nuestras Procuras Misioneras continúan atrayendo a más donantes que antes.

En el Seminario de OPD de 2011 (Hyderabad) participaron más de 50 Inspectorías Salesianas (de un total de 87). Este año, más de 40 Inspectorías y Delegaciones estuvieron implicadas con sus aportaciones. Entre los 41 que somos hoy, están representadas 30 Inspectorías, dos Delegaciones Inspectoriales y una Prelatura Misionera, que representan a 33 Procuras Misioneras de los cinco continentes (7 de África, 10 de América, 6 de Asia, 1 de Oceanía y 10 de Europa, 3 RGM y 4 Bonn) y de las ocho regiones Salesianas. Hay 5 socios laicos, 6 Ecónomos Inspectoriales, 1 Superior de Delegación, 2 directores de OPD, 3 Delegados Inspectoriales de Animación Misionera...

6. METODOLOGÍA DEL SEMINARIO

Cada día tiene su tema principal: Desde el contexto en el que vivimos (día 1), a las experiencias de las Procuras Misioneras (día 2) y finalmente, la preparación de una hoja de ruta para los próximos tres años (día 3).

Al final de este seminario, podremos ofrecer a todas las Inspectorías unos sencillos y **‘claros criterios salesianos para el acompañamiento de una Procura Misionera al servicio del Carisma Salesiano’** para consolidar y acompañar a las Procuras Misiones, como era requerido por el Plan a Seis Años (2008-2014) del Rector Mayor: Parte II, Misiones (3.1.2.2).

En cuanto al **método** del Seminario, nos gustaría una participación proactiva de todos. Cada sesión tiene su introducción y la presentación de buenas prácticas, pero incluye también tiempo para el trabajo en grupo, de acuerdo con los idiomas. Todos estáis invitados a convertirnos en un activo participante durante todo el tiempo.

Si tiene algún tema para **compartir con el resto de participantes** o un especial interés por algún tema, hágalo saber a los organizadores o al comité de gobierno para el beneficio de todos. Hay una posibilidad de compartir a través del pequeño espacio de exhibición, los materiales en papel o digital también serán compartidos (Secretaría).

El papel del grupo de redacción de la Hoja de Ruta garantizará que la marcha del Seminario sea suave y centrada en los objetivos del programa. Por favor, acudid a los miembros si tenéis alguna sugerencia, idea o comentario relativo al programa. Los miembros de este Comité son el Ecónomo General, el Consejero de Misiones, el Director de la Procura Misionera de Asia Sur y tres directores de OPD/Ecónomos Inspectoriales con larga experiencia en este campo.

El **factor del idioma** es un nuevo desafío para la Congregación. Durante el proceso de preparación hemos intentado salvar esta brecha del lenguaje con la traducción de los materiales más importantes en los tres idiomas más hablados por los Salesianos – inglés, español e italiano. Durante estos tres días intentaremos ayudar a todos los participantes con documentos en inglés y español y, posiblemente, con traducción simultánea, cuando sea necesario en la Asamblea Abierta. En los grupos de trabajo, trataremos de organizar a los participantes por idiomas.

Todos los materiales que se han producido durante el periodo de preparación se pueden encontrar en: www.sdb.org, **AGORA / Missions - Procura misionaria/ OPD**. Cualquier Salesiano o socio laico de la misión salesiana que esté registrado en www.sdb.org puede tener acceso a este recurso digital con la autorización del webmaster. También, las Inspectorías que no participen en el Seminario pueden bajarse los materiales más importantes en tiempo real.

Moderadores:

P. MC George & P. Stanislaw Rafalko

Grupo de Redacción de la Hoja de Ruta 2015:

D. Jean Paul Muller (sdb), P. Václav Klement, P. MC George, P. Stanislaw Rafalko, D. Guido Ivoletta.

Todos los materiales relacionados con el Seminario puede ser descargados desde: www.sdb.org: AGORA>MISSIONS> Procura Missio-OPD <http://say.sdb.org/agora/index.php?board=1629>.

Hoja de Ruta 2015 – Posible esquema para la reflexión durante el Seminario

Comenzando con la razón de nuestra existencia, “Estar al servicio del Carisma Salesiano en la Inspectoría”, hasta las introducciones y discusiones durante estos tres días, nuestras reflexiones y respuesta, nosotros vemos la ‘Procura Inspectorial Misionera’ en estas categorías que están a continuación:

1. Identidad: quiénes somos / qué hacemos...
2. Posicionamiento en la Inspectoría: cuál es nuestra relación con...
 - El Inspector y el Consejo.
 - Las Comisiones.
 - Las comunidades salesianas locales.
 - Las ONGs Salesianas y las OPDs.
3. Grupos y objetivos: a quién servimos...
 - Internos y Externos
4. Singularidad: qué características tenemos...
5. Esferas de trabajo: qué programas y servicios tenemos...
 - Aumento del interés en la Misión Salesiana.
 - Aumento de fondos y la promoción de la Misión Salesiana.
 - Animación misionera y Evangelización.
6. Personal: qué recursos humanos necesitamos:
 - SDB y Socios laicos.
 - Cualificación.
 - Formación requerida.

**ORACIÓN DEL DIRECTOR DE LA PROCURA MISIONERA
(SOCIOS LAICOS DE LAS PROCURAS MISIONERAS)**

Dios Padre,

Gracias por darnos a Don Bosco,
Guía y portador de tu Amor por la juventud
Le has dado la habilidad para implicar a muchas personas
en la misión global para la salvación de los jóvenes.
Le llevaste a encontrar personas generosas y medios
para llevar el Evangelio y el Carisma Salesiano alrededor del mundo.

Señor Jesús,

Gracias por confiar en la Congregación
que me encomendó este trabajo a mi y a mi equipo
haciéndonos una herramienta efectiva y un fiel ayudante
de los regalos de la Providencia para la Misión Salesiana.
Danos un espíritu emprendedor, fortaleza y prudencia,
y agradecer la generosidad de muchos amigos y benefactores
de la Congregación Salesiana que es
¡capaz de manifestar tu amor paternal!
hacia los más pobres y abandonados, también hoy.

Envíanos tu Espíritu

que nos guía en este mundo que cambia tan rápido:
para ser signos y portadores de Tu Amor,
para ser objetivos y testigos de la vida de pobreza,
para ser más sensibles con las necesidades de la Misión y
ser siempre amables con nuestros bienhechores y amigos
para que algún día, junto a ellos,
podamos encontrarnos con Don Bosco en el cielo, donde él nos espera.

Amen.

PROGRAMA

		TEMA DE LA SESIÓN	PONENTES	METODOLOGÍA	
DÍA 1 (NOV 26)	CONTEXTO	1	Bienvenida, Introducción y Presentación	Todos los participantes Consejero Misiones	Presentación todos Introducción
		2	Desafíos a los que se enfrenta la Congregación y el papel de las Procuras Misioneras	Todos los participantes Ecónomo General	Ponencia Grupos de trabajo
		3	Agencias de Misión desde la visión de la Iglesia I	Misereor Markus Bükler	Ponencia Forum abierto
		4	Agencias de Misión desde la visión de la Iglesia II	Misereor Todos participantes	Grupo de trabajo Asamblea compartir
DÍA 2 (NOV 27)	EXPERIENCIAS DE LAS PROCURAS MISIONERAS	5	Buenas prácticas I: (3 Procuras Inspectoriales)	Directores de PM: PER, SLK, ATE	Compartir Forum abierto
		6	Buenas prácticas II: (3 Procuras Inspectoriales)	Directores de PM: KOR, INN, AFW	Compartir Forum abierto
		7	Buenas prácticas III: Comenzar una nueva PM	ARS-Buena práctica Stanislaw Rafalko	Compartir Ponencia Forum abierto
		8	Buenas prácticas IV: Formación Pastoral de los donantes Formación del personal de PM	DB Mission Bonn Schliermann	Compartir Forum abierto
		9	Reflexiones sobre los Gastos para la Formación Salesiana	Consejero Misiones Ecónomo General	Ponencia Forum abierto Grupo de Trabajo
DÍA 3 (NOV 28)	MO - HOJA DE RUTA 2015	10	Nuevos y creativos caminos de Fundraising y trabajo en red de las Procuras Misioneras	Ecónomo General Procura -Turín Procura -Madrid	Compartir Forum abierto
		11	Trabajo en red - Networking Conclusión – Hoja de Ruta 2015	Consejero Misiones Equipo de redacción	Presentación de la redacción Forum abierto

PROCURA MISIONERA – BUENAS PRÁCTICAS A COMPARTIR

ASIA: SUR DE ASIA (INN), KOR

AMÉRICA: ARS-ARN, PER

ÁFRICA: AFW, ATE

EUROPA: GER-BONN, ICP-TURÍN, SMA-MADRID, SLK

ONG PARA LAS MISIONES

DON BOSCO MONDO: (GER-BONN: MODELO DE ONG Y SINERGIAS CON LA PROCURA MISIONERA)

LISTA DE PARTICIPANTES - BONN 2012

Nº	APELLIDO - NOMBRE	INSP	PROCURA	CARGO
ÁFRICA				
1	Bullo Cesare (Br)	AET	Province - Ethiopia and Eritrea	Director
2	Molino Felice (Fr)	AFE	Province of Kenya, Tanzania, Sudan	Director
3	Comino Jim (Br)	AFE	Delegation of Sudan	Director
4	Mayer Gunther (Br)	AFW	Province Ghana, Sierra Leon, Liberia	Director
5	Karikunell Michael (Fr)	AFW	Delegation of Nigeria	Director
6	Parodi Natalino (Fr)	ATE	Province of Cameroon+5 countries	Director
AMÉRICA				
7	Levolella Guido (Mr)	ARG	Buenos Aires - Obra de Don Bosco	Director adjunto
8	Lucas Mirabet (Mr)	ARG	Buenos Aires - Obra de Don Bosco	Com. Social
9	Marcio José Montandon (P)	BBH	Brasile - Belo Horizonte	Director
10	Renato José dos Santos (Fr)	BPA	Brasile - Porto Alegre	Director
11	Rivero José Angel (Sr)	MEM	Prelature of Mixes (Oaxaca)	Director
12	Raul Acuña Gallo (Fr)	PER	Peru - Fundacion Don Bosco	Director
13	Hyde Mark (Fr)	SUE	Salesian Missions - New Rochelle	Director
14	Correa Jaime (Sr)	SUE	Salesian Missions - New Rochelle	Jefe de Sección
ASIA - OCEANÍA				
15	D'Sousa Edwin (Fr)	INB	India - Mumbai	Director
16	Elow Samuel (Fr)	IND	India - Dimapur	Director
17	Vaillat Antony (Fr)	INK	India - Bangalore	Director
18	Menampampil George (Fr)	INN	India - Delhi (South Asia PM)	Director
19	Lynch Michael (Br)	AUL	Australia, Fiji, Samoa, New Zealand	Director
20	Bicomong Gregory (Fr)	FIN	Philippines - Manila	Director
21	Chang Dong Hyun Mike (Fr)	KOR	South Korea	Director
ALEMANIA - BONN				
22	Schlierman Clemens (Fr) MDB	GER	Germany - Mission Don Bosco	Director
23	Penedo Nelson (Mr) DBM	GER	Germany - Mission Don Bosco	Deputy Director
24	Osterhaus Christian (Mr) MDB	GER	Germany - Don Bosco Mondo	Director
25	Cromm Silvia (Mrs) DBM	GER	Germany - Don Bosco Mondo	Project Section

Nº	APELLIDO - NOMBRE	INSP	PROCURA	CARGO
EUROPA				
26	Obermuller Petrus (Fr)	AUS	Austria	Director
27	Schoolr Gerard (Br)	BEN	Netherlands	Director
28	Vracovsk Jaroslav (Fr)	CEP	Czech Republic	Director
29	Brown Joe (Fr)	GBR	Great Britain	Director
30	Rogger Tony (Fr)	GER	Switzerland - Beromunster	Director
31	Devitt Dan (Fr)	IRL	Ireland	Director
32	Zuffetti Pier Luigi (Fr)	ICP	Italy - Torino	Director
33	Jacko Peter (Fr)	SLK	Slovakia	Director
34	Pacheco Augustin (Fr)	SMA	España - Madrid	Director
35	Wortolec Roman (Fr)	PLE	Poland - SOM (Missionary Center)	Director
36	Souto Pablo (Sr)	SMA	España - Madrid	Com. Social
ROMA - CASA GENERAL				
37	Muller Jean Paul (Br)	RMG	Consiglio Generale	Econ. General
38	Klement Václav (Fr)	RMG	Consiglio Generale	Mission Counc.
39	Rafalko Stanislaw (Fr)	RMG	Dicastero per le Missioni	Procure-NGO

SALESIANOS DE DON BOSCO - REGLAMENTOS GENERALES

Art. 24. Para apoyar la acción Misionera, el Rector Mayor con el consentimiento de su Consejo y de acuerdo con el Inspector local, puede establecer Procuras de ámbito general para toda la Congregación.

Su organización y método de funcionamiento dependerán del Inspector o Inspectores en cuya circunscripción actúa la Procura, previo convenio con el Rector Mayor y de acuerdo con el Consejero General para las Misiones y con el Ecónomo General.

Para la creación de Procuras locales o hermanamientos, el Inspector es la persona competente con el consentimiento de su consejo y de acuerdo con el Consejero General para las Misiones.

(ED. 1984, REVISADO 2002)

DESAFÍOS A LOS QUE SE ENFRENTA LA CONGREGACIÓN Y LAS PROCURAS MISIONERAS

D. JEAN PAUL MULLER, SDB, ECÓNOMO GENERAL

1. CAMBIOS DEMOGRÁFICOS (SALESIANOS Y JÓVENES)

Los cambios fuerzan a la Congregación a presentar una nueva cara y nos enfrenta a complejos desafíos en proyectos, estudios, apoyo...

2. FORMACIÓN INICIAL Y APRENDIZAJE PERMANENTE

Espiritualidad, responsabilidad, planificación estratégica... los misioneros necesitan de todo esto. Cada Salesiano y la Congregación, en general, necesitan de un aprendizaje permanente, lo que significa una "automotivación continua y voluntaria" para la búsqueda del conocimiento ya sea por razones personales o profesionales. Así, no sólo hay que mejorar en cuestiones de inclusión social (Países musulmanes, zonas principalmente laicas...), de ciudadanía y desarrollo personal, también en competitividad.

3. SITUACIÓN FINANCIERA

Grandes recortes, requisitos y condiciones. Una nueva manera de entender el bienestar, dar algo a cambio.

4. RECURSOS HUMANOS

Para enfrentarse a los nuevos desafíos que nos presentan los jóvenes, el crecimiento de las ciudades y el éxodo rural.

Para ejecutar la gestión a nivel global, inspectorial y local.

5. COMUNICACIÓN

Nuevos canales de información y de participación.

6. TRANSPARENCIA

Cómo trabajamos, el valor de nuestra misión, cómo utilizamos los apoyos financieros y humanos, el impacto de nuestro trabajo y del acompañamiento a los jóvenes en la Iglesia y la sociedad.

7. DIVERSIDAD

Implicar a más personas en nuestra misión para compartir la responsabilidad y conseguir mejores y más fructíferos "inputs", utilizando las grandes oportunidades que los jóvenes, las personas discapacitadas, los inmigrantes y las personas marginadas nos dan con su experiencia para empujar nuestra misión en el camino de la creatividad y desarrollar nuevos canales de evangelización y encontrar nuevos caminos para la captación de fondos (fundraising) que tanto necesitamos.

APRENDER DE LAS AGENCIAS CATÓLICAS DE COOPERACIÓN Y MISIÓN EN ALEMANIA

D. MARKUS BÜKER, ASESOR PARA TEMAS TEOLÓGICOS, MISEREOB

Muy estimados señores y estimadas señoras:

Mis muy sinceras gracias por su invitación a este Seminario de tres días de los directivos de la Misión Salesiana. Especialmente les agradezco la confianza que le brindan a Misereob, para hablar con ustedes sobre las perspectivas de las Obras de la Iglesia Universal en Alemania.

Mi nombre es Markus Bükler. En los últimos ocho años, es decir desde el año 2005, viví y trabajé en Bogotá, la capital de Colombia. Allí acompañé grupos de base en sus procesos de capacitación, apoyando su desarrollo como organizaciones. La reflexión teológica fue parte de estos trabajos. Tuve oportunidad de conocer escuelas mantenidas por los Salesianos y procesos de base implementados por Salesianos en barrios marginados de la ciudad.

Anteriormente a eso, trabajé en Suiza en la Misión Belén de Imensee (organización católica misionera), en el área de solidaridad internacional. En Suiza, concluí mi estudio de teología con un trabajo sobre "inculturación liberadora en América Latina". Desde septiembre de este año, es decir, desde hace apenas tres meses, estoy nuevamente en Alemania y trabajo como teólogo en la Obra Episcopal Misereob. La misión de Misereob como Obra de la Iglesia Católica de Alemania es ayudar a superar el hambre, la enfermedad y la pobreza en el mundo. Para ello Misereob coopera con organizaciones contrapartes

de todo el mundo y apoya sus proyectos, tanto financiera como personalmente. En Alemania, Misereor trabaja activamente en tareas de sensibilización y captación. En la época de Cuaresma, en las parroquias y escuelas se ayuda a tomar conciencia, de que nosotros, cristianos y cristianas de Alemania, debemos cambiar fundamentalmente nuestro comportamiento para contribuir a lograr justicia a nivel mundial, tanto para la generación actual como para las siguientes. Para que finalmente todos puedan tener garantizados sus derechos humanos. Por las mismas razones Misereor apela a la conciencia de los poderosos en la política, la economía, las finanzas y la Iglesia.

He estructurado mi discurso en cuatro puntos. En el primero, describo los desafíos mundiales que hoy día inevitablemente se nos presentan como cristianos y cristianas. En el segundo, esquematizo los cambios dentro de la Iglesia de Alemania, en tanto atañen al trabajo de la cooperación internacional. En el tercer punto, muestro algunos criterios teológicos y áreas de trabajo, a partir de los cuales deben entenderse y elaborarse los desafíos. Y en el cuarto, trato de desarrollar perspectivas para una acción cristiana temporal y localmente adecuada.

Ahora les invito, por tanto, a tratar de captar ante qué desafíos nos encontramos en Alemania y qué posibilidades de respuesta hay, dadas las transformaciones que se dan hoy día en el trabajo de la misión, evangelización o cooperación. Utilizaré los tres términos siempre desde una perspectiva integral. Siempre se viven y juntan fe y compromiso. Solamente que en misión y evangelización se reflexiona explícitamente sobre la fe cristiana. En la cooperación, no es necesariamente explícito, pero implícitamente también debe ser integral.

En la conversación final, la segunda parte, les pido aportar -desde sus perspectivas- sus preocupaciones e intentos de respuesta. Si cada uno aporta lo suyo, podemos encontrar caminos comunes en dirección a un futuro mejor para todos. Por tal razón debemos dialogar entre nosotros y probar en la vida cotidiana lo que consideremos correcto.

1. DESAFÍOS DEL MUNDO GLOBALIZADO

Tomemos primero en consideración los desafíos actuales, tal como fueron definidos por Naciones Unidas en los Objetivos del Milenio - ODM, en el año 2000. Poco antes de la fecha prevista como meta, el 2015, pueden observarse algunos progresos pero también déficits persistentes. Los desafíos para lograr una vida digna para todos y la protección de las bases naturales de vida, a los cuales también nosotros, cristianos y cristianas, como parte de la familia humana nos enfrentamos, son enormes.

1.1. POBREZA PERSISTENTE

Los Objetivos del Milenio son un intento de definir metas para el llamado “desarrollo” de la humanidad. “El balance los objetivos logrados es, sin embargo, más bien relativo e insuficiente” ¹. De los ocho objetivos deducidos de la Declaración de los Jefes de Gobierno a comienzos del milenio, algunos se han alcanzado, al menos en algunas regiones del mundo. La pobreza de ingresos se ha reducido fuertemente, sobre todo por el ascenso económico de China. En la lucha contra el VIH/Sida y la tuberculosis se han logrado algunos éxitos, sobre todo gracias al compromiso de nuevos financiadores privados, como la Fundación de Bill y Melinda Gates. De acuerdo con los pronósticos, en el 2015, más de 600 millones de personas todavía no dispondrán de fuentes de agua mejoradas, casi mil millones de personas deberán sobrevivir con ingresos menores a 1,25 dólares por día, muchas madres seguirán muriendo innecesariamente al dar a luz y los niños continuarán siendo víctimas de enfermedades evitables ².

- El hambre continúa siendo un desafío global. De acuerdo a los datos de la Organización Mundial de la Alimentación, FAO, a nivel mundial sufren hambre 870 millones de personas³. Mil millones más padecen desnutrición crónica.
- Cambio climático: según los análisis científicos y la voluntad política, no alcanzaremos el límite de los 2 grados de calen-

1 Martin Bröckelmann-Simon, Don't worry - be happy? Alles wird gut? (¿Se volverá todo mejor?) Manuscrito, Aachen 2012.

2 Comp. con el informe 2012 sobre el alcance de los objetivos del milenio:

http://www.un.org/Depts/german/millennium/mdg_report%202012_german.pdf (Zugriff 18.11.2012)

3 FAO, Octubre 2012

tamiento de la Tierra. Millones de personas, especialmente las que ya son pobres, son víctimas de los nuevos fenómenos climáticos, como inundaciones y periodos de sequía. Cada vez habrá más desplazados climáticos.

- El carisma de los salesianos es la educación, la formación profesional, especialmente de niños y jóvenes. Al respecto la UNESCO dice: 61 millones de niños siguen sin tener acceso a una escuela primaria, 250 millones de niños en edad escolar no saben leer ni escribir ⁴. Todavía hoy, no todos los niños tienen acceso gratuito a escuelas primarias. En el informe 2012 figura: en nuestro globo terráqueo existe una generación perdida de 200 millones de jóvenes, que abandonan la escuela sin haber adquirido los conocimientos necesarios para su vida profesional. "Estas personas deben recibir una segunda oportunidad, para desarrollar su potencial". Las niñas sufren todavía más desventajas que los niños. Sin embargo, el número de adultos analfabetos ha descendido en los últimos 20 años de 881 a 775 millones, sobre todo a través de esfuerzos en China.

A este respecto hay que destacar ⁵: que la pobreza no puede entenderse sólo a nivel material. Si la pobreza se entiende también como una pérdida de la capacidad de actuar, como un estado en el que las personas han perdido los recursos y las posibilidades de ayudarse a sí mismas, el desafío de combatir la pobreza, con una orientación programática a la autoayuda, se vuelve muy claro. Las preguntas claves que deben plantearse los proyectos de desarrollo son: ¿qué vuelve fuertes a las personas? ¿Qué les ayuda a hacer buenas experiencias con sí mismas? ¿Qué les ayuda a ganar confianza en sí mismas? En la práctica esto significa que no se trata sólo de conseguir mayores ingresos, mejor alimentación, asistencia médica suficiente, sino también, y sobre todo, de que las personas puedan cuidar de sí mismas y asumir su propia responsabilidad; de que adquieran la capacitación necesaria para luchar por mejores condiciones de vida, más justicia

4 UNESCO-Informe 2012 según el periódico Frankfurter Rundschau, Año 68 , No. 253 del 30.10.2012, Página 23.

5 Comp. con Bröckelmann-Simon, en el lugar mencionado

y una naturaleza intacta. Un par de céntimos más en el bolsillo no cambian mucho esta situación, sobre todo cuando probablemente se logran bajo condiciones de trabajo que violan los derechos humanos.

1.2. FIN DEL PARADIGMA NORTE-SUR

Las causas son muy variadas. El motor de todo el desarrollo es el modelo económico-financiero capitalista, tal como es experimentado por la gran mayoría de la humanidad. Dado que este modelo es producto del hombre, hay esperanza de que también pueda ser superado por los hombres. Su dinámica ha penetrado en (¿ casi?) todas las áreas de la vida: todo se ha convertido en mercancía, no sólo los alimentos y productos técnicos sino la vida en sí. Las relaciones son facilitadas o creadas a través del dinero, no de los familiares, amistades, experiencias u opciones compartidas.

Los efectos de la brecha entre ricos y pobres, los mecanismos sociales de integración o exclusión, de vivir con la naturaleza o explotarla, se asemejan cada vez más entre los continentes y países del Tercer y Primer Mundo. En muchos lugares del mundo, existen cada vez más centros regionales desarrollados frente a periferias aisladas ⁶. Junto con Michael Ramminger subrayo que "la oposición Norte-Sur no se da más a lo largo de los polos geográficos, sino que existe... tanto en los países industrializados como en los llamados países en desarrollo"⁷. O sea que ya no alcanza con discutir sobre la globalización dentro del horizonte de los Estados nacionales, ya se trate de un problema de Brasil, Filipinas o Polonia. Mientras tanto "tanto en los Estados Unidos como en los países europeos hay significativos procesos de privación de los derechos, empobrecimiento y reproletarización"⁸. En su documento de Aparecida, la Iglesia latinoamericana dice en su artículo 65: "Los excluidos no son solamente "explotados" sino "sobrantes" y "desechables". En los llamados diálogos Norte-Sur, estos procesos todavía son dejados de lado, en parte en forma justificada dadas las diferentes redes solidarias que participan, pero injustamente desde la

⁶ Comp. Michael Ramminger, Von der Entwicklung des Südens zum Kampf um globale soziale Rechte, 158f. (Sobre el desarrollo del Sur para la lucha por derechos sociales globales, pág. 158 ss) (en: Raul Fornet Betancourt :Capital, Pobreza, Desarrollo /Kapital, Armut, Entwicklung. Documentación deó VV. Seminario internacional del programa de diálogo Norte-Sur = Denktraditionen im Dialog: Studien zu Befreiung und Interkulturalität, Bd. 33 [Corrientes tradicionales de pensamiento en diálogo: Estudios sobre Liberalización e interculturalidad, Vol. 33. Editorial Mainz: 2012/157-166
7 Ebd. 157.
8 Ebd. 157.

perspectiva moralista explotador-explotado. La pregunta que aún queda pendiente es: ¿cómo puede surgir un nuevo mundo, una globalización desde abajo?

2. CAMBIOS A LOS CUALES SE ENFRENTAN LAS ORGANIZACIONES CATÓLICAS DE COOPERACIÓN EN ALEMANIA

Como ustedes ya saben, la Iglesia católica de Alemania se encuentra en un proceso de profundos cambios y rupturas. Y también hay momentos de fuertes críticas internas, cierto levantamiento. Estos cambios atañen también a las organizaciones eclesiales misioneras y de cooperación. Poco a poco van perdiendo su base social en las parroquias, asociaciones y grupos, y sumado a ello los ingresos de las colectas y donaciones disminuyen. (A continuación hablo sobre todo de Misereor). Las demás organizaciones de ayuda como Katholisches Missionswerk, MISSIO, ADVENIAT, la Acción de solidaridad de los católicos alemanes para las personas de Europa central y oriental RENOVABIS, CARITAS, Päpstliches Missionswerk der Kinder – DIE STERN-SINGER, también se ven afectadas por este cambio, cada una desde su perspectiva.

2.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS CAMBIOS

Con un par de datos deseo caracterizar estos cambios:

- Número decreciente de miembros: en Alemania viven 81,8 millones de personas. 61%, casi dos tercios de la población pertenecen a una Iglesia cristiana.
 - De ellos 24,6 millones son católicos y 23,9 millones cristianos protestantes. 1,7 millones pertenecen a otras Iglesias cristianas.
 - 7%, es decir 6 millones pertenecen al Islam, Judaísmo, Budismo y otras religiones.
 - 32%, 30 millones de personas no pertenecen a ninguna comunidad religiosa y se definen a sí mismos como “sin religión”.

- ▶ La tendencia es clara: el número de miembros de las Iglesias cristianas disminuye continuamente. La cantidad de personas que salen de la Iglesia más las que mueren es mucho más elevada que el número de bautizos y nuevas entradas.
- ▶ La religiosidad relacionada a la Iglesia disminuye. Para muchas personas la religiosidad en sí continúa siendo un factor determinante en su vida. Ellas se construyen su fe y su cosmovisión a partir de diferentes cosmovisiones y religiones. Por ello caracterizar la presente situación con el concepto de secularización es insuficiente.
 - Los cristianos y cristianas, así como las comunidades, luchan por mantener su fuego interior. Sin embargo, el distanciamiento entre fe y cultura salta a la vista. El Papa Pablo VI ya lo mencionó en la Encíclica *Evangelii Nuntiandi* en 1975. El Sínodo mundial de Obispos sobre la evangelización, de octubre de 2012, discutió nuevamente la cuestión de la convicción interior.
 - ▶ En las parroquias, los que trabajan activamente son sobre todo hombres y mujeres de más de 60 años. Niños, jóvenes y familias nuevas constituyen una minoría. Se pierde la fuerza necesaria para innovaciones.
 - ▶ Así como los mundos o ambientes de vida se diferencian cada vez más, así también se diferencian los mundos eclesiales- religiosos de las personas. Mientras tanto la Iglesia sólo alcanza en forma intensiva los ambientes de la burguesía tradicional y de pos-materialistas⁹. En otros ambientes la conexión se ha perdido, por ejemplo a gente muy conservadora, a materialistas, a experimentalistas.
 - ▶ La Iglesia es percibida como una institución conservadora, que sobre todo excluye: especialmente a las mujeres, personas divorciadas que se vuelven a casar, homosexuales y lesbianas.

⁹ Cf. Sinusstudie: <http://milieus-kirche.de/> (consulta 25 de noviembre 2012).

- El escándalo con los sacerdotes pedófilos y el lento esclarecimiento de los casos ha agudizado aún más la crisis de credibilidad de la Institución Iglesia y de los hombres en posiciones directivas.
- Dada la disminución del número de miembros, también decrecen a medio plazo los ingresos resultantes de los impuestos para la Iglesia y de las colectas. Por tal razón, la palabra “ahorrar” se ha convertido en una palabra principal dentro de la vida eclesial en Alemania.

2.2. CAMBIOS EN LA SOLIDARIDAD (ECLESIAL) “UN SOLO MUNDO”

La solidaridad “Un solo mundo” trabajó desde sus inicios, en los años cincuenta, comienzo de la desconolización después de la Segunda Guerra Mundial, en crear y organizar ayudas y relaciones de colaboración con los países considerados “subdesarrollados”. Al comienzo esto marchó al compás de la economía, para posibilitar un desarrollo (recuperatorio) a través del crecimiento económico.

Se crearon organizaciones de ayuda. Parroquias, asociaciones, grupos de acción y personas particulares pusieron sumas considerables a disposición de los “pobres” de otros continentes. Asimismo, en los países ricos se dio una sensibilización, una toma de conciencia sobre la situación de los pobres y las causas de su pobreza. Desde la década de los 70, la teología de la liberación incidió fundamentalmente con su opción por los pobres, su primacía de la praxis sobre la teoría y la interacción de mística y política en el pensamiento teológico y en el trabajo de solidaridad eclesial. Los pobres ya no son sólo objeto de la ayuda sino que se reconocen como sujetos de su propio desarrollo social, cultural, económico y político. La “ayuda” es complementada con los componentes “encuentro entre culturas” y “cooperación en economía y política”.

El concepto de un desarrollo recuperatorio ya ha sido entretanto totalmente superado, porque la brecha de la humanidad entre ricos y pobres se ha ido profundizando, las posibilidades de consumo de materias primas son limitadas y el clima está cambiando. Como ya dijéramos anteriormente, el paradigma Norte-Sur pierde fuerza como argumento esclarecedor.

Es decir que no se puede seguir como hasta ahora. Hoy día, la solidaridad “Un solo mundo” del Norte con el Sur implica desarrollar alternativas a los intereses de crecimiento de la economía de exportación. Para lograr el bienestar de las personas de todo el mundo debe cambiar la forma de vida y de economía y crearse nuevos modelos directrices.

A fin de que estos desafíos se enfrenten también desde la perspectiva cristiana, son necesarias personas que lo hagan. En Alemania, disminuye el número de gente que desea y puede hacerlo a partir de las iglesias. El número de grupos de solidaridad decrece. En parte su potencial innovativo es muy bajo. Sin embargo, hay nuevos impulsos y puntos de partida, en la forma y en la motivación. Un ejemplo de las nuevas formas de la solidaridad global son los egresados de los colegios que se van de Alemania por un año para trabajar en el “Sur”. Durante ese año cambian, porque aprenden a ver el mundo con otros ojos. Pero aún no se da un intercambio mutuo suficiente, como para que también jóvenes de otros continentes puedan estudiar y trabajar en Alemania. Raramente estos nuevos impulsos se consideran como “Misión” o “Cooperación al desarrollo”.

2.3. IMPOTENCIA DE LAS PERSONAS PARTICULARES

En Alemania, la gente sabe mucho de catástrofes, condiciones de vida injustas y riesgos del medio ambiente. Por ejemplo sabe:

- que podría haber alimentos suficientes para todos;
- que la asistencia médica básica y el acceso a formación escolar no sólo son necesarias, sino también posibles para todos;
- que las mujeres están mucho más afectadas por la pobreza y la violencia que los hombres;
- que gozamos de derechos, como la libertad de viajar, que para los desplazados y pobres no existen.

¿Qué impide que la gente de Alemania cumpla el sueño de un mundo más justo y cambie en esta dirección tanto su entorno directo como también el contexto de Asia, Oceanía, África y América Latina? Yo pienso que se trata sobre todo de miedo e impotencia. **Miedo e impotencia** nos impiden realizar nuestro sueño de un mundo mejor, según la teología: realizar el Reino de Dios¹⁰.

Debido a la presión de adaptarse a la competencia mundial, nuestro sistema económico nos transmite constantemente la preocupación, sobre si lo que que hacemos es suficiente. Personas, empresas, bancos y los Estados mismos deben mejorarse constantemente para poder mantenerse. Se tiene miedo de no poder corresponder a las exigencias y consecuentemente quedar excluido, fuera del juego. Se pierde el control sobre la propia vida. La crisis europea a nivel político y financiero vuelve aún más inseguro el futuro. Personas que huyen de sus países y quieren venir a Europa son considerados una amenaza. Por miedo se les niega su derecho a refugio. En su travesía desde África, en el Mediterráneo, se ahogan más de 1.000 personas por año¹¹.

Entre los numerosos análisis y la acción existe una brecha profunda. Veamos los resultados de una encuesta del Instituto Allenbach¹² de septiembre de 2012.

- 55% de los ciudadanos desean que el dinero y los objetivos materiales jueguen un papel menos importante.
- 66% considerarían positivo si el desarrollo se orientara a un estilo de vida más sencillo.
- 76% desean más solidaridad y unión. Pero sólo el 9% cree que este desarrollo pueda darse. 67% creen que las personas se volverán más egoístas.
- 80% desean una disminución de las diferencias sociales entre ricos y pobres.

10 Ulrich Duchrow, René Krüger et al., *Solidarisch Mensch werden*. VSA-Verlag 2005.

11 Según datos de la agencia de la ONU para los refugiados ACNUR en 2011 murieron más de 1.500 personas en su intento de huida. Este el mayor número desde el comienzo de la estadística en el año 2006.

12 *Frankfurter Allgemeine Zeitung, Sonntagsbeilage "Wie wollen wir leben?"*, September 2012.

No obstante, la conducta concreta es contradictoria: se comprueba una marcada satisfacción por la propiedad y el consumo. La gran mayoría desea mantener su nivel de vida. Aquellos que renuncian a bienes materiales constituyen una minoría. Una mayoría considera que los riesgos aumentan. Por ello es de importancia preguntarse de dónde viene la seguridad. La seguridad proviene de: 80% de ahorros propios, 52% de posesión de inmuebles. Pero: vida en la crisis no es salida de la crisis.

En todo el mundo, los pobres saben qué significa no tener más que la vida en sus propias manos. Para ellos no hay perspectiva de una vida después de la crisis sino solamente en la crisis. En Alemania, todos estos hechos nos desbordan. Las personas reaccionan negando el futuro. Su divisa es: "Comamos y bebamos, que mañana moriremos"(Is 22,13).

Los resultados de estas encuestas reflejan lo que ya sabemos a partir de nuestro trabajo: el recurso solidaridad es escaso. Si hubiera suficiente solidaridad no habría que hacer continuamente llamados a la misma.

¿Es cierto que a los cristianos de Alemania les falta la convicción, la fe, el fuego interior, para cambiar todavía algo? ¿Por qué no resulta, el levantarse y brindar resistencia? Al final volveré a retomar esta pregunta.

2.4. REACCIONES

Los obispos alemanes reaccionan con dos estrategias. Las mismas ponen su acento en la nueva forma de crear "comunidad" cristiana.

- a) Dada la carencia de sacerdotes y los ingresos decrecientes de las parroquias tradicionales, ellas son aglomeradas en grandes unidades. Surgen las llamadas parroquias XXL (extra grandes).
- b) Se desarrollan variadas actividades misioneras, para acercarse de forma nueva con el mensaje cristiano a las personas de Alemania, de acuerdo a su ambiente social y cultural.

Al respecto para los obispos y para muchos (¿) hombres y mujeres del nivel directivo es muy importante que no se cree rivalidad entre el trabajo de misión dentro de Alemania y el trabajo de misión o de cooperación al desarrollo en otros países. En cada uno de estos campos de acción, en las últimas décadas la Conferencia Episcopal Alemana ha dado importantes pasos y desarrollado iniciativas: en el año 2000 la iniciativa "Zeit zur Aussaat" (Tiempo de siembra)¹³, sobre el trabajo de misión en Alemania y en el año 2004 "Allen Völkern sein Heil" (A todo pueblo su salvación) sobre la misión de la Iglesia Universal.

3. CUESTIONES TEOLÓGICAS FUNDAMENTALES

Todas las organizaciones deben volverse a preguntar: ¿es adecuada todavía nuestra motivación? ¿Son aún correctos y adecuados nuestros conceptos y orientaciones? Nosotros, con raíces en la fe cristiana debemos preguntarnos: ¿cómo experimentamos a Dios en este mundo globalizado? ¿Confiamos todavía en Dios ante los desafíos que se presentan a nivel mundial, ante los cambios y rupturas a nivel eclesial, ante nuestra impotencia personal y colectiva? En última instancia se trata de: ¿cómo y dónde nos desafía el Evangelio como cristianos y cristianas, como Iglesia, en Alemania?

3.1. LA PROMESA DE SALVACIÓN DE DIOS VALE PARA TODOS

El trabajo de misión consiste en el anuncio y la realización de la voluntad de salvación de Dios, tal como ella se muestra en la vida, muerte y resurrección de Jesucristo y tal como la experimentamos hoy día en la presencia del Espíritu Santo. La voluntad de salvación de Dios vale para todos. La Iglesia, el pueblo de Dios en camino, tiene la tarea de que la misión de Jesucristo, que se continúa en la misión del Espíritu Santo, se vuelva fructífera para todos (AG2). La misión es una función fundamental de la Iglesia. La Iglesia es el sacramento universal

¹³ DBK, Zeit zur Aussaat. 26 de noviembre del 2000. Para descargar el texto alemán <http://www.dbk.de/fileadmin/redaktion/veroeffentlichungen/deutsche-bischoefe/Db68.pdf>. Traducciones en inglés, francés, español también a disposición bajo este enlace. DBK, Allen Völkern sein Heil. 23 de septiembre de 2004. En alemán bajo el siguiente enlace: http://www.dbk-shop.de/media/files_public/tmtcxhxqo/DBK_1176.pdf.

de la salvación (LG, 48, AG, 1). Como tal está comprometida con esta misión pero a la vez sometida a la provisionalidad y limitaciones del mundo.

La misión de Cristo consiste en el anuncio del Reino de Dios. El Reino de Dios se vuelve concreto cuando el mundo se transforma bajo el signo de la paz y la justicia. Este es el contenido del trabajo de misión. La Misión atañe tanto a la persona como a la comunidad. La Iglesia es sacramento, signo y herramienta del Reino de Dios pero no es idéntica al Reino de Dios. En esta nueva identidad de la Iglesia, el anuncio del Reino de Dios se entiende como un diálogo. En la fe cristiana se ofrece la "salvación" a cada persona, en todas las culturas y religiones. Cada uno de nosotros está llamado a aceptar el regalo de la gracia indisponible de Dios (comp. EN,27) y a responder libremente a la oferta de Dios, de acuerdo a la propia conciencia. Los cristianos y cristianas están llamados a dar testimonio de la voluntad de salvación de Dios. El sujeto del trabajo de misión es todo el pueblo de Dios, el clero y los laicos (AG, 35). "La evangelización no puede separarse de la promoción del ser humano, de la defensa de la dignidad y de los derechos humanos. No obstante, el primer derecho es el derecho a la vida, el derecho de todo hombre y mujer a vivir en dignidad"¹⁴.

Las organizaciones de ayuda desean corresponder con la voluntad de Dios. Por ello brindan su ayuda y solidaridad a todas las personas, independientemente de su color, sexo, cultura y religión. Por tal razón deseamos trabajar junto con todos ellos en la misión, ya se trate de cristianos o mahometanos, creyentes o no creyentes. Para la Misión, el diálogo intercultural e interreligioso es fundamental.

3.2. OPCIÓN POR LOS POBRES Y POR LOS OTROS: JUSTICIA E INCLUSIÓN

En el mensaje de Jesús podían confiar justamente aquellos a quienes les eran denegados su derechos a inclusión y plena participación en la vida social de la época, como los pobres (en aquel entonces una parte importante de la sociedad), niños, viudos y viudas, mujeres,

¹⁴ Hummes, C. 2007, Das Martyrium ist der Höhepunkt der Evangelisierung (el martirio es el punto culminante de la evangelización), in: Missionszentrale der Franziskaner (Hg.) 2007, Neues Pfingsten oder alte Gleise? (Nuevo Pentecostés o viejas costumbres?) Conferencia de Obispos en Aparecida 2007 (= Grüne Hefte 102), Bonn, 32f (31-33).

enfermos, leprosos, ciegos, lisiados, presos, extranjeros: Jesús anuncia la Buena Nueva del Reino de Dios especialmente a ellos (ver p.e. Lc 4 y ss, Mt 25, 36-45).

Después del Concilio Vaticano II los Obispos latinoamericanos continuaron desarrollando en las Conferencias de Medellín, Puebla, Santo Domingo y Aparecida lo que se entiende por misión o evangelización desde la realidad de la pobreza, la opresión y la exclusión. Desde la perspectiva cristiana, pobreza, opresión y exclusión contradicen la voluntad de salvación de Dios. Los obispos analizan las causas de la pobreza de forma cada vez más diferenciada: ellos consideran que la discriminación social, económica, política, étnica, cultural, generacional y de género es responsable del sufrimiento de las personas. En el año 2007, Aparecida lo manifestó muy concretamente: cada vez más personas son consideradas "sobrantes", "desechables" (Documento de Aparecida No. 65).

Los cristianos y cristianas cumplen con la voluntad de salvación de Dios sólo si se comprometen por una liberación integral y por la promoción de la persona (DM 1, 11.3). Y la liberación integral se refiere tanto a la dimensión terrenal como a la trascendental (Documento de Puebla 475), a la personal como a la social (DP 491-506).

Por ello Misereor desea cooperar con organizaciones contrapartes de todo el mundo desde esta opción, conscientemente elegida. ¡Los pobres y los excluidos están primero! Justicia y participación son el objetivo del trabajo. Esto significa que se toma conciencia de la situación de indigencia de los pobres y se los ayuda concretamente, y que se intenta iniciar procesos de cambio estructural. Se trata de ecumenismo intercristiano y diálogo interreligioso porque ellos tienen el potencial de aportar diferentes perspectivas de justicia y reconocimiento.

Con su profesionalidad en el trabajo, las organizaciones de ayuda (como también otras ONGs) no intentan hablar por los pobres y otros sino que los dejan hablar por sí mismos, para que desarrollen sus propios potenciales y formas de resistencia.

3.3. TEOLOGÍA DE LA CREACIÓN

La perspectiva bíblica de la creación se interpreta hoy día de forma diferente. La misión de “someter” la tierra (Gen 1,28) fue entendida como un cheque en blanco para explotar la naturaleza desconsideradamente. Leonardo Boff tiene razón: es necesario un nuevo paradigma para volver plausibles nuevos estilos de vida, nuevas formas de producción, nuevas formas de distribución de los bienes y una nueva forma de consumo¹⁵. En el nuevo paradigma el hombre no es más el soberano que está sobre todas las cosas, sino que es parte de la comunidad de la vida. Creación significa asumir responsabilidad por la vida sobre la tierra en todas sus dimensiones y aceptar la propia interrelación en el complejo tejido de la naturaleza.

3.4. TEOLOGÍA DE LA CONVERSIÓN

Está claro que tanto nosotros, en Alemania, como en todo el mundo, debemos invertir el rumbo si queremos vivir mejor y permitirselo también a las futuras generaciones. Con nuestra conversión hoy, volvemos realidad el mensaje de Jesús al comienzo del Evangelio de Marcos: “El tiempo se ha cumplido y el reino de Dios está cerca. Convertíos y creed en la Buena Nueva!” (Mc 1,15).

Jesús nos dice en qué dirección debe orientarse la conversión al Reino de Dios. El Reino de Dios se hará realidad cuando las personas tengan alimentos, estén sanas, dispongan de vestimenta, pertenezcan a la comunidad y se respeten mutuamente.

La conversión presupone dos cosas: 1. La comprensión de que el camino hasta ahora efectuado no es bueno. 2. La posibilidad de actuar de forma diferente correspondiendo con esta nueva comprensión. Ambos niveles fundamentan todas las salvaciones y conversiones en los Evangelios. Los pecadores reconocen su culpa y son invitados a vivir una vida diferente.

Para nosotros en Alemania, hoy día es difícil entendernos como pecadores y pecadoras. La injusticia social, el pecado estructural, no

¹⁵ Comp. Leonardo Boff, Die Erde ist uns anvertraut. Eine ökologische Spiritualität. (La tierra nos ha sido confiada - Una espiritualidad ecológica). Kevelaer 2010.

cabe en nuestra percepción. Nuestra cultura niega la eternidad, la muerte. Aquel que fracasa queda excluido. Tenemos miedo a enfrentar el fracaso y la muerte. Por ello los reprimimos. Lo que necesitamos es una pastoral de penitencia, que nos ayude a ver claramente la realidad política, económica, social y ecológica: no podremos eludir el sentirnos culpables y el tener que reconocerlo¹⁶.

3.5. UNA FE QUE LIBERA PARA LA ACCIÓN Y EL COMPROMISO

Como parte de la sociedad total, los cristianos alemanes carecen en gran parte de una visión y, por tanto, de la fuerza correspondiente. Por ello también les es difícil efectuar la mencionada conversión. ¿Cómo podemos nosotros, cristianos, recibir orientación y fuerza a partir de la fe para encontrar nuevos horizontes? Horizontes que nos liberen para la acción, en los cuales superemos nuestra impotencia.

Consiguientemente, culpa e impotencia significan, para mí, aceptar lo que “es así”, lo que no puedo cambiar. Para la gente de Colombia la finitud era algo mucho más “normal” que para mí. Tocar los límites, aceptarlos, pertenecía, con frecuencia, a la dolorosa vida cotidiana. La gran lección fue para mí: aguantar contradicciones, sin caer en el nihilismo, en la indiferencia¹⁷.

Como cristianos y cristianas no “privatizamos” (¿¿¿no nos hacemos dueños???) la culpa y la impotencia. Por el contrario, como cristianos podemos aportar una esperanza: el mensaje de la Cruz.

Como cristianos ofrecemos una resistencia que ningún otro ofrece: anunciar la Palabra de la Cruz - un mundo mejor. No necesitamos tener miedo de la derrota porque al final de nuestra vida no acaba todo.

Lo mismo dice Vaclav Havel con sus propias palabras: “Esperanza no es optimismo, no es convicción de que algo saldrá bien sino la certe-

¹⁶ Con frecuencia la Iglesia tiene un estilo especial para tratar temas como conciencia de la culpa y miedo a la muerte, perdón y liberación: se los “privatiza”, se los desprende de su contexto histórico y social, de los aspectos de género y se los transforma en puras abstracciones. No rara vez compiten la “atención espiritual” (de las almas) privada, ahistórica y la necesidad de luchar por un mundo mejor, para sacar a la luz el Reino de Dios. Quien desea renovar la Iglesia debe evitar este esquema: ni aceptar que no se luche por un mundo mejor, ni dejar que la llamada atención espiritual o cuidado de las almas sólo pueda ser definida por la jerarquía eclesial.” Michel Jäger, Ohne Angst leben (Vivir sin miedo). Discurso ante la asamblea conciliar en Francfort, el 20 de octubre de 2012, pág. 2-3 (será publicado en el 2013).

¹⁷ En la dicción neoliberal: Competencia ambivalente - sin horizonte

za de que algo tiene sentido, independientemente de cómo resulte.” En este sentido ponemos en práctica lo que es central: la esperanza como una gracia que Dios nos da. En la fe vivimos esta promesa de Dios.

La fe en la resurrección nos ha hecho olvidar que antes de la resurrección viene la cruz. La teología de la liberación nos muestra que debido a su fe muchos hombres y mujeres de América Latina debieron volverse mártires. Ellos no buscaron el martirio sino que les fue impuesto. Para nosotros, hoy en día, no es fácil asumir este mensaje del Evangelio. Por ello necesitamos la seguridad de que tiene sentido comprometernos con él. En la liturgia, en la celebración ritual-simbólica de nuestra esperanza encontramos esa seguridad. La liturgia va más allá de nosotros. En la lectura de la historia bíblica y la celebración eucarística, se anticipa lo que esperamos. En la rememoración de la opresión y liberación del pueblo de Israel, la eucaristía anticipa la nueva realidad: todos están reunidos alrededor de la mesa y participan del nuevo mundo (de Dios).

4. ESTRATEGIAS EN LA BÚSQUEDA DE ALTERNATIVAS

¿Cómo podemos, a partir de la fe cristiana configurar el futuro de tal manera, que este nuevo Reino de Dios realmente pueda empezar? Un nuevo mundo, en el cual:

- ¿Los hambrientos, los desocupados, las mujeres, los refugiados, los niños-soldado... puedan realmente vivir mejor, en libertad y justicia?
- ¿Respetemos la creación de tal manera, que el aire, el agua, las fuentes de energía, las riquezas del suelo... realmente beneficien a todos y que las generaciones futuras tengan la misma posibilidad de aprovecharlos?

Ya hemos nombrado algunos criterios teológicos, para lograr un cambio: vida para todas las personas, opción por los pobres y otros, el ser humano como parte de la creación, conversión, esperanza a partir de la impotencia de la cruz. Estos criterios teológicos deben fluir por tanto en el pensamiento y la acción de las organizaciones eclesiales de ayuda.

4.1. APRENDER JUNTOS EN LUGAR DE APROVECHAR UNOS DE OTROS - MÁS ALLÁ DE LOS DISCURSOS EGOCÉNTRICOS

Las alternativas apuntan tanto a la acción personal individual como a las estructuras de la convivencia. Alternativas que atañen al estilo de vida y a las estructuras políticas, económicas y culturales de las sociedades. En Misereor, se nos presenta en los próximos años la pregunta: ¿cómo queremos (podemos, debemos, nos está permitido) vivir? Y esta misma pregunta la dirigimos a las personas de Alemania, pertenezcan o no a la Iglesia, y a nuestras contrapartes de proyectos en Asia, Oceanía, África y América Latina. El problema no son las visiones, el cómo podría ser algo. El problema es la puesta en práctica de las visiones. La puesta en práctica afecta a los privilegios de muchos alemanes (de los ganadores del "Norte"). La amenaza de la pérdida de privilegios provoca miedo y por tanto resistencia.

Nosotros creemos que se trata de aprender juntos, unos de otros y para otros. El objetivo de las organizaciones de ayuda no es distribuir la mayor cantidad de dinero posible y dar una imagen de sí mismas lo más poderosa posible. Más bien se trata de encontrar juntos -en la complejidad del mundo- soluciones lo más justas y sostenibles posible para todos. Esto significa también, que las organizaciones de ayuda de Alemania deberían coordinar más intensamente su trabajo conjunto.

En la metodología del trabajo se muestra el contenido: según la forma en que trabajamos expresamos qué pensamos de las personas con las que trabajamos. ¿Trabajamos, como organizaciones de cooperación y de misión, realmente tan cooperativamente como decimos? Los comentarios de las contrapartes y de otras organizaciones de ayuda muestran que el diálogo entre ellas no siempre es tan de igual a igual, como podría ser. Todavía son los conceptos y métodos europeos, el *know how* y el dinero de Europa los que determinan la cooperación de las organizaciones de ayuda con las contrapartes del Sur.

Con miras al postcolonialismo, no se trata ya más de que las Iglesias pongan sus conceptos europeos de servicio al prójimo (y a Dios) como patrón de medida para las demás culturas y religiones. Con ello se prohíbe también todo tipo de imperialismo, ya sea cultural, social, político o económico. La Iglesia católica, lo mismo que todos los actores de la cooperación internacional, debe aprender a dejar

de considerar la cultura occidental-europea como absoluta. La imagen occidental-europea del cristianismo es una forma de inculturación de la fe cristiana, pero no la única. Un diálogo intercultural implica el encuentro de diferentes culturas, géneros, formas de vida, grupos sociales etc, quienes aportan, cada uno desde su perspectiva, su comprensión de Dios y del mundo y la integran en sus proyectos de misión y de desarrollo. Al respecto, la percepción de los "otros" y sus diferencias ofrece a las iglesias de todos los continentes la oportunidad de descubrir la presencia o ausencia de Dios en la propia historia.

En estos diálogos, corresponde tomar conciencia de que hay diferencias en las formas de vivenciar algo y en los intereses. En principio, los diálogos interculturales son potencialmente conflictivos. Convertirse uno mismo es la primera intención del diálogo. Son los otros, los que con su forma de pensar, vivir y sobrevivir abren nuevas perspectivas para la propia vida, la humanización de la humanidad y la protección de la naturaleza. En Alemania, podemos aprender de los movimientos de base cómo los pobres y excluidos pueden convertirse en sujetos de su propia liberación. De nuestras contrapartes podemos aprender cómo se vive en la crisis y cómo se trabaja con pocos recursos financieros.

Lógicamente el diálogo no es sólo un diálogo interreligioso o intereclesial sino que debe ser un diálogo con todas las personas que aspiren a un mundo justo, en el cual todos tengan realmente los mismos derechos.

4.2. DIGNIDAD VIENE DE EFECTO - MÁS ALLÁ DE LA RACIONALIDAD PURAMENTE INSTRUMENTAL

Debido a la larga historia de fracasos y éxitos, las organizaciones gubernamentales y no-gubernamentales de cooperación preguntan cada vez más claramente por los efectos de la acción, efectos que sean cuantitativa o cualitativamente medibles. Este enfoque es significativo para mejorar constantemente la cooperación. Pero en esta lógica hay por lo menos dos peligros:

- a) La administración se vuelve cada vez más compleja. Para el trabajo concreto con las personas resta poco tiempo.
- b) Deben medirse éxitos y fracasos. Lo que no es medible es considerado no relevante.

Una acción ya condenada al fracaso o cuyo resultado no es previsible, o sólo vagamente, se considera, por lo tanto, sin sentido. Sin embargo, desde la perspectiva cristiana y según Génesis 1 y 2, todas las personas son imagen de Dios y como tales tienen una dignidad que no pueden perder. Las personas tienen dignidad como tales, independientemente de que tengan éxito o fracasen. La falta de éxito o el fracaso no son criterios para la cooperación. El verdadero criterio, para hablar con el idioma de los derechos humanos, es el respeto de la dignidad humana.

Por eso Misereor describe los efectos como proceso, en el cual las personas reciben la posibilidad de decidir sobre su propia vida y vivir en forma sostenible.

4.3. CAMBIAR ESTRUCTURAS EN UN PROCESO DE GRAN TRANSFORMACIÓN. MÁS ALLÁ DEL CAPITALISMO IMPERANTE

Bajo el concepto de "gran transformación" desde algunos años se discute sobre la forma de superar o de ir más allá de la economía y el consumo capitalistas y su efecto destructor. Desde la caída del Muro de Berlín en 1989, el capitalismo de Estado de los países de Europa oriental ha perdido ya su validez como alternativa. Injusticia, exclusión y destrucción de la naturaleza están basadas en decisiones políticas¹⁸, decisiones que orientan a las poderosas fuerzas del mercado en la dirección equivocada. Pero, por eso mismo, ellas también pueden ser cambiadas a ese nivel, es decir, que pueden ser combatidas y corregidas políticamente.

¹⁸ Comp. con Jürg Siebert, Die Welt von Morgen (El mundo de mañana). VorSorgen. Misereor: Aachen 2012, 11 páginas (Manuscrito).

4.4. APRENDER A ROMPER LOS PARADIGMAS IMPERANTES Y SUS CONSECUENCIAS

El despertar misericordia, sensibilidad, comprender las interrelaciones y las posibilidades de acción son condición y consecuencia de la formación de solidaridad. El trabajo de educación y sensibilización tiene un horizonte (una utopía), hacia el cual apunta: en el mundo reina la justicia, las personas conviven en paz y actúan como parte de la creación (no como dueños). Al mismo tiempo, la diversidad de las personas requiere que trabajemos paralelamente en diferentes “mundos mejores”. Desde el 2001, los movimientos sociales colocan esta temática en el centro de los foros sociales mundiales. Talleres para jóvenes, seminarios con grupos de solidaridad y demostraciones en alianza con otras organizaciones críticas de la sociedad civil, son actividades que favorecen el aprendizaje, a fin de que sea posible cambiar algo y mejorar.

¿Cómo deben ser estos “mundos mejores” y cómo se logran? ¿Puede haber futuro logrando un capitalismo globalizado reformado o debe el capitalismo ser superado? ¿Cómo puede superarse el capitalismo imperante y acabar con la comercialización del hombre y de la tierra? La crítica al capitalismo del movimiento contra la globalización no es nueva. Pero la limitación de la racionalidad lineal se ha vuelto más visible con las crisis mundiales de los últimos años (hambre, refugiados, finanzas, clima, seguridad etc.). Por detrás de todo esto está la convicción, por decirlo con las palabras de Leonardo Boff, de que las soluciones exclusivamente técnico-científicas, que parten de las antiguas condiciones(...) no tienen mucho valor¹⁹. En lugar de esto el nuevo paradigma será intentar percibir la complejidad del mundo, partiendo de la convicción de que todo está relacionado con todo. Educación con miras a lograr un mundo mejor significa por tanto, educar para romper, para decir “no”, para rebelarse, soñar con otros mundos y hacerlos paulatinamente realidad.

¹⁹ Vgl. L. Boff, Die Erde ist uns anvertraut. Eine ökologische Spiritualität, Kevelaer 2010, 193.

TRABAJO EN GRUPOS

1. ¿QUÉ SIGNIFICA EL ESCENARIO EN TRANSFORMACIÓN DEL MUNDO Y LA IGLESIA PARA NOSOTROS COMO SALESIANOS, NUESTROS COLABORADORES LAICOS, BENEFICIARIOS Y DONANTES?

Para los Salesianos de Don Bosco (SDB)

- Tenemos que ser conscientes del problema de la credibilidad de Iglesia / Congregación hoy en día en cualquier región del mundo – ya seamos pequeños (creativos) minoría o mayoría como Iglesia.
- Tenemos que profundizar/clarificar nuestra identidad: nuestra esencia es la Evangelización y la Educación.
- Tenemos que encontrar la forma- no podemos repetir antiguas rutinas en las estructuras de educación.
- Tenemos que unir nuestras fuerzas con otros actores, socios, asociarnos con el Gobierno (África, India) y obtener un escenario social más amplio para cambiar.
- Necesitamos centrarnos más en el Desarrollo Humano y Social de la juventud.

- Tenemos que ser más sensibles al pobre y la juventud (escuchar, ser conscientes de su mundo, hablar su idioma, utilizar sus redes sociales).
- Tenemos que promover la experiencia de grupo juvenil (todo el mundo pertenece a alguna comunidad) y el movimiento voluntario misionero como actividad juvenil que hará crecer su fe.

En cuanto a los donantes

- No podemos depender sólo de una base católica. Necesitamos llegar a las personas de buena voluntad, personas que se preocupan por otras personas, que trabajan en el ámbito de la educación y el desarrollo humano.
- Necesitamos llegar más a las generaciones más jóvenes. Tenemos que usar las nuevas tecnologías para ello. Ellos prefieren hacer las cosas de forma digital. Las generaciones mayores daban porque confiaban en ti, su motivación estaba/está basada en una cuestión de fe. Sin embargo, las generaciones jóvenes tienden a especificar objetivos para las donaciones y exigen mayor responsabilidad y transparencia, su motivación es la buena voluntad.
- En un momento en el que la Iglesia está perdiendo credibilidad tenemos que tocar los corazones de las personas, facilitando una visión positiva de la Iglesia, con humildad "lavar los pies de los pobres" y siguiendo el ejemplo de Don Bosco, estar más cerca de los pobres. Tenemos que ser lo suficientemente humildes como para recaudar fondos para ellos.

Donantes no Católicos o no Cristianos

- Tenemos que ser más abiertos de mente al diálogo intercultural e interreligioso. Es muy importante relacionarse con más gente aparte de cristianos. Tenemos que encontrar buenos ejemplos, hacer sentir responsabilidad a cualquier ciudadano, incluso aquellos que no sean necesariamente cristianos.

En cuanto a nuestros beneficiarios

- Están creciendo vínculos mutuos. Los beneficiarios intentan ser buenos compañeros para nuestros donantes.
- Los donantes no siempre tienen “buenos proyectos”. Lo que significa que existe la necesidad de educar/formar al donante.
- ¿Cómo hacer que las intenciones de los donantes encajen con nuestra misión- nuestro trabajo específico? Necesidad de educarlos en lo que se refiere a los gastos de “gestión” y administrativos (5+%).
- Normalmente, los Misioneros Salesianos conocen mejor las necesidades de la población local (beneficiarios). Una buena comunicación con los destinatarios de los “proyectos” llega a ser más importante.

Socios Misioneros Laicos de la Procura- Personal de la PM

- Es muy importante contar con colaboradores laicos en las Procuras ya que hay pocos Salesianos (antiguas Inspectorías) o muchos SDBs están todavía en formación (Inspectorías jóvenes). Los laicos pueden ayudar a los SDBs en las tareas de gestión y pueden ofrecer un buen ejemplo a sus compañeros.

2. ¿DE QUÉ MANERA PODEMOS, DEBEMOS ADAPTARNOS, CAMBIAR, CRECER?

Renovación – replanteamiento de nuestros modelos de misión.

- Necesitamos adaptar la manera en la que llevamos a cabo nuestro ministerio y no repetir el enfoque de hace 50 años, pero al mismo tiempo debemos mantener nuestras raíces carismáticas (catequesis y primera evangelización).
- Necesitamos una continua renovación personal y mantener nuestro estilo de vida más cercano a la gente ordinaria.

- Tenemos que invertir en grupos y construcción comunitaria- de diferentes maneras. La juventud se desarrolla en grupos y los Salesianos consagrados necesitan animar diferentes tipos de grupo.
- Tenemos que tomarnos en serio el enfoque de derechos humanos de niños y jóvenes en nuestra misión.
- Tenemos que aceptar que el mundo cambia rápidamente; los jóvenes pueden ayudarnos a lidiar con este reto.

Promoción de un Movimiento de voluntariado Misionero

- Hacer tomar parte a la juventud de nuestro trabajo misionero. Tras una experiencia en las misiones, vuelven llenos de entusiasmo convirtiéndose en testigos comprometidos, en su lugar de origen, a la vuelta. La última misión de voluntarios inglesa Sean Deveraux (1964-1993) es un ejemplo a destacar.
- Es difícil viajar a un territorio de misión (Europa). El público-gente/posibles donantes, podrían venir a conocernos y conocer mejor el trabajo de nuestra misión, convirtiéndose en los mejores interlocutores en nuestro nombre.

Cambio de nuestra cultura de Comunicación

- Tenemos que asegurarnos de estar llegando a las personas. Asegurar la visibilidad. Ayudar a la gente a experimentar a Don Bosco, incluso invitándoles a ver la situación de la misión (son posibles los viajes desde Europa a las misiones).
- Necesitamos adaptarnos a nuevas formas de comunicación para captar fondos.
- Necesitamos mostrar el trabajo que se está llevando a cabo en nuestras misiones (135 países).
- Necesitamos abrir más nuestras casas Salesianas y estructuras (aumentar la visibilidad, accesibilidad).

- A través de la Procura, podemos dejar un claro y transparente mensaje de lo que estamos haciendo como Iglesia basada en el Evangelio.

Mejorar la dinámica de la Procura y una visión más integral

Existe una sana concurrencia entre las dos oficinas: La ONG Misionera y la Procura Misionera.

Deberíamos tratar de cambiar la mentalidad de nuestros Socios Laicos Misioneros, donantes y socios y beneficiarios, a través de los nuevos medios de comunicación.

Tener en cuenta en la captación de fondos a los Salesianos jóvenes

- Hacer a la gente tomar conciencia sobre que la sostenibilidad de nuestro trabajo está basada en la formación de Salesianos consagrados (SDB). Nuestros donantes están abiertos a ello (Europa).
- Los SDBs en formación, deberían contribuir con sus propios costes de formación, reduciendo los gastos. Deben estar preparados para su futuro apostolado y evitar la mentalidad de sólo recibir.

PROCURAS MISIONERAS INSPECTORIALES
AL SERVICIO DEL CARISMA SALESIANO

CAPÍTULO II.

EXPERIENCIAS DE PROCURAS MISIONERAS



SEMINARIO

BONN 26-28 NOVIEMBRE 2012

FUNDACIÓN DON BOSCO PERÚ: DESARROLLO DE DIVERSOS MÉTODOS DE RECAUDACIÓN DE FONDOS

P. RAÚL ACUÑA GALLO, SDB, DIRECTOR DE LA FUNDACIÓN DON BOSCO PERÚ

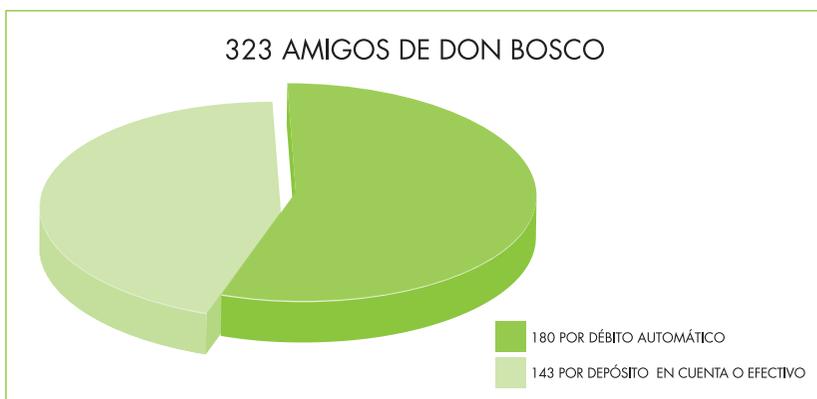
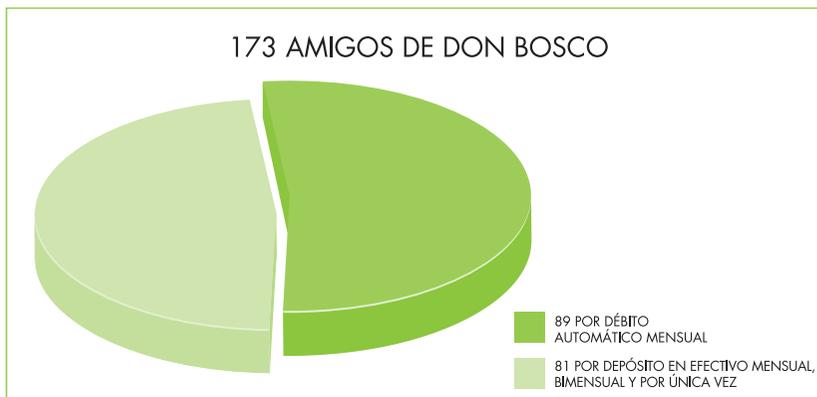
1. HISTORIA

- Rector Mayor: Procura Menor Perú (Julio 2010).
- “Hermanamiento” con Salesian Missions: apoyo económico y fortalecimiento en capacidad institucional.
- Encargo de Salesian Missions: probar Marketing Directo.

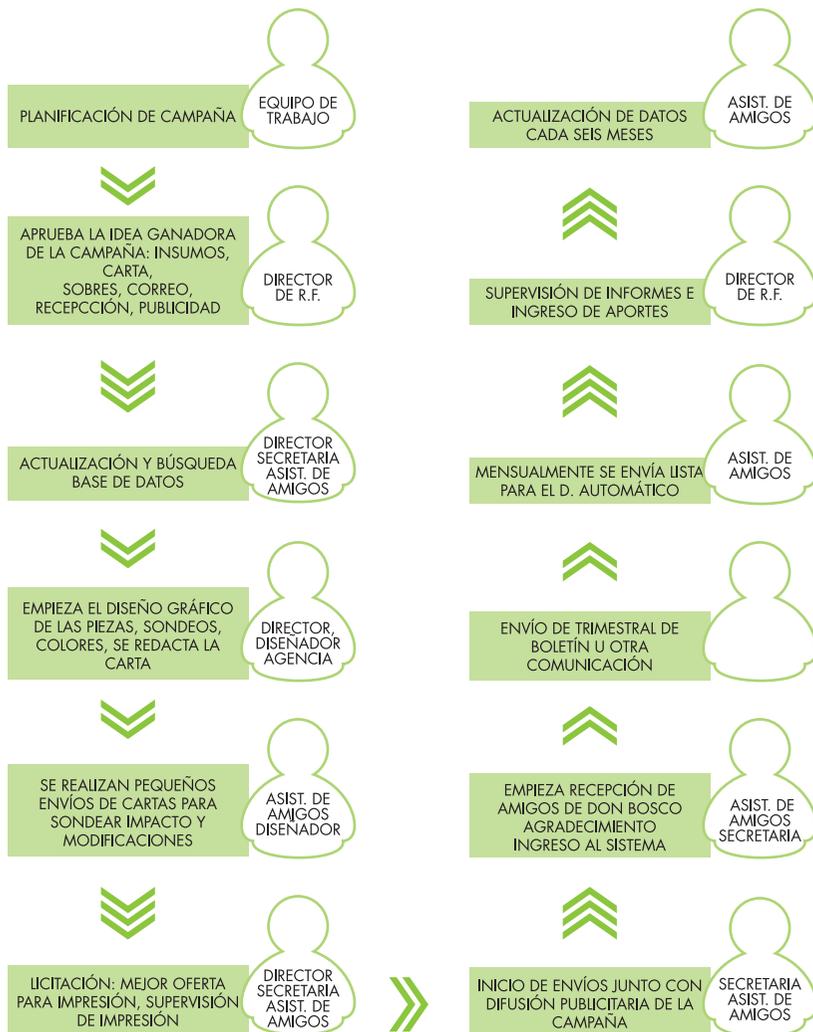
2. DESARROLLO

- ¿Contratar una empresa o formar un equipo?
- Liderazgo: un SDB a tiempo completo.
- Búsqueda de consejo: Jesuitas, San Juan de Dios, organizaciones sin fines de lucro, universidades y empresas.
- Año 2011: 516.509 envíos (404.500 volantes y 112.009 cartas).

- Año 2012 (al 15 de Noviembre):
 - ▶ Con una empresa: 10,000 cartas enviadas.
 - ▶ Desde Oficina: 6,500 cartas enviadas.
 - ▶ Desde Oficina: 10,000 dísticos FDB.



3. PROCESO DE UN CORREO DIRECTO AVANCES



4. AVANCES

- Formamos un Equipo.
- 121 años en el Perú, pero sólo 2 en la captación de fondos.
- Somos parte de una red nacional.
- Presencia en medios con coste cero.
- Al 15-XII-12 somos: 323 Amigos de Don Bosco (180 por débito bancario).

5. LÍMITES

- El reto más grande: que el Fundraising sea parte de la misión al interior de los SDB.
- La donación vía débito bancario es un PROCESO.
- Necesitamos generar CONFIANZA : por qué a nosotros.
- Fortalecer la presencia en medios de comunicación.

6. PROCESOS FORMATIVOS

- Formación de un Equipo de Recaudación: con perfil profesional, concurso de méritos, manual de funciones.
- Desarrollo de conocimientos en: gestión, marketing relacional y Salesianidad.
- Aprendemos de otras organizaciones afines, acercamiento a SDB de Argentina y Chile.

7. BASE FINANCIERA

- a) Apoyo económico de Salesian Missions por 5 años.
- b) Una cuota de US\$ 675,000 dividida en cinco años.
- c) Para desarrollar y fortalecer la capacidad institucional dentro de la FDB para levantar fondos en Perú a través del Mercadeo Directo.

8. BASE LEGAL

- a) Encontramos el terreno preparado para solicitar donaciones.
- b) Estamos habilitando a la FDB para recibir donaciones y fondos nacionales.

9. LO MÁS SIGNIFICATIVO

- 1. Sí, se puede = Fundraising autosostenible.
- 2. Lograrlo es un proceso y estamos en el camino.
- 3. Buscar buenas prácticas para aprender, adaptar y ejecutar en el país.
- 4. Hemos ganado respeto de los SDB.
- 5. Somos un servicio de la Inspectoría.
- 6. El Fundraising: parte de nuestra misión.
- 7. Es necesario seguir trabajando el Endomarketing.
- 8. Estamos evaluando si es más económico y tiene más impacto que la web y las redes sociales sean encargadas a una agencia externa.

9. Las gestiones son posibles: medios de comunicación, empresas públicas y privadas...
10. Para los peruanos es muy importante hablar desde su medio religioso (Salesiano).

10. MÉTODOS DE FUNDRAISING

ENCARGO	ACTIVIDADES
MERCADO DIRECTO PARA AFILIAR AMIGOS DE DON BOSCO: DONANTES	ENVÍO DE CARTAS A: ● LISTAS COMPRADAS ● LISTAS ALQUILADAS ● LISTAS PROPIAS ● EXALUMNOS Y PADRES DE FAMILIA ● EMPRESAS AMIGAS

11. OTRAS EXPLORACIONES

- Plan de Larga Distancia.
- Empresas privadas.
- Entidades de la Iglesia u otras.
- Entidades públicas.

12. RESULTADOS CAMPAÑA PLAN DE LARGA DISTANCIA DON BOSCO 2012

TOTAL DE AFILIADOS	282
ACTIVOS	202
BAJAS	72
● JULIO	01
● AGOSTO	14
● SEPTIEMBRE	57

DETALLE DE BAJAS POR MES	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	TOTAL
A PETICIÓN DEL CLIENTE	1	14	57	72
RECHAZADO	5	0	1	6

TOTAL DE FACTURADOS X MES	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
CANTIDAD	185	253	218
IMPORTE SIN IGV	S/ 2.610,17	S/ 3.601,69	S/ 3.101,70

TOTAL RECAUDACIÓN X MES	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	TOTAL
MÉTODOS DE FUNDRAISING CANTIDAD	163	231	142	
IMPORTE SIN IGV	S/ 2.241,53	S/ 3.262,71	S/ 2.029,66	S/ 7.533,90

CUADRO RESUMEN DE LO RECAUDADO HASTA EL MOMENTO	
70% PARA LA FDB	S/ 5.273,73
30% PARA NET LINE	S/ 2.260,17
TOTAL	S/ 7.533,90

13. PROPUESTA PARA EL AÑO 2013. ENERO A DICIEMBRE

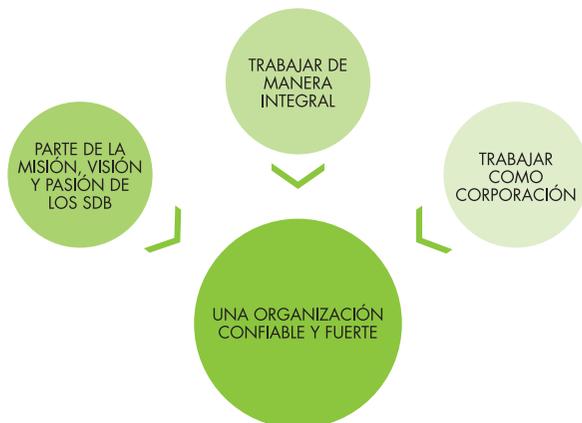
PERSONAL DEL CALL CENTER	
FULL TIME	4
PART TIME	4
TOTAL ASESORES	8

HORAS	
HORAS TOTALES FULL TIME	6
HORAS TOTALES PART TIME	4
TOTAL HORAS	10

PROYECCIÓN DE RECAUDACIÓN DE ENERO A DICIEMBRE DE 2013	S/ 424.758
FDB 70%	S/ 297.331
NET LINE 30%	S/ 127.427

RECAUDACIÓN PROYECTADA PARA LA FDB 2013	S/ 297.331
INVERSIÓN CALL CENTER ENERO-DICIEMBRE 2013	S/ 205.360
NETO PARA LA FDB 2013	S/ 91.791

14. REFLEXIONES FINALES



LÍNEAS DE LA PROCURA MARÍA AUXILIADORA YAOUNDÉ (CAMERÚN) - ATE

P. NATALINO PARODI, SDB. DIRECTOR DE LA PROCURA

1. Don Bosco

Don Bosco, desde el inicio se ve en la necesidad de buscar apoyo para su proyecto misionero entre los jóvenes hacia los que se siente enviado.

Buscará ayuda con una finalidad pastoral y de consolidación de un proyecto que pertenece a Dios. Considera todo providencial, toda la ayuda económica será también considerada la voluntad de Dios para salvar a los niños y los pobres.

Con el fin de pedir ayuda, Don Bosco sacará publicaciones, hará visitas, viajes y tendrá una gran relación epistolar con sus benefactores que son considerados en muchas ocasiones como cooperadores y colaboradores, más que benefactores o instrumentos financieros.

Don Bosco considera también las ayudas recibidas desde una perspectiva social. Considera que es justo que los ricos compartan sus bienes con los pobres. No es sólo una obra de caridad, sino como un acto de justicia y prevención social.

Los Salesianos seguirán a Don Bosco en este espíritu de búsqueda de fondos. La Misión al servicio de los jóvenes pobres necesita de ayuda de lo que ellos no tienen. Las obras salesianas se extenderán por todo el mundo a partir de ayudas, dones y regalos.

Para mantener los proyectos pastorales y misioneros los hijos de Don Bosco necesitan pedir ayuda. Son de origen humilde como su padre, los destinatarios no tienen medios para financiar los servicios que reciben y la Congregación se encuentra en expansión hacia nuevas fronteras. Las necesidades son enormes pero no tenemos miedo a los desafíos económicos. Buscaremos... creemos en la Providencia.

Los Salesianos, como su padre, serán gestores de grandes sumas pero su vida será humilde y modesta como Don Bosco.

2. LA INSPECTORÍA DE ATE

2.1. JUSTIFICACIÓN PARA UNA PROCURA EN YAOUNDÉ

La Inspectoría Salesiana de ATE se encuentra en una situación de necesidad económica urgente. Las acciones pastorales, la animación de la Inspectoría y sobre todo la formación de los jóvenes hermanos, necesitan una financiación que la Inspectoría no tiene.

Tenemos elecciones estratégicas que no son sostenibles por sí mismas como la formación profesional de jóvenes de barrios populares, jóvenes pobres que no pueden pagarse una educación, los centros juveniles que abren sus puertas todos los días, los hogares de acogida a niños en dificultad y también la formación de los hermanos jóvenes que son la garantía de continuidad de las obras salesianas.

Para ser fieles al carisma salesiano es urgente la búsqueda de financiación como Don Bosco, con el fin de llevar a cabo hoy y mañana las acciones que este carisma despierta.

Fieles a la tradición, la búsqueda de estos fondos se hace en un contexto comunitario-inspeccional, para la misión y bajo la animación del Inspector y su Consejo.

2.2. UNA COMUNIDAD INSPECTORIAL ORGANIZADA

En el Capítulo Inspectorial del 2007 algunos hermanos pidieron en Asamblea la creación de una Procura en la Inspectoría con el fin de consolidar las finanzas Inspectoriales. Esta petición no fue aceptada como una decisión en ese momento sino como una importante recomendación en la que se manifestaron los datos económicos.

La Inspectoría tiene comisiones y comunidades que traspasan las fronteras de seis países. En cada comunidad hay sectores y todo ello manifiesta una gran capacidad de acción, ideas y proposiciones. Las iniciativas piden apoyo y los actores no pueden buscar financiación al mismo tiempo que realizan su misión.

2.3. LA GESTIÓN ECONÓMICA DE LA INSPECTORÍA

Ésta es la petición que creó la Procura Inspectorial en Yaundé. Una persona designada por el Inspector será la responsable, con sede en la Casa Inspectorial. Debe trabajar en colaboración y coordinación con el Ecónomo Inspectorial.

Por el momento, se ha hecho una reflexión a nivel de la Comisión económica Inspectorial. Este documento es fruto de esa reflexión. La reflexión continuará en los distintos niveles de la Inspectoría.

En la Inspectoría, existe también una Oficina de Desarrollo con objetivos similares de búsqueda de financiación para el trabajo educativo y pastoral de los Salesianos en ATE. Además, el trabajo de la Oficina de Desarrollo en gestión de proyectos está abierto a proveer de otros servicios. La Procura buscará fondos también de amigos y de la generosidad de benefactores que hagan viable la Inspectoría. La Procura podría perseguir otras estrategias dependiendo de las circunstancias y la aprobación del Inspector. En este momento la prioridad es financiar la formación de los hermanos.

El Ecónomo Inspectorial se convierte en el punto de referencia, representante del Inspector en la coordinación entre la Comisión de

Economía de la Oficina de Desarrollo y la Procura. Debe asegurar también el puente entre el Consejo Inspectorial y las otras comisiones inspectoriales.

3. LA PROCURA DE MARÍA AUXILIADORA EN YAOUNDÉ

3.1. OBJETIVOS:

- a) Asegurar la financiación de la Misión Salesiana en ATE:
 - Formación de hermanos.
 - Pastoral y Educación.
 - Animación Inspectorial para las distintas Delegaciones. Y
- b) Portar las “Buenas noticias” a través de testimonios de nuestra misión.

3.2. LÍNEAS DE ACCIÓN

- La búsqueda de benefactores para informar y comunicar nuestra misión;
- Transmitir las necesidades y prioridades de la misión; y
- Creación de un grupo de benefactores con sentido de misión y apropiación del espíritu de ATE. Con ellos se debe crear un sentido común de unidad, confianza, seguridad y compromiso.

3.3. CÓDIGO DE CONDUCTA

- Respeto a la intención del donante.
- Gestión responsable de los recursos donados por la generosidad de otros.

- Educar en la alegría de la solidaridad recíproca entre benefactores y beneficiarios... sentido de gratuidad, generosidad, alegría, felicidad, compartir.
- Transparencia en la gestión de fondos.

3.4. ACCIONES CONCRETAS:

Acciones de una Procura típica

- Comunicación periódica dirigida a benefactores como "amigos de ATE" y distribución de boletines.
- Comunicación y entrevistas espontáneas con los benefactores en la animación misionera, especialmente con los más generosos, y empleados implicados.
- Vincular amigos y benefactores a un proyectos Inspectorial.
- Trabajar en sinergia con una página web, el Boletín Salesiano y la Comisión Inspectorial Salesiana de Comunicación Social para transmitir la realidad de la Inspectoría.
- Creación de una base de datos actualizada de todos los donantes que nos han ayudado.

Nuestra organización interna

- Creación y coordinación de un fondo de becas Inspectorial para niños y jóvenes en dificultad.
- Búsqueda de fondos para becas de formación de SDB.
- Un objetivo de la Inspectoría es buscar intenciones de misa.

3.5. GESTIÓN

- La Inspectoría de ATE nombró un hermano como Procurador.

- La Procura tiene una Oficina y las herramientas necesarias para una Procura inicial.
- Conexión a Internet que permite la comunicación entre el personal de la "Procura".
- El Procurador puede llevar a cabo visitas regionales para la animación que sea necesaria de este proyectos.
- La gestión económica de la Procura está integrada tanto en la Inspectoría como en las Delegaciones y Oficina de Desarrollo.
- La Procura funciona de forma independiente con planes y presupuestos compatibles con la rendición de cuentas al consejo y otras instituciones que se crea necesario.
- La Procura de Yaundé trabajará en red con otras Procuras del mundo con vocación salesiana de aprender de otros pero también de proveer de lo que pudiese ofrecer. En ese sentido, la Procura de María Auxiliadora de los Cristianos debe alinearse con los principios de la Congregación.
- La Procura se coordinará con el Ecónomo Inspectorial a través del dialogo, la información y la reflexión. El Ecónomo Inspectorial reflexionará sobre la creación de un comité *ad hoc* que podría llegar a ser necesario.
- Participación en el encuentro internacional de Procuras para compartir ideas y confirmar nuestras elecciones. Esto requerirá que el Procurador comparta con los demás y aprenda qué estrategias seguir.

4. PREÁMBULO

Es mejor no empezar este proceso sin una voluntad política clara del Inspector y su Consejo. Para este arranque partimos de las siguientes premisas:

- La Procura trabaja al servicio de la Inspectoría. Esto requiere que los directores de cada comunidad y los hermanos asuman sus limitaciones y sean capaces de buscar nuevos benefactores, con un espíritu colaborador.
- Cada hermano tiene benefactores, de ahí la necesidad de adquirir una mentalidad inspectorial que implique a todos los hermanos en la búsqueda y deje la distribución de estos recursos al Inspector y su Consejo según los sectores (formación y sectores pastorales de las casas).
- Hay hermanos que tienen benefactores personales; quizás sea el momento de unirlos a la Inspectoría.
- Tenemos una lista de "Amici dell'ATE"; no se le ha dado seguimiento a estas personas de forma regular.
- Hay un listado de Excel para el Boletín de ATE o benefactores. Habría que considerar cuidarles con más regularidad.
- Tenemos una cuenta para dirigir los donativos:
 - BANCO: Standard Chartered Bank Cameroon SAIT
 - Titular de la cuenta: "Salesian DON BOIS ATE"
 - IBAN: 10004 00200 080-205285-00
 - QUEUES BIC: SCBLCMCX
- Otra cuenta en la casa madre de Roma (Pisana).
- El Consejo ha nombrado un Salesiano a tiempo completo sin preparación y competencias para la Procura. Es el caso del P. Natalino PARODI tras llevar trabajando en ATE 23 años.

DESARROLLO DE LA OFICINA PARA LA ANIMACIÓN MISIONERA. PROCURA MISIONERA (SLK-ESLOVAQUIA)

P. PETER JACKO, SDB. DELEGADO DE ANIMACIÓN MISIONERA Y DIRECTOR DE SAVIO

Después de 1990 la Inspectoría de Eslovaquia se enfrenta a la situación de la recuperación de la presencia salesiana oficial y no clandestina, a la reconquista de las obras perdidas con el comunismo, a la refundación de las comunidades canónicas. A pesar de todo este difícil y entusiasta pasaje de la clandestinidad a la oficialidad, no estuvo ausente la dimensión misionera en la vida de los hermanos. El mayor aporte se puede atribuir al número de hermanos misioneros que escaparon del régimen y que al principio encontraron la vía libre para comunicar la experiencia misionera con la patria y después también a los hermanos que estaban muy abiertos a esta dimensión del carisma salesiano. Al mismo tiempo se hizo notar también el regreso de algunos hermanos de las Inspectorías europeas de occidente (Italia, Bélgica, Suiza...) que llevaron consigo una cierta apertura mental por el mundo, y también por el mundo misionero.

1. PRIMEROS AÑOS - SIN CONEXIÓN OFICIAL DE LA ANIMACIÓN MISIONERA

De vuelta de la misión en África, don Daniel Pravda, comenzó a explorar la posibilidad de la presencia salesiana en Rusia - Siberia. Escribió tantas cartas sobre sus viajes que contribuyó al nacimiento del entusiasmo misionero entre los hermanos, en la Familia Salesiana y entre los laicos. En julio de 1992, después de un año de sondeo sistemático, los tres primeros misioneros, incluido don Pravda, partieron para

Siberia, a la ciudad de Aldan. En estos años no existía una estructura de animación misionera en la Inspectoría. Este sector se confió a hermanos concretos que trabajaron según su capacidad y posibilidad.

Con el inicio de nuestra presencia en Siberia nació también la necesidad de la colaboración con los laicos en la misión. Con este fin se comenzaron las actividades para la preparación de los primeros voluntarios para Siberia. Los dos primeros voluntarios fueron en el verano de 1993.

Podría considerarse éste el inicio, aunque no oficial, del voluntariado misionero salesiano en la Inspectoría. Después de la partida de don Pravda, el trabajo para las misiones en Eslovaquia se confió espontáneamente a algunos hermanos que se dedicaron a la naciente animación misionera. Algunos de éstos trabajaron en la preparación de los futuros voluntarios misioneros, otros en la captación de fondos de financiación para las misiones en Siberia, y otros en la difusión del ideal misionero entre los salesianos, los laicos y dentro de la Iglesia de Eslovaquia. En los años de 1993-95 fueron enviados varios voluntarios a Rusia para realizar la experiencia de un año, pero también de dos o tres.

2. NUEVAS INICIATIVAS

Durante los años 1994-98 el trabajo misionero de algunos hermanos eslovacos se fue desarrollando y dio inicio a diferentes nuevas presencias. Una atención especial se dedicó a la preparación de los voluntarios. Y éstos, una vez que regresaban de Rusia, se implicaban en el trabajo en favor de las misiones. Este trabajo comprendía: el envío de material para la misión de Siberia, la recaudación de ayuda financiera, la presentación de las misiones en las casas salesianas y en las parroquias diocesanas, las traducciones de las cartas externas sobre las misiones, la organización de las oraciones por los misioneros y por las misiones.

En 1995 se llevó a cabo el primer campamento de verano en Ucrania para niños de la región de Zakarpatia, en las aldeas donde está vigente el rito bizantino católico. Después de esta experiencia comienza también la preparación de los voluntarios para Ucrania. Dado

el gran número de los interesados se realizó en dos grupos, los fines de semana durante un mes. En 1998 se publicó el primer calendario misionero con la finalidad de animar y difundir la sensibilidad por las misiones y por la captación de ayuda financiera para nuestras casas misioneras.

3. LA OFICINA DE ANIMACIÓN MISIONERA

En 1999 don Daniel Pravda regresó de Siberia a la Inspectoría. El Inspector le confió el cargo de la Oficina para la Animación Misionera. En el 2000 se instituyó la Oficina en la Casa Inspectorial y se encargó de la dirección a don Pravda que trabajó juntamente con un laico. Pero en otoño del mismo año, como respuesta a la invitación del Rector Mayor, don Pravda partió con un coadjutor para Azerbaijan donde en la capital, Baku, fundaron una nueva misión confiada completamente a nuestra Inspectoría. Esta nueva misión hizo crecer aún más la sensibilidad misionera de los hermanos de la Inspectoría y en toda la Familia Salesiana. En 2003 fueron enviados los dos primeros voluntarios a Azerbaijan. El cargo de la dirección de la Oficina para la Animación se confió al Vicario del Inspector. Con la ayuda de los antiguos voluntarios siguieron las iniciativas de financiación de las misiones: se mandaron las primeras cartas a los bienhechores de una manera coordinada; se organizaron congresos misioneros para los voluntarios y no sólo para ellos.

Por iniciativa de los antiguos voluntarios en 2003 se fundó la asociación (ONG) UJUT cuyo fin, aún hoy, es la ayuda a los voluntarios después de su vuelta a la patria, la ayuda a sus familias y su formación espiritual.

4. EL DESARROLLO DE LA OFICINA PARA LA ANIMACIÓN MISIONERA

En 2003 don Pravda volvió de Azerbaijan a la Inspectoría y desde febrero de 2004 fue el Delegado de la Animación Misionera de la Inspectoría. Bajo su dirección se instituyó el archivo misionero que contiene el material recopilado de las instituciones misioneras de la Inspectoría desde 1991. Además se recopilaron los materiales sobre las iniciativas misioneras eslovacas, tanto de los misioneros vivientes como

de los difuntos, que trabajaron en diversas partes del mundo. Además este archivo contiene muchos objetos de la vida cotidiana de las naciones en las que trabajaron nuestros misioneros y que sirvieron y sirven para nuestras exposiciones misioneras.

A la par del trabajo sobre el archivo se comienza la tarea de las publicaciones. Se publicaron las vidas de algunos misioneros en forma de libros. En un tiempo se publicaron también los Cuadernos Misioneros, una especie de revista para informar especialmente a la familia salesiana sobre las misiones en el mundo. En el Boletín Salesiano Inspectorial - Don Bosco dñes - se dedica regularmente algunas páginas a la dimensión misionera, a la información y a las experiencias misioneras de los voluntarios.

Desde 2005, además de a Siberia y Azerbaijan, se empezó a mandar a los voluntarios misioneros a África - Angola y después a Kenya, Sudán -. Esta nueva experiencia llevó consigo el incremento del trabajo en la oficina y por lo tanto se implicaron otros laicos que ayudaron en la preparación de los futuros voluntarios, cuyo número crecía continuamente, a pesar de que provenían mayoritariamente no tanto de las casas salesianas como de las parroquias diocesanas. Esto requería una atención especial a su formación.

5. SAVIO – (ONG).

En 2006, por iniciativa de don Pravda, se creó la asociación SAVIO. Su fin principal fue el de ayudar a las misiones en su desarrollo social. SAVIO quiso concentrarse en proyectos provenientes del mundo laico, del estado, y de esta manera sostener el trabajo de los misioneros: se vio la posibilidad de insertarse en las asociaciones para el desarrollo ya existentes en Eslovaquia y ayudar así con diversos proyectos el trabajo de los misioneros. El principal proyecto actual de SAVIO es "Tehlicka" – (trad. Ladrillito) – que cada año se lleva a cabo en Cuaresma. Consiste en sensibilizar a la gente en la necesidad de los países en desarrollo y al mismo tiempo recaudar ayuda financiera para sostener proyectos concretos en estos países. Por ejemplo: la construcción de un hospital de Sudán (2012), pozos de agua para Kenya y Sudán (2011)...

6. PERÍODO RECIENTE DE DESARROLLO

En 2009 don Pravda partió para las misiones de África. El nuevo delegado fue don Peter Kuchar. En este período siguen las publicaciones sobre temas misioneros. Crece el número de voluntarios que cada año parten. Cada verano trabajan en Ucrania unos 60 voluntarios, y para la experiencia de un año parten unos 15. También SAVIO continúa su labor. Crece sobre todo el número de proyectos en Kenya y Sudán Sur, ya que éstos son dos países cuya ayuda para el desarrollo ha sido confiada oficialmente a Eslovaquia en el Reglamento de la Unión Europea. Esto implica la ampliación de la Oficina SAVIO. Actualmente en ella trabajan 4 personas y una en la Oficina de la animación misionera.

7. HACIA EL FUTURO - UNA SINERGIA MÁS ARTICULADA

Desde el 1 de julio soy el Delegado Inspectorial de la Animación Misionera. Es de notar que nunca he estado en las misiones y hasta el día de hoy no he hecho petición. A pesar de todo entiendo que mi tarea es mantener la continuidad de mis predecesores, sobre todo en estrecha colaboración con el Inspector. Actualmente estamos cambiando el estilo de gobierno en la Inspectoría. La idea central de este cambio consiste en pasar de la animación sectorial o individual, en la que el hermano encargado sigue sólo el propio sector de animación, al modelo de colaboración, de sinergia, en el que los sectores de la Misión Salesiana colaboran estrechamente. La meta principal es una estrecha coordinación entre la Pastoral Juvenil, Comunicación Social y Animación Misionera. Actualmente tratamos de realizar esto a nivel de Inspectoría, pero el deseo es que la misma dinámica se lleve a cabo en cada obra concreta, en el trabajo y en la misión salesiana de nuestras casas. ¡Gracias!

RELACIÓN DEL AÑO 2011 - PROCURA MISIONERA ESLOVAQUIA, SLK	
INSPECTORÍA	SLK (BRATISLAVA)
NOMBRE DE LA OFICINA MISIONERA	MISSION OFFICE
RELACIÓN DE LAS ACTIVIDADES PRINCIPALES EN 2011	LA PREPARACIÓN Y FORMACIÓN DE VOLUNTARIOS, EL CUIDADO DE MISIONEROS Y VOLUNTARIOS EN LA MISIÓN, RECAUDACIÓN DE FONDOS, EL CALENDARIO DE LA MISIÓN, EL NUEVO LIBRO SOBRE LA VIDA MISIONERA DEL P. KAROL NIŽNANSKÝ EN LA INDIA, ADOPCIÓN A DISTANCIA EN AZERBAIJAN
LISTA DE PROYECTOS REALIZADOS	LOS PROYECTOS LOS REALIZAMOS MEDIANTE ONG SAVIO
OBTENIDO	306.262 EUROS
REALIZADO	229.950 EUROS
COSTES ADMINISTRATIVOS	27.580 EUROS
NÚMERO DE DONANTES ACTIVOS	3.250
NÚMERO DE NUEVOS DONANTES EN 2011	300
TIPO Y NÚMERO DE CAMPAÑAS FUNDRAISING	
ÉXITOS PRINCIPALES	ALTO NÚMERO DE VOLUNTARIOS, LA CALIDAD DE LA PREPARACIÓN, LOS NUEVOS DONANTES, EL AUMENTO DE RESULTADOS, CONSEGUIR UN NUEVO SALESIANO PARA LA MISIÓN

CAPTACIÓN DE FONDOS EN LOS COLEGIOS – SUR DE ASIA BOSCONET INDIA

P. GEORGE MENAMPARAMPIL, SDB. PROCURADOR NEW DELHI

La mayor parte de nuestros colegios no son sólo capaces de ser auto-sostenibles; pueden (y deben) apoyar los servicios a grupos de nuestros beneficiarios prioritarios como SDB- infancia y juventud necesitada. Necesitamos desarrollar un mayor compromiso con esta categoría de la sociedad, así como fortalecer nuestro sentido de la responsabilidad más allá de nuestra institución hasta el nivel del Inspector de nuestra región, e incluso de nuestra Congregación de forma global.

Ciertamente, muchos de los colegios representados aquí, están manteniendo a la Inspectoría, mediante una contribución mensual y/o anual. Creo que podemos hacer mucho más en esta dirección.

Segundo, (y esto debería haber sido mencionado primero, ya que es un aspecto muy importante de nuestra identidad y razón de ser como Salesianos), nos gustaría inculcar entre nuestros estudiantes una sensibilidad hacia el pobre de nuestra sociedad como un valor importante.

La Procura Misionera, en colaboración con el Equipo de Pastoral Juvenil, y la Comisión de Educación podrían realizar programas de “conciencia social” en nuestros propios colegios y en otros que nos permitan recaudar fondos, a través de los estudiantes que formen parte de este Programa.

Esta técnica de recaudación de fondos parece que está siendo utilizada en muchos países de una u otra forma. En India se lleva realizando muchos años. Se rumorea que HelpAge (ONG que ayuda a los mayores) recauda unos US \$ 4,000,000 en India , cada año, a través de su programa escolar.

Esto es un simple manual, basado en la experiencia de BOSCONET India. Se trata de una guía práctica, que con los pies en la tierra, orienta paso a paso cómo llevarla a cabo. Esperamos que sea de utilidad para las Procuras Misioneras Salesianas a nivel Inspectorial y Nacional.

1. VENTAJAS DEL PROGRAMA ESCOLAR:

1. Conseguimos una suma importante de efectivo sin un muy estricto o particular proyecto.
2. Conseguimos las direcciones de los donantes- de hecho, conseguimos direcciones de varios donantes de cada estudiante, ya que cada uno normalmente recibe dinero de más de un donante.
3. Desarrollamos en niños muy jóvenes el hábito de dar.
4. Podríamos construir un fuerte lazo entre los niños y nosotros si conseguimos el permiso de las autoridades escolares para llevar a cabo de forma anual el programa en sus colegios. Cuando estos niños crezcan y empiecen a ganar dinero, podrían pensar en nosotros cuando decidan realizar un acto de caridad (¡Cojámosles jóvenes!).
5. Ofrecemos a los niños conciencia sobre la situación de los numerosos niños más desfavorecidos que hay a su alrededor. Esperamos que sean menos egocéntricos y más atentos hacia los necesitados.
6. Empiezan a apreciar mejor lo que tienen en casa y se vuelven más agradecidos con sus padres.

7. Empiezan a apreciar mejor lo que tienen es sus colegios y se vuelven más agradecidos con las autoridades de los colegios y con los profesores.

2. DIFICULTADES DEL PROGRAMA ESCOLAR:

1. Aunque parece simple, conlleva un poco de trabajo.
2. A pesar de todas las precauciones, se producen algunas “fugas” de dinero, sobre todo cuando los estudiantes recogen dinero de amigos antes de entregarlo al profesor responsable de la clase.
3. Es posible que las autoridades del colegio no nos dejen llevar a cabo el programa todos los años, por lo que el importe recaudado puede variar mucho de un año a otro.
4. Los costes totales pueden ser demasiado altos debido a los sueldos del personal, sus gastos de viaje y alojamiento, publicidad, los formularios, los regalos a los estudiantes, etc,
5. Las quejas de algunos padres a los Directores de los colegios, podrían cancelar el programa.
6. Los colegios que no son nuestros podrían venir con peticiones de becas para sus propios colegios.
7. Si el personal afectado a este programa lo está a tiempo completo, a no ser que se les involucre en otras formas de recaudación de fondos (diálogo directo, lobby con empresas...etc) pueden permanecer inactivos varios meses del año cuando los colegios cierran por vacaciones o tienen exámenes.

3. PROCEDIMIENTO DEL PROGRAMA ESCOLAR:

1. El miembro del personal que va a llevar a cabo el programa de la escuela debe tener una tarjeta de identificación, tarjeta de visita y la carta de presentación del Director de la Procura Misionera.
2. Imprimir un dossier atractivo sobre los servicios que Don Bosco ofrece a los niños y jóvenes más necesitados.
3. Prepare regalos que usted pueda dar a los niños que alcanzan ciertas cotas en el dinero colectivo.
4. Preparar regalos que se puedan dar a cada profesor de cada colegio – el profesor responsable de recaudar la mayor parte en el colegio.
5. Imprimir los diplomas de reconocimiento para aquellos alumnos que recauden por encima de ciertas cantidades. Firmar los diplomas y entregárselos al personal encargado de la recaudación en los colegios.
6. Si tu Procura es nacional y existen varias Inspectorías en tu país, consigue una carta de introducción dirigida al personal por el Inspector, Vice-Inspector, Ecónomo o Director de la Oficina de Desarrollo, de la zona donde se ubiquen los colegios.
7. Hacer una lista de los colegios donde queremos intentarlo. Conseguir su dirección, el teléfono, y si es posible el nombre del Director del Colegio.
8. Si es necesario, reunirse con el Inspector u Obispo o propietario del colegio(s) y conseguir su permiso.
9. Avise al director por teléfono y consiga una cita para encontrarse con él.
10. Si no lo consigue, deje una carta solicitando una reunión.

11. Entrega una carta al personal firmada por el Director de la Procura Misionera, dirigida al Director del Colegio explicando nuestra "Campaña de Concienciación Social".
12. Una vez consiga el encuentro, enseñará su tarjeta de identidad y la carta del Director de la Procura Misionera y (si es necesario) una carta del Inspector y el Obispo. Entonces él/ella explicará la "Campaña de concienciación Social".

a) Beneficios para los estudiantes:

- ▶ Crecen con una idea real de la situación actual de un enorme número de niños pobres de su país.
- ▶ Empatizan con el necesitado.
- ▶ Desarrollan el hábito de dar y compartir desde muy jóvenes.
- ▶ Si forman parte de la recaudación de fondos, desarrollan su personalidad, autoestima y habilidades sociales; practican rellenando formularios, llevando registros, conocimientos básicos de contabilidad;
- ▶ Desarrollan el sentido de la honestidad.
- ▶ Reciben un diploma y regalos dependiendo del nivel de éxito en la recaudación de fondos.

b) Beneficios para el colegio:

- ▶ Los niños empiezan a apreciar a sus profesores y las oportunidades que el colegio les da.
- ▶ Disminuyen las quejas sobre cosas sin importancia.
- ▶ Se vuelven más cuidadosos con el uso y cuidado de las infraestructuras del colegio.
- ▶ El colegio adquiere una reputación en relación con la conciencia social y la educación de sus niños.
- ▶ El colegio puede pedir asistencia a la Procura Misionera para algunas becas de los niños más pobres.

c) Beneficios para padres y familias:

- ▶ Los niños se vuelven más agradecidos por lo que tienen en casa.
- ▶ Descenderán las peticiones de lujos y objetos de marca.
- ▶ Se volverán más cuidadosos con el uso y reuso de cosas en casa.
- ▶ Mejora de la disciplina en casa.

13. Decirles que el dinero recolectado en sus colegios (la mayoría) retornará a los niños y jóvenes de su distrito o país.
14. Ofrecer al Director la posibilidad de una colaboración completa con la Procura Misionera a lo largo del año. Darle una copia de la lista de posibilidades (en la página....) y pedirle que elija aquellas en las que a los dirigentes les gustaría trabajar con nosotros.
15. Como mínimo, pedir permiso para dirigirse a la asamblea. Una vez de acuerdo sobre la fecha y, si es posible, para otros programas. Escribir las actas de las reuniones en el Libro de Actas, con la fecha y la hora y pídale que la firme- no suene "amenazante". Dile que es simplemente para enseñárselo al Director de la Procura Misionera, como parte del registro de tu trabajo.
16. Encontrarse con los profesores, o al menos con los tutores de cada clase y explicarles el programa y su función en el mismo. Ellos podrían repetir y explicar con más detalle, ante la clase, lo que tú les has dicho en la reunión. Ellos tienen que animar a los estudiantes a recaudar los fondos y ser honestos dando todo a los profesores (¡lo que roban de la recaudación, no se lo roban a sus padres o a su vecino rico, sino que se lo está robando a los niños pobres!) El tutor de la clase recogerá el dinero de los estudiantes de su clase, rellenará el formulario con los nombres de los estudiantes y la cantidad recaudada. También recopilarán el formulario utilizado por los estudiantes comprobando que han entregado la cantidad completa re-

caudada. Necesitamos que los niños rellenen esos formularios porque las autoridades de hacienda, van a querer saber de donde salieron las cantidades. Explíqueles los regalos dados a los estudiantes como incentivos porque muchos de los estudiantes no recordarán lo explicado en la reunión del colegio. Enséñeles estos regalos al tutor de la clase que recaude más fondos. Agradézcales de antemano su trabajo y apoyo.

17. Mantener el contacto con el director de la escuela, pero sin hacerle perder el tiempo o que parezca que le acosa. Confirme las fechas de reunión. Hable algunos días antes de la fecha de reunión.
18. Hable en la reunión. Hábleles sobre los niños que no pueden estudiar, que trabajan, que viven en la calle... hábleles sobre cómo Don Bosco les rescató de la calle y les envió al colegio. Dígalos que deberían estar agradecidos por lo que reciben en casa y en el colegio. Pídales que donen de su propio bolsillo, de sus padres, allegados, vecinos y amigos. Dígalos que lo hagan sólo con el permiso de sus padres. Explíqueles como rellenar el formulario que se les entregará, con el nombre y dirección completo de los donantes para poder agradecerles. Dígalos que habrá regalos para los que más recauden; los regalos serán explicados por el tutor de la clase.
19. Distribuir a los estudiantes, a través de los profesores, un dossier sobre nuestro trabajo y el formulario para que lo rellenen los niños.
20. Si el Director está de acuerdo, reparta collages/ posters/ otro material publicitario sobre nuestras actividades en algunos de los tablones del colegio y ponga los banners de la Procura Misionera Don Bosco en el colegio, durante el periodo de recaudación.
21. Volverá a recoger el dinero de acuerdo con el Director y los profesores.
22. Vaya el día señalado. Le pedirán más tiempo. Fije otra fecha. Tendrá que repetir la visita más de una vez.

CAPÍTULO II

23. Recolecte el dinero, los formularios de los estudiantes, los utilizados por los tutores de cada clase, verifique que la cantidad recaudada de los profesores concuerda con la que él/ella ha recaudado de los alumnos.
24. Enumere las clases, escribiendo encima el dinero recaudado por cada clase. Haz el total y consígnelo con el Director. Dele al Director un recibo provisional de la cantidad.
25. Deposite el efectivo en la cuenta bancaria de la Procura Misionera o haga giros y dépositelos o envíelos a la Procura principal.

DESPUÉS

26. Escriba los nombres de los estudiantes en los certificados. Reúna los regalos a distribuir a los estudiantes y profesores.
27. Fije la fecha para la distribución de los diplomas y regalos de los estudiantes y de los tutores.
28. Vaya el día concertado y realice la distribución.
29. Envíe el nombre del Director, nombre, dirección y la cantidad recaudada de cada Colegio a la Procura Misionera y solicite al Director que le envíe a él /ella una carta de agradecimiento y aprecio.
30. Asegurarse de que el colegio y los grandes donantes entre los padres reciben la “newsletter”.
31. Hacer seguimiento de todas las actividades que el colegio ha solicitado en la reunión inicial.
32. Visitar la escuela dos o tres veces al año y cultivar la relación establecida con el Director del colegio y los profesores.
33. Si la escuela desea que la Procura Misionera conceda una beca a alguno de los estudiantes menos favorecidos, recoger

detalles de los niños, conseguir la aprobación del Inspector o del Ecónomo o del Director de la Procura de Desarrollo de la Inspectoría. Enviarlo todo a la Procura Misionera, conseguir el dinero, distribuir las becas y recoger los recibos de las cuotas y las firmas de los estudiantes becados. Envíe todo ello a la Procura Misionera.

34. Enviar informes periódicos de lo que se está haciendo a la Oficina de Desarrollo de la Inspectoría y al director y al gerente de finanzas de la Procura Misionera.

4. POSIBLES PREGUNTAS Y OBJECIONES DE LOS DIRECTORES DE ESCUELAS:

1. **¿No es todo esto un mero “truco” para conseguir dinero? Respuesta:** a) Nosotros creemos que es verdaderamente importante que los niños que vienen de buenas familias comprendan cuál es la situación de millones de niños que proceden de familias pobres. Tienen que sentirse afortunados de haber nacido en una familia que le puede ofrecer una buena calidad de vida. B) Es bueno que se den cuenta que no siempre es culpa de las personas desfavorecidas el ser pobres. C) La escuela, además, se beneficia de este tipo de programas: los niños puede que ahora se quejen de pequeñas cosas en la escuela. En estos programas, escuchan que hay millones de niños que estudian en escuelas sin las condiciones adecuadas e, incluso, que hay niños que no pueden ir a la escuela. Así, se sentirán más agradecidos por poder acudir a la escuela. D) Las familias también se benefician: los niños no se quejarán de las condiciones de su propia casa. Cuando ellos oigan que muchos niños son mucho más pobres que ellos, apreciarán más los esfuerzos que realizan sus padres por ellos. E) Los pequeños sacrificios que los niños realicen, le ayudará a construir su fuerza de voluntad y les dará una sensación de satisfacción, y desarrollará el hábito de compartir desde su niñez. F) Pedir dinero para otros ayuda a construir su personalidad, les da confianza en sí mismos; serán capaces de apreciar mejor la situación que viven cada día los niños que mendigan en las calles. Si usted nos lo permite, podemos ver la posibilidad de realizar sesiones más largas sobre la acción

social con las clases de cursos superiores –una hora o medio día o, incluso, un día entero o dos. Estas actividades no sólo son para recaudar fondos. La recaudación de fondos es sólo una pequeña parte. Hay una lista de los diferentes modos en los que podemos ayudar. Podemos construir un vínculo fuerte y a largo plazo entre la escuela y la Procura Misionera (vea página.....).

2. **Don Bosco es rico. ¿Por qué necesitamos dinero? Respuesta:** Don Bosco tiene algunas escuelas en las ciudades más grandes del país que cuidan de la clase media. Son muy conocidas. Pero la mayoría de nuestras escuelas se encuentran en pequeños pueblos y dan la oportunidad de educarse a los más pobres. En realidad, mucho de nuestro trabajo no se realiza en los colegios –trabajamos con los niños de la calle, con los niños trabajadores, huérfanos, niños de familias desestructuradas o rotas, abandono escolar, adicciones a las drogas, con prisioneros en las cárceles, afectados del VIH...

3. **Don Bosco consigue mucho dinero del extranjero. Respuesta:** Es cierto. Pero, hoy, las personas que viven en Europa y América no quieren realizar más donaciones para nosotros porque piensan que nuestro país se está convirtiendo en un país rico y poderoso, y ellos se están empobreciendo. Tienen muchos argumentos como éste para no enviar más ayuda –las empresas en sus países están externalizándose a nuestro país y el número de desempleados está creciendo en los países del Norte; que muchos ricos de nuestro país viven de manera muy ostentosa; que algunos son de los más ricos del mundo; que nuestro país está tirando grandes cantidades de dinero en la compra de armas, corrupción... La realidad es que el dinero que llega del extranjero se ha reducido y seguirá haciéndolo.

4. **No sabemos a dónde va el dinero. Respuesta:** El dinero que recaudamos en este distrito/país es utilizado exclusivamente para este distrito/país. Además, le haremos saber en menos de un año dónde y para qué se ha utilizado su dinero.

5. **¿Recibiremos parte de ese dinero? ¿Don Bosco puede becar a alguno de nuestros niños? Respuesta:** No podemos fijar un porcentaje de la recaudación. Si deseara que Don Bosco diera alguna beca a alguno de los niños de su escuela, debe realizar la petición a la Oficina de Misiones dando todos los detalles sobre el niño necesitado y alguno seguramente reciba la beca.

6. **¿Qué porcentaje del dinero irá a los pobres y cuánto irá a los empleados, al equipamiento, regalos...? Respuesta:** En la actualidad, el dinero que se recaude a través de las escuelas irá destinado exclusivamente a los niños porque tenemos otros recursos para destinar a salarios, equipamiento... Desde luego, en unos años estas aportaciones cesarán y tendremos que ser capaces de sostener todo esto sin ayudas. Nuestros esfuerzos irán destinados a que tan sólo entre un 8% y un 12% sea para los gastos y el resto irá destinado a los más pobres.

7. **¿Están haciendo esto sólo para mantener sus salarios?** Los que trabajamos aquí necesitamos un salario porque tenemos nuestros gastos y familia. No obstante, le puedo asegurar que no hago esto sólo como un trabajo con el que ganarme la vida. Lo hago porque creo en lo que hace Don Bosco por los pobres. Además, yo mismo hago una pequeña donación periódica cada mes para los fondos escolares de la Procura Misionera.

8. **¿El dinero recaudado no será para los padres Salesianos o para comprarse tierras o construir edificios? Respuesta:** Nada de la recaudación conseguida será para estos propósitos. El destino de la recaudación será para escolarizar a los niños y para dar formación a los jóvenes que han abandonado la escuela, para que puedan mejorar su calidad de vida.

9. **¿El dinero no lo utilizarán los Salesianos para convertir al catolicismo a la gente? Respuesta:** Tú has estudiado o trabajas en una escuela católica. ¿Cuántos alumnos/profeso-

res/padres se han hecho católicos en los últimos diez años? Si no estás en una escuela católica, puedo ponerte en contacto con profesores o alumnos que sí lo están. Puedes hablar con ellos para que sepas cuántos beneficiarios de la educación de Don Bosco se han bautizado en los últimos 10 años.

10. **¿Don Bosco sólo ayuda a los niños católicos?** Nosotros educamos a todos los niños, sean o no católicos. A la hora de la admisión, damos prioridad a los católicos, pero nuestros servicios no se limitan a los católicos. La mayoría de los niños que los Salesianos recogen de las estaciones de tren, de las paradas de autobús, de las calles... niños que cuidan y protegen en sus instituciones no son católicos.

5. POSIBILIDADES EN LAS ESCUELAS:

Hay muchos actores en el mercado compitiendo por el permiso de realizar actividades de recaudación de fondos (Fundraising) en las escuelas. ¿Por qué somos nosotros diferentes –más atractivos- y cómo podemos nosotros llegar a ser más?

Una ventaja es que nosotros enviamos nuestra newsletter a todos aquellos que nos han dado una donación en el año. Si mantenemos informados a estos pequeños donantes a través de nuestro boletín, puede que decidan realizar otra donación en el futuro.

Desafortunadamente, aunque nosotros lo llamamos “programa de acción social”, en la mayoría de los casos la escuela sólo nos permite dar una pequeña charla entre 3 y 7 minutos en una asamblea de la escuela. ¿Les podemos ofrecer algo más? Estas son algunas de las posibles acciones que podemos hacer por y a través de la escuela:

1. Un verdadero programa de acción social nos llevaría una hora o medio día o, incluso, tres días si la escuela lo permite. Es probable que piensen que los cursos más altos no puedan perder todo ese tiempo. ¿Podemos ofrecer realizar la activi-

dad a las clases de alumnos más pequeños cada año? No es difícil realizar juegos, sesiones, discusiones, video, debates, collage, póster, un muro informativo... para que los chavales se sensibilicen. (Para estas sesiones de trabajo de sensibilización social, ver páginas...).

2. En las ciudades que ya se organizan maratones, podemos movilizar a los profesores y los alumnos para unirse al maratón y que corran para nosotros –incluso si no pueden completar el maratón. El resto de participantes pueden ver nuestras camisetas, conseguir sponsor de otras personas por cada kilómetro que corran...
3. ¿Podemos organizar un maratón en el campus del colegio? En el patio del colegio se marca un recorrido de más o menos 1 km. Se puede dar a los niños formularios para que busquen sus sponsor. Pueden ser sus padres, sus familiares, amigos, vecinos, tiendas... Cada sponsor se comprometerá a dar una cantidad de dinero fijada por cada kilómetro que corra. Los niños correrán por turnos, clase por clase. El número de vueltas que hagan serán certificadas por los profesores encargados de la actividad. Los chavales irán a sus sponsor para recoger la recaudación.
4. Un festival en el colegio – “El Día de los Niños” o “El Día de la Sensibilización Social”... o cualquier otro. Puede ser el mismo que el maratón o cualquier otro. Será organizado como una “feria” o “exposición” sólo que el foco estará en la “sensibilización social”. Algunas cosas que se pueden preparar para ese día especial:
 - ▶ Puestos de comida.
 - ▶ Venta de artículos de papelería.
 - ▶ Venta de materiales de la Procura Misionera (camisetas, cuadernos, libretas, libros, pegatinas, insignias...).
 - ▶ Venta de “Greetings Cards” –se puede hablar con los centros de niños de la calle para que sean ellos mismos quienes las hagan. Christmas, tarjetas de felicitación de Año Nuevo o de Semana Santa...

CAPÍTULO II

- ▶ Recoger firmas para alguna campaña.
 - ▶ Recoger suscripciones a la “newsletter”.
 - ▶ Proyectar alguna buena película.
 - ▶ Poner algún video, power point o fotografías sobre nuestro trabajo.
 - ▶ Juegos como en cualquier otro festejo.
 - ▶ Tómbola.
5. El colegio reservará un tablón de anuncios para la Procura Misionera. Nosotros cambiaremos la información cada semana.
 6. Organizar visitas para estudiantes, profesores y padres a nuestras instituciones.
 7. Organizar un grupo de voluntarios que quieran ayudar en alguno de nuestros centros.
 8. Preparar alguna experiencia para estudiantes y profesores en alguno de los centros.
 9. Preparar charlas de los propios beneficiarios: niños de la calle, internos...
 10. Formar a un equipo de profesores que quieran ayudar en nuestras campañas y actividades.
 11. Organizar un “Club Don Bosco” o “Niños DB” o “Club de Corazones Generosos” o cualquier otro...
 12. Un show de famosos en la escuela.
 13. Si es una escuela de Don Bosco, los Salesianos o los profesores, estudiantes o padres pueden ponerse en contacto con alguna persona famosa, antigua alumna, para que apoye nuestro trabajo.
 14. Buscar entre padres y familiares personas que quieran suscribirse a nuestra newsletter.

15. El colegio, una clase o un estudiante puede esponsorizar una página de nuestra newsletter.
16. Conseguir anunciantes para nuestra newsletter.
17. El colegio podría incluir una hoja de donación en el sobre de inscripción.
18. Poner banderas de la Procura Misionera en el colegio, para ir construyendo la marca de Misiones Salesianas.
19. El colegio puede ceder de manera gratuita una página de su revista escolar para que hablemos de nuestro trabajo con los pobres gracias al apoyo conseguido por la escuela.
20. La escuela puede poner una frase del día “Nuestra escuela apoya la educación de los niños necesitados a través de la Procura Misionera de Don Bosco”.
21. La escuela puede suscribirse para distribuir entre sus estudiantes una carpeta mensual sobre temas sociales que produce la Procura Misionera.
22. Recoger periódicos y revistas (no ropa vieja ni zapatos) y vender el papel. Se puede realizar una vez a la semana o al mes o durante la campaña anual. Los libros de texto también se podrían recoger al final de curso escolar.
23. Los empleados de la Procura Misionera podrían ayudar a conducir en ocasiones especiales los programas.
24. La Procura Misionera puede organizar competiciones de escritura, deportes, pintura, concursos...
25. Dar la dirección de TODOS los alumnos del colegio a la Procura Misionera para poder contactar con ellos, hablarles de nuestro trabajo con los más necesitados y, así, pedir una pequeña contribución.

26. Conseguir entradas para los donantes o potenciales donantes para las funciones especiales de las escuelas y centros de Don Bosco.
27. Permitir realizar un programa de recaudación de fondos a través de los niños de nuestras escuelas (como muchas escuelas permiten a HelpAge, la Fundación Smile o la Sociedad contra el Cáncer...).
28. Presentar la Procura Misionera entre nuestros directores amigos o personas influyentes de nuestro entorno para que permitan que realicemos actividades de captación de fondos.
29. Invitar a personas influyentes del entorno de la escuela que nos permitan realizar captación de fondos a través de ellos, para nuestras instituciones, especialmente aquellas que se dedican a atender a los pobres.
30. Cuando el colegio DB realice una formación para nuestros profesores o directores, podríamos incluir a algunos “socios de la escuela” u organizar una formación sólo para ellos.
31. Los Salesianos de nuestras escuelas o los maestros, estudiantes o sus padres ¿podrían dar un realce de nuestro trabajo entre sus alumnos? Podría la escuela dar una página libre a la Procura Misionera en su revista escolar para escribir sobre nuestros trabajos buscando recaudar dinero en su escuela para los pobres.

6. SESIÓN DE FORMACIÓN EN SENSIBILIZACIÓN SOCIAL PARA ESTUDIANTES:

1. Decir a los estudiantes que traigan un periódico de semanas anteriores o revistas antiguas. Dividir a los estudiantes en grupos de seis, más o menos. A cada grupo se le da un tema de la lista que aparece abajo. Los alumnos tienen que encontrar y recortar artículos, historias o reportajes que traten el tema que les ha tocado. También se les puede pedir que busquen

fotografías y dibujos que tengan que ver con los artículos que encuentren. Después, tendrán que hacer un collage. Los alumnos tendrán que escribir su tema en lo alto con letras grandes. Por último, presentarán y explicarán su collage al resto de la clase.

- Posibles temas: EL RÁPIDO CRECIMIENTO DE NUESTRA NACIÓN. LA VIDA DE LOS RICOS EN NUESTRO PAÍS. LA VIDA DE LOS POBRES EN NUESTRO PAÍS. LA CORRUPCIÓN. LA DISCRIMINACIÓN. LA VIOLENCIA EN NUESTRO PAÍS. MUJERES Y NIÑAS EN NUESTRO PAÍS. 'SLUMS' (CHABOLAS) EN NUESTRO PAÍS. LOS NIÑOS TRABAJADORES EN LA INDIA.
2. Dividir la clase en grupos de seis. Mantener un debate. La mitad de los grupos estarán a favor de la moción y la mitad en contra. Cada grupo elegirá a una persona para que hable como portavoz del grupo. Los grupos tendrán entre 10 y 15 minutos para discutir y recoger ideas, argumentos, puntos de vista de los miembros del grupo para que su portavoz pueda utilizarlos. Los discursos se alternarán entre los que están a favor y los que están en contra. Después de que el portavoz oficial haya terminado de exponer, si el interés es alto, se puede abrir la discusión. Elige uno de los siguientes temas, aunque puedes utilizar también otros de tu creación: LAS PERSONAS SON POBRES PORQUE SON VAGAS, BORRACHOS O VAGABUNDOS. AYUDAR A LOS MÁS POBRES LOS HACE MÁS VAGOS Y POBRES. LO QUE GANAMOS ES PARA DISFRUTARLO NOSOTROS SIN PENSAR EN LOS DEMÁS. NO PODEMOS HACER NADA POR LOS MÁS POBRES HASTA QUE NO CREZCAMOS Y GANEMOS NUESTRO DINERO. NO ES MI CULPA SI HE NACIDO EN UNA FAMILIA RICA; NO ESTOY OBLIGADO A AYUDAR A NADIE. LOS POBRES TIENEN LO QUE SE MERECE.
 3. Dividir la clase en grupos. Todos se sientan alrededor de una mesa y discuten las respuestas a las preguntas que se les da. Dale entre 2 y 5 minutos para cada pregunta, dependiendo del interés de la discusión. Cada grupo recoge en un papel sus respuestas, lo más resumidas posibles. Cada grupo debe

elegir a un portavoz. El portavoz debe permanecer en su mesa y tener el papel con las respuestas. El resto del grupo se mueve a la siguiente mesa. Leen la pregunta de la segunda mesa, discuten sobre ello e informan al portavoz de la mesa para que recoja su respuesta. El grupo vuelve a moverse a la siguiente mesa... y así hasta completar todas las mesas. Finalmente el portavoz lee las preguntas y las respuestas. Si es necesario, se puede abrir un tiempo de discusión.

- ¿Por qué hay personas muy ricas en nuestro país?
 - ¿Por qué hay personas muy pobres en el país?
 - ¿Es justo que haya tantas diferencias entre ricos y pobres?
 - ¿Qué pueden hacer los pobres para mejorar su vida?
 - ¿Qué deberían hacer los ricos para ayudar a los pobres?
 - ¿Qué puede hacer el Gobierno para ayudar a los pobres?
 - ¿Qué puede hacer el colegio?
 - ¿Podemos hacer algo la clase?
 - ¿Qué podemos hacer cada uno de nosotros, como estudiantes, para ayudar a los pobres?
4. Dibuja una línea en el suelo. En un extremo escribe "A" y en el otro "DA". "A" es estar de acuerdo y "DA" en desacuerdo. Cada uno permanece en una fila perpendicular a la línea dibujada en el suelo, y se colocan en el centro de la misma. El profesor lee una frase y cada uno debe moverse hacia "A" o "DA" de acuerdo con lo que los alumnos piensen. Si están más cerca de los extremos eso significa que están más de acuerdo o en desacuerdo con el enunciado. Elige a alguno de los alumnos para que explique las razones de su posición.

Una vez explicado, los alumnos puede moverse o no de su posición. No es necesario utilizar todos los enunciados. Puedes elegir los más relevantes. Además, puedes formular enunciados que tú inventes. Parar el juego o seguir con él dependiendo del interés de la clase:

- Los ricos son ricos porque roban, son corruptos y explotan.
- Da igual lo que ayudemos a los pobres, siempre serán pobres.
- Es bueno ayudar a los pobres de la manera en la que podamos.
- La mejor manera de ayudar a los pobres es educando a los niños.
- Es peligroso para los ricos si todos los niños de los pobres reciben educación.
- Los pobres deberían ser humildes y ajustarse a lo que tienen.
- Todos los pueblos y ciudades necesitan tener pobres que trabajen para el resto.
- Los ricos y los pobres, hombres o mujeres, niños y niñas son iguales ante Dios.
- Una persona es rica porque Dios le ha bendecido porque es bueno.
- Los niños, también los pobres, deberían tener una buena educación.
- Las mujeres son inferiores a los hombres en todo.
- Los niños con problemas mentales que no pueden mantenerse por sí mismos deberían dejarles morir.
- Hay más satisfacción en dar que en recibir.

- Si rezo y le doy a Dios lo suficiente, no es necesario que ayude a los pobres.
 - Dar una pequeña donación no ayuda a resolver el problema de los pobres.
 - Es mejor permitir que los niños pobres trabajen antes de que vayan a la escuela. Así, si trabajan pueden conseguir comida.
 - Siempre es posible encontrar un modo de ayudar a aquellos que tienen menos que nosotros.
 - Los pobres son pobres sólo porque son borrachos, vagos o tiran lo que tienen.
 - Los pobres no merecen ser ayudados.
 - Una de las tareas del gobierno es ayudar a los pobres. La gente no tiene porqué hacerlo.
5. “Andar en los zapatos de otro”. Es un viejo proverbio indio-americano que dice que no tenemos que ser críticos con otros hasta que no hayamos andado en los zapatos del otro. Trata de explicar a los estudiantes lo que significa ponerse en el lugar de los otros, sobre todos, de los niños más vulnerables. No hace falta que sea en una situación peligrosa. Un ejemplo: Dos niños. Pide a uno de ellos que cierre los ojos. El otro niño tendrá que dar un paseo con el “ciego”. Déjales suponer que el ciego lo es desde que nació. Hazles ver cómo puede ser el mundo de un niño que nunca ha visto. Da un paseo, toca las flores, las hojas o las piedras... explicándoles cómo son, sus colores, a qué huelen las cosas... Tienen que andar despacio para que el “ciego” no se caiga. Sube y baja escaleras. No hace falta que le tapes los ojos con una cinta porque si se asusta demasiado abrirá los ojos para sentirse seguro. La actividad puede durar unos diez minutos. Déjales compartir la experiencia en grupos o en la clase todos juntos para que expliquen qué han sentido siendo “ciegos” y cuáles han sido los sentimientos de aquellos que ayudaban al ciego. Puedes repetir el ejercicio con un niño “sordo” o con alguien

que no tienen piernas –con cuidado para que no se produzca ningún accidente. También puedes realizar alguna actividad durante la comida. Unos cuantos niños sólo podrán comer la mitad de los alimentos que toman con normalidad. Los otros miran como comen, pero no pueden comer. Comerán más tarde. Déjalos un tiempo para que compartan su experiencia con el hambre y deja a aquellos que sólo miraban que comen qué sentimientos tenían. Puedes añadir tus comentarios, o puedes hacer preguntas para que los alumnos debatan sobre cómo se sienten los niños de la calle viendo a los otros comer en restaurantes o helados o hamburguesas...

6. Visionar un vídeo o Power Point sobre el trabajo de Don Bosco con los pobres y pregunta a los niños para compartir sus sentimientos, opiniones, pensamientos.... Añade alguna explicación si es necesario.
7. Visionar la canción “Dime por qué” – una de las dos versiones: la del niño cantando o la de las diapositivas. Distribuye la letra de la canción. Discute sobre su significado. Pregunta a los niños sobre las respuestas a las preguntas de la canción. Reflexionar juntos. Muestra la segunda versión de la canción, como conclusión. Puedes, además, enseñar la canción si hay tiempo e interés.
8. Recorta tantos papelitos como niños haya en clase. Coge un par de papelitos. En uno escribe una palabra relevante para el tema de la sensibilización social. En el otro escribe resumidamente la definición de la palabra para que los niños puedan entenderlo. Haz lo mismo con el resto de papelitos. Escribe las palabras y las definiciones más largas y con caracteres que se puedan leer fácilmente. Dobla los trozos de papel y mételos en una bolsa. Cuando todos los alumnos tengan un papel, permite que lo abran. Cada uno leerá lo que tiene escrito y tratarán de encontrar a su contraparte –el que tenga definición, buscará al que tenga la palabra y viceversa. Puedes preguntar a algunos que lean su palabra en alto y su definición y expliquen por qué creen que van juntas. Algunas palabras: JUSTICIA, GENEROSIDAD, COMPARTIR, VIOLENCIA, SEXISMO, CORRUPCIÓN, EXPLOTACIÓN, TRABAJO INFAN-

TIL, POBREZA, HAMBRE, COMIDA, DISCRIMINACIÓN, TRABAJO, SALARIO, DINERO, PROPIEDAD, SALUD, ROBO, ASE-SINATO, SECUESTRO, IGUALDAD, AVARICIA, SOBORNO, RESPETO, BURLA, FALTA DE RESPETO, SIN HOGAR, DESEM- PLEO, ALFABETO, ANALFABETO, EDUCACIÓN...

- Puedes utilizar otra versión del juego. En vez de escribir una palabra y su definición, escribe dos palabras de significado opuesto. Los alumnos deben encontrar las palabras opuestas. Déjales también tiempo para que expliquen por qué piensan que su significado es opuesto.
9. Divide a la clase en grupos de seis. Reparte folios, lápices de colores, gomas, tijeras y periódicos o revistas viejos a cada uno de los grupos. Diles que dividan el papel en dos partes iguales. Una mitad, deben representar la vida de los ricos y en la otra la de los pobres. Para ello, pueden utilizar fotografías, pinturas o palabras que muestren alguna de las siguientes cosas: la comida, la ropa, las casas, el transporte, el colegio, la familia, el trabajo, el salario, la salud, la habitación, el entretenimiento, los juegos y deportes, la comunicación, los amigos, la relajación... Deja que cada grupo presente su collage y lo explique.
 10. Concluye el programa con una oración. Aquí te dejamos un ejemplo, pero puedes utilizar una de tu invención:

“Dios, nuestro creador, nuestro querido Padre, yo alabo y doy gracias por todo lo que me eres para mí. Me has dado la vida para disfrutar de todo lo que has creado en este bello mundo. Me has dado unos padres que me quieren y que me cuidan y están pendientes de mis necesidades. Me has dado una gran familia que me ayuda y apoya en todo lo posible. Me has permitido estudiar en una buena escuela donde aprendo muchas cosas cada día. Hay muchas cosas para mí que puedo disfrutar en la escuela, los profesores, mis compañeros... Gracias Señor, Dios, mi Padre, por todo lo que me has dado. Te pido bendigas a mis padres, familiares y vecinos. A mis profesores y compañeros. Ayúdanos a amarte y a agradecerte y a obedecerte.

Tú has hecho de todos los seres humanos tus niños. Tú quieres a hombres y a mujeres, niños y niñas que sean hermanos y hermanas. Señor, hoy yo rezo de un modo especial por mis hermanos y hermanas, todos tus hijos, que no puedes disfrutar de todo lo que yo tengo. Ellos han nacido en familias pobres, pero no por su culpa. Ellos no tienen las oportunidades de las que yo disfruto. Muchos niños, como yo, no pueden ir a la escuela o estudian en colegios con profesores no tan buenos o con equipamientos no adecuados. Muchos no tienen casas adecuadas para vivir. Muchos no tienen suficiente comida. Muchos tienen que trabajar desde pequeños.

Señor, bendice a las personas pobres, sobre todo a los niños. Ayúdame a encontrar personas que cuiden de ellos y les den las oportunidades para poder comer, aprender y crecer adecuadamente. Ayúdame siempre a apreciar lo que tengo, a ser agradecido por lo que recibo y a buscar los caminos para ayudar a los pobres y desfavorecidos. Señor, ayúdanos a formar nuestra propia familia, dignos hijos tuyos, hermanos y hermanas entre nosotros. Amén!”

HISTORIA DE LA PDO-AFW SALESIANOS DE DON BOSCO - INSPECTORÍA ÁFRICA OCCIDENTAL

D. GUNTER MAYER, SDB, ECÓNOMO INSPECTORIAL AFW, DIRECTOR DE OPD

1. INTRODUCCIÓN

La Oficina de Planificación y Desarrollo de la Inspectoría del África Occidental se abrió en mayo de 2006, como resultado de las conclusiones del Seminario de las Oficinas de Planificación y Desarrollo (OPD) realizado en Roma en abril de 2005:

- Nombramiento del Ecónomo Inspectorial (D. Gunter Mayer, sdb) como Director del Proyecto.
- Se destina una oficina para la OPD en la Casa Inspectorial.
- Contratación del personal laico (profesional/experiencia).
 - Coordinador de Proyectos.
 - Asistente del Coordinador.
 - Técnico de Proyectos.
- El apoyo para la continuidad de la OPD fue a cargo de la Inspectoría; hasta que en 2009 fue auto-suficiente.

2. CÓMO ENCAJA LA OPD EN LA INSPECTORÍA



3. ¿QUÉ HACEMOS? (TAREAS PRINCIPALES)

- La OPD promueve impactos orientados al desarrollo de proyectos en línea con el Plan Orgánico Inspectorial (POI).
- La OPD es el principal punto de referencia para los proyectos/trabajo en desarrollo de la Inspectoría.
- La OPD coordina todas las actividades de desarrollo de las comunidades locales.
- La OPD ayuda a las comunidades locales al desarrollo e implementación de proyectos de acuerdo con el Plan Estratégico Inspectorial.
- Colabora con otros actores de desarrollo en las regiones en las que trabaja.
- La OPD es un enlace con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales para la movilización de recursos, trabajo en advocacy, etc.

- La OPD proporciona formación y ayuda al desarrollo de las capacidades del personal laico de la Inspectoría.
- La OPD también proporciona formación y ayuda al desarrollo de las capacidades de los Salesianos en el Ciclo de Gestión del Proyecto (PCM). Ofreciendo habilidades humanas para implementar el proyecto.
- La OPD también suministra a las comunidades locales herramientas de trabajo, marcos y esquemas que promueven la eficacia y estándares de trabajo.

4. BUENAS PRÁCTICAS:

- Efectiva colaboración con socios para el desarrollo y con las partes interesadas.
 1. Contrapartes locales e internacionales.
 2. Socios locales e internacionales.
 3. Agencias/Departamentos Gubernamentales.
 4. ONG's.
- La mejor gestión de los recursos de los donantes para mejorar la situación y también garantizar futuros fondos para los proyectos.
- Rendición de cuentas a los donantes.
- Desarrollo de un Plan Estratégico para una prestación de servicios efectiva y eficaz.
- Participación en actividades de redes locales e internacionales.
- Desarrollo de proyectos que traen impactos positivos (cambios de vida) en los grupos objetivos.

- Poner a disposición de todos los socios informes cualitativos y cuantitativos durante y después del desarrollo de los proyectos.
- Poner a disposición de todos nuestros socios y contrapartes copias del INFORME ANUAL al final de cada año fiscal.

5. ¿QUÉ HEMOS CONSEGUIDO?

- Plan Estratégico elaborado para facilitar un funcionamiento eficaz y sin problemas en el trabajo de la OPD.
- Continua revisión y evaluación del plan estratégico para renovarse.
- Los fondos recibidos para proyectos han aumentado en los últimos 2 años.
- Cada Comunidad Salesiana tiene al menos una persona formada para la gestión de proyectos.
- Cada Comunidad Salesiana de la Inspectoría utiliza la OPD como referente para la gestión de proyectos.
- La OPD y la Comunidades Salesianas utilizan una herramienta de seguimiento y evaluación para la gestión de proyectos.
- La OPD colabora de manera efectiva con otros departamentos de la Inspectoría.
 - Pastoral Juvenil.
 - Comunicación Social.
 - Don Bosco Youth Network-West Africa.
 - Oficina Inspectorial.

6. DESAFÍOS

- Desarrollar estructuras de fundraising y promover la captación local de fondos.
- Fondos insuficientes para ejecutar el Plan Estratégico Inspectorial.
- Insuficientes recursos humanos capacitados en el campo técnico.
- Cómo motivar a los Salesianos para aceptar los requerimientos de las OPD y los socios.
- Base de Datos (software).

7. ESTADÍSTICAS

ÁREA	N°	BENEFICIARIOS DIRECTOS		SDB	TRABAJADORES LAICOS		VOLUNTARIOS	
		M	F		M	F	M	F
ASPIRANTADOS	5	22	*	16	5	6	0	0
CASAS DE LLEGADA/HOSTALES	7	501	68	12	6	6	0	0
CENTROS PARA LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL	1	3	100	3	1	1	0	0
CAPELLANÍAS	9	616	534	10	5	7	0	0
LÍNEA TELEFÓNICA NIÑOS EN CRISIS	1	4.009	3.423	3	3	2	0	0
PROGRAMA MOVIL DON BOSCO	1	350	0	3	10	3	0	0
ESCUELAS NOCTURNAS	3	91	76	1	11	5	2	1
FORMACIÓN DE COMUNIDADES	2	51	0	10	18	1	0	0
PROGRAMA DE ACOGIDA DE NIÑAS	1	0	143	3	1	12	0	0
CENTROS DE SALUD	1	2.000	3.000	1	2	8	8	0
ESCUELAS DE SECUNDARIA JUNIOR	5	766	607	9	60	42	0	0
ORATORIOS	8	1.668	895	13	8	0	4	2
PARROQUIAS	8	3.859	4.158	13	25	13	0	0
PRE-NOVICIADOS	1	13	0	2	0	0	0	0
ESCUELAS PRIMARIAS	11	1.914	1.995	9	72	37	2	1
PROGRAMA DE BECAS	4	232	199	3	4	4	0	0
ESCUELAS SECUNDARIAS SENIOR	4	674	542	9	68	38	0	0
CENTROS DE COMUNICACIÓN SOCIAL	3	9.042	7.683	4	17	4	1	0
PROGRAMA DE NIÑOS DE LA CALLE	3	104	23	6	10	8	3	0
ESCUELAS TÉCNICAS Y PROFESIONALES	5	868	275	22	133	42	3	0
VCT (PROGRAMA SIDA)	1	6.000	9.000	1	6	8	0	0
CENTROS JUVENILES	8	1.183	537	14	29	9	2	*
TOTAL	98	34.525	33.766	154	499	256	19	4

8. RECURSOS FINANCIERO Y VOLUMEN DE NEGOCIO:

Periodo: 2006 – 2011.

Recursos totales: € 4.997.227,05.

ITEM	2006-2008	2009	2010	2011	TOTAL
RECURSOS FINANCIEROS	2.128.724,22€	448.047,63€	1.148.839,44€	1.271.615,76€	4.997.227,05€
FONDOS ACUMULADOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA PDO/GASTO CORRIENTE	10.731,23€	11.419,27€	14.380,36€	22.307,85€	58.838,71€



PROGRAMA DE JÓVENES LÍDERES & CAMPAMENTO DE VERANO



EDIFICIO DE CLASES DBTH, LIBERIA - MONROVIA

COSTE FORMACIÓN	2012/13		2013/14		2013/14	
			+1 EURO A LA CANTIDAD DE ALOJAMIENTO DEL 2012/2013		+1 EURO A LA CANTIDAD DE ALOJAMIENTO DEL 2012/2013	
PRENOVIADO 10 MESES	1 PERSONA	15 PERSONAS	1 PERSONA	15 PERSONAS	1 PERSONA	15 PERSONAS
ALOJAMIENTO 6€ DÍA	1.800	27.000	2.100	31.500	2.400	36.000
CURSO DE FORMACIÓN	150	2.250	160	2.400	170	2.550
TRANSPORTE	150	2.250	160	2.400	170	2.550
BIBLIOTECA	50	750	60	900	70	1.050
PAPELERÍA	100	1.500	110	1.650	120	1.800
MÉDICO	60	900	70	1.050	80	1.200
PROVISIONES	40	600	50	750	60	900
TOTAL	2.350	35.250	2.710	40.650	3.070	46.050
NOVIADO 12 MESES	1 PERSONA	15 PERSONAS	1 PERSONA	14 PERSONAS	1 PERSONA	14 PERSONAS
ALOJAMIENTO 8€ DÍA	2.920	43.800	3.285	45.990	3.650	51.100
CURSO DE FORMACIÓN	350	5.250	370	5.180	390	5.460
TRANSPORTE	300	4.500	320	4.480	340	4.760
BIBLIOTECA	100	1.500	110	1.540	120	1.680
PAPELERÍA	200	3.000	210	2.940	220	3.080
MÉDICO	80	1.200	90	1.260	100	1.400
PROVISIONES	80	1.200	90	1.260	100	1.400
TOTAL	4.030	60.450	4.475	62.650	4.920	68.880
FILOSOFÍA 12 MESES	1 PERSONA	37 PERSONAS	1 PERSONA	35 PERSONAS	1 PERSONA	35 PERSONAS
ALOJAMIENTO 9€ DÍA	3.285	121.545	3.650	127.750	4.015	140.525
TASAS PARA 10 MESES	480	17.760	580	20.300	650	22.750
TRANSPORTE	300	11.100	320	11.200	340	11.900
BIBLIOTECA	120	4.440	130	4.550	140	4.900
PAPELERÍA	250	9.250	270	9.450	290	10.150
MÉDICO	80	2.960	90	3.150	100	3.500
PROVISIONES	100	3.700	110	3.850	120	4.200
TOTAL	4.615	170.755	5.150	180.250	5.655	197.925
TEOLOGADO 12 MESES	1 PERSONA	21 PERSONAS	1 PERSONA	20 PERSONAS	1 PERSONA	20 PERSONAS
ALOJAMIENTO 12€ DÍA	3.480	73.080	3.770	75.400	4.060	81.200
TASAS PARA 10 MESES	700	14.700	800	16.000	850	17.000
TRANSPORTE	500	10.500	550	11.000	600	12.000
BIBLIOTECA	160	3.360	170	3.400	180	3.600
PAPELERÍA	450	9.450	470	9.400	490	9.800
MÉDICO	100	2.100	110	2.200	120	2.400
PROVISIONES	140	2.940	150	3.000	160	3.200
TOTAL	5.530	116.130	6.020	120.400	6.460	129.200
GRAN TOTAL	382.585		403.950		442.055	
GRAN TOTAL 13/15:1.228.590						

COMIENZO DE LA PROCURA MISONERA DE COREA DEL SUR (KOR)

P. MICHAEL CHANG, SDB. ECÓNOMO INSPECTORIAL Y PROCURADOR

1. CREACIÓN DE LA PROCURA MISONERA EN COREA DEL SUR (KOR)

Nuestra Procura Misionera en la Inspectoría Salesiana de Corea comenzó su andadura el 1 de febrero de 2012. Fue uno de los proyectos de conmemoración para preparar el Bicentenario del nacimiento de Don Bosco en la Inspectoría de Corea. Nosotros no realizamos ningún tipo de ceremonia para celebrar la creación o el traslado a una nueva oficina. Simplemente continuamos con la ayuda a las misiones y a sus proyectos bajo el nuevo nombre, "Procura Misionera". Fui designado para ser a la vez Ecónomo Inspectorial y Procurador. Contratamos a un colaborador laico que trabaja con nosotros. Trabajamos en una oficina de la Inspectoría. Nuestra tarea principal es la de apoyar a nuestras Inspectorías misioneras. En una frase, recaudamos fondos y los distribuimos en las misiones con más necesidades y entre nuestros misioneros.

2. NECESIDAD

Mi Inspector sintió la necesidad de abrir una Procura Misionera. Uno a uno, los SDB coreanos han sido enviados al extranjero en estos 20 años. Los coreanos caritativos querían ayudar a estos misioneros. A la vez, los misioneros trataban de buscar fondos y bienes para la misión. En este proceso, los fondos y bienes recaudados eran entregados a los misioneros por el Ecónomo Inspectorial. Pero a veces, ha-

bía fondos que eran transferidos directamente a las cuentas bancarias personales de los misioneros. Esta situación no sólo va en contra de la disciplina de la vida religiosa, si no que creó problemas porque no eran capaces de emitir a los donantes el certificado para los beneficios fiscales. Los misioneros, entonces, en vez de dedicarse a ver la manera de hacer más fuerte la naturaleza pastoral a nivel personal, discutían y decidían cómo gestionar los fondos con la comunidad religiosa local. Por esta razón, se creó cierto ruido entre los misioneros coreanos y otros hermanos de la comunidad local.

De hecho, mi Inspectoría dejó de recaudar de manera activa y de distribuir fondos y bienes para los misioneros. Cada misionero mantenía sus “sponsors” por su cuenta. El Ecónomo Inspectorial simplemente mantenía los fondos de la misión y realizaba las remesas. En este proceso, las remesas se retrasaban y cuando los informes de la cuenta del Ecónomo Inspectorial no estaban claros, los misioneros hacían llegar sus quejas. Cuando nos enfrentábamos a estos problemas, nos dimos cuenta de la necesidad de recaudar y distribuir los fondos y los bienes necesarios de una manera más sistemática.

Y por supuesto, no sólo ocurrían este tipo de sucesos negativos en el pasado. De hecho, la mayoría son bonitos y buenos momentos. Había generosos donantes y voluntarios, durante las vacaciones misioneras, que venían a Corea y compartían sus experiencias vitales en la misión con pasión, y hay muchos jóvenes Salesianos en la formación inicial que presentan la petición para ser misioneros. Mi Inspectoría ha logrado buenas cantidades de fondos para las misiones.

3. LA PROCURA SE ORGANIZA (2012)

1. Un colaborador laico: se contrata a un persona adecuada mediante el servicio de recursos humanos de CBCK's (Conferencia Episcopal Católica de Corea).
2. Se presentó la “Identidad y el Estatus de la Procura” en el Seminario Inspectorial de Profesión Perpetua.

3. Se anunció el lanzamiento de nuestra “Procura Misionera” y se indicó la futura cooperación y la construcción de su sistema de trabajo para los misioneros de la Inspectoría KOR.
4. A resolver: clarificar las funciones de la Procura Misionera y la Inspectoría, proporcionando un mantenimiento sistemático y unas herramientas de comunicación con los donantes-sponsors, preparación de un manual y regulación, etc.

4. COMPARTIR: ¿QUÉ ESTÁ OCURRIENDO EN MI INSPECTORÍA, EN COREA?

Mi Inspectoría contaba con el misionero, padre John Lee (1962-2010). El padre John fue presentado con detalle en la revista salesiana anual, ‘Salesianos 2012’. Antes de ser Salesiano, era médico. Después de su ordenación, vivió en una aldea llamada Tonj en Sudán (exactamente en Sudán del Sur) siete años, como misionero.

Como el padre John tenía un gran talento musical, compuso varias canciones mientras vivía como misionero, era un autodidacta en la práctica de la música y comenzó y dirigió una banda de música. Además, utilizaba su práctica médica para revitalizar la clínica de la Misión Don Bosco de Tonj. Recibió toneladas de amor de las personas y de los misioneros. Pero desafortunadamente le fue diagnosticado un cáncer de colon. Luchó durante un año para recuperarse, pero finalmente murió el 14 de enero de 2010.

Antes de su muerte, la sociedad coreana le reconocía por su gran historia, atracción y por lo que recibió como misionero. Durante su funeral, hubo muchos familiares que vinieron a presentar su respeto. En su funeral, la Iglesia se llenó. La Televisión Coreana (KBS) ha producido un documental para televisión sobre el padre John. Y ha sido un gran éxito. Más tarde, se ha producido un documental para cine y ha sido reproducido en muchos teatros y cines de todo el país. (La productora afirma que 70 millones de personas lo han visto, incluyendo la TV). Aunque aquí finaliza lo positivo. A partir de aquí, se convirtió en un héroe nacional sin identificar. Él era un trabajador social, que dejó su confortable vida como médico y se convirtió en sacerdote, y vivió una vida heroica en el interior de África.

Su identidad como Salesiano fue eliminada. Incluso el personal de la iglesia, su hermano biológico (OFM Conv. Priest) han sido añadidos. Actualmente, hay cuatro fundaciones, civiles y religiosas, que llevan su nombre. Su hermano ha creado una fundación con un Monje Budista donde trabaja como presidente.

Si nuestra Inspectoría tiene una Procura Misionera con historia y tradición, tendríamos que gestionar a nuestros miembros y misioneros de una manera más sistemática, e incluso si ocurre algún incidente, ser capaces de dar una respuesta organizada. Aunque, no podemos negar el hecho de que el padre John Lee se ha convertido en un icono para la sociedad coreana, también es conocido como Salesiano de Don Bosco entre los coreanos. Lo han aceptado como identidad del misionero. Ver la figura del padre John en su dimensión de "recurso", sería de gran utilidad ya que es una figura de gran valor. La Iglesia y los Salesianos necesitan la sabiduría para utilizar sus recursos de una manera adecuada y efectiva con el espíritu de la Iglesia.

ALGUNOS INCIDENTES

- Tras el gran éxito del primer documental, la KBS ha hecho un documental anticuado. Ellos dicen que el documental es sobre el padre John. Pero el segundo documental, no es más que un gran proyecto de difusión de la fundación y un negocio, en el que la productora estaba implicada en la reconstrucción de Sudán del Sur y de Tonj. El productor llevó el documental al Vaticano para que lo vieran e hizo aparecer al Cardenal Bertone. Entonces, la cámara se acercó mientras él dejaba correr una lágrima por sus mejillas. Con esta imagen, se anunció el documental como "El Vaticano también lloró".
- El hermano biológico del padre John está muy implicado con la mencionada productora y trabaja muy cerca para suprimir el que su hermano fuese salesiano.
- Ellos incluso han invitado a la Banda de Música Don Bosco a Corea de manera secreta sin notificarlo a los Salesianos de Corea. Además, intencionadamente cambiaron el nombre de la banda por el de Banda de Música Smile Tonj, para que se

adecuase a su proyecto 'Smile Tonj'. Han realizado en cuarto documental con esta visita a Corea. No podemos seguir aceptando estas acciones; en consecuencia hemos presentado una disposición provisional en el juzgado por actividad ilegal para que cese su aparición en la televisión. (Hubo un acuerdo entre las partes. Pero consiguieron su propósito y se ha eliminado el nombre de la escuela. Se ha presentado un nuevo caso por su falsificación).

- La Delegación Salesiana de Sudán sabe de la gravedad del problema y no quiere verse implicada. Pero ellos, creo que no están libres del poder de los medios de comunicación y la presión realizada por su gobierno.

EMPEZANDO UNA NUEVA PROCURA MISIONERA

D. GUIDO LEVOLELLA, OBRA DE DON BOSCO - ARGENTINA, CAPTACIÓN DE FONDOS

1. CONDICIONES PREVIAS

- Definir en un estatuto específico los objetivos, alcances, distribución de fondos, etc, de la Procura. Es importante entenderla, ante todo, como una obra de comunicación y evangelización, que genera solidaridad y sensibilidad para con los jóvenes más desfavorecidos a través de la acción que se realiza en beneficio de ellos en las obras salesianas, y que, ante todo, trabaja por fuera de la obra salesiana para generar visibilidad, sensibilización y solidaridad.
- Identificar los otros organismos ya existentes en la/s Inspectoría/s (Boletín Salesiano, Equipo de Comunicación, Oficina de Planificación y Desarrollo, Pastoral Juvenil, Misiones), para definir su articulación con la Procura. Reconocerse integrados y en trabajo orgánico, para potenciarse mutuamente.
- Realizar un mapeo de las relaciones de búsqueda de aportantes que ya existen en la Inspectoría, para determinar si la Procura las va a asumir o se van a generar diferentes canales, ya que, una vez decidido el inicio de la Procura, es deseable concentrar en ella la búsqueda de donantes.

- Entender que la Procura no es una solución mágica a todos los problemas de financiación de la Inspectoría. Es un punto más. Y si el planteamiento se enfoca en demasía hacia la obtención de fondos, y no tanto a la relación personalizada con los donantes, probablemente será una experiencia que no tenga éxito.

2. PUESTA EN MARCHA

- Designar a una persona con tiempo real para ocuparse de la misma. Si se quiere obtener un resultado positivo, no es posible lograrlo si quien se ocupa de la Procura no dispone de un tiempo mínimo para ello, o no está convencido de su tarea.
- Destinar un tiempo para analizar las distintas variables del trabajo, que pueden ser:
 - a) Canales posibles para la obtención de donantes: postal, digital, institucional público o privado.
 - b) Proyectos sobre los cuales se quiere hacer foco en la presentación.
 - c) Otras experiencias de organizaciones similares en el país (Greenpeace, Médicos Sin Fronteras, Organizaciones religiosas, etc).
 - d) Asesoramiento y capacitación con otras Procuras, nacionales o internacionales, salesianas o no, para identificar posibles modelos y acciones a replicar.
- Dentro del plan de acción, lo fundamental es armar un plan de comunicación con los donantes el cual debe incluir:
 - Una carta de prospección (prospección).
 - Una bienvenida.
 - Solicitudes de ayuda económica (pedido).
 - Mensajes informativos referidos a la actividad que desarrolla la Obra.

Todo este material debe estar preparado desde la óptica de la recaudación de fondos, por lo que difiere del que es preparado para el Boletín Salesiano, por ello creemos que debe ser realizado por alguien que tenga capacitación específica en este tema y que además tenga algún tipo de vinculación con la Obra o la Iglesia Católica a los efectos que la mirada no sea típicamente comercial. En nuestro caso esto lo hemos resuelto contratando un redactor externo que cumple estos requisitos al cual le pagamos por pieza que realiza.

- Además de disponer de todo esto hay que estar preparado para poder administrar el flujo de fondos, donaciones y contactos que generará una Procura. Es indispensable que se puedan responder todas las preguntas que originarán los contactos, y agradecer cada una de las donaciones recibidas.
- A los efectos de recibir las donaciones deben encontrarse disponibles la mayor cantidad posible de canales por medio de los cuales los donantes nos puedan remitir los fondos. Estos pueden ser:
 - ▶ Tarjetas de Crédito.
 - ▶ Depósitos Bancarios.
 - ▶ Empresas que realizan cobros de servicios.
 - ▶ Transferencias bancarias.
 - ▶ Respuestas postales.

Habrà que identificar las posibilidades y límites que cada uno de estos canales representa. Es aconsejable desalentar la remesa de dinero en efectivo por vía postal ya que la posibilidad de sustracción del mismo es alta como así también la bancarización de los fondos nos dará una mayor transparencia y prolijidad en el manejo de los mismos.

- Luego de este primer análisis, que pueda llevar al menos un año, realizar un plan de acción y presupuesto mínimo de 2 ó 3 años, de modo de obtener los parámetros de funcionamiento de la Procura y dimensionar la real capacidad de generación de recursos y visibilidad para la Obra.

- Terminado este primer período, es conveniente realizar una evaluación integral del funcionamiento, para detectar las fortalezas y debilidades, a la vez que identificar las oportunidades existentes, y así ya armar un segundo plan de trabajo en base a la información reunida en la primera etapa de puesta en marcha.

3. ALGUNOS PUNTOS CLAVE

- Tener en cuenta que es una actividad que exige una cierta inversión y que la velocidad de crecimiento (fondos que genera una Procura) estará de acuerdo a la misma.
- Asimismo es muy importante no elevar los costes fijos de la Procura ya que cualquier situación económica externa a la Procura puede comprometer la “salud financiera” de la misma.
- Tiene un límite en cuanto a la cantidad de donantes que se pueden generar. El mismo está dado por la siguiente fórmula: Población Objetivo x % de respuesta a nuestro mensaje de pedido.
- “Población Objetivo” es el universo de personas a los cuales podemos dirigirnos y % de respuesta a la cantidad de personas integrantes de esta población que responden afirmativamente a nuestro requerimiento. Este porcentaje en nuestra Procura es del 1%, es decir debemos enviar cien cartas para obtener un donante.
- A los efectos de encontrar una Población Objetivo se debe tener particular cuidado en no infringir la normativa de cada país relativa a la gestión de datos personales. En Argentina, utilizamos la Guía Telefónica ya que de acuerdo a nuestras leyes es información pública y representa una población que por el hecho de disponer una línea telefónica posee un mínimo de capacidad económica a los efectos de realizar una donación.

- La única forma de determinar cuál es el porcentaje de respuesta a nuestros requerimientos es por medio de testeos. Por estos testeos podemos probar la capacidad de generar donaciones de nuestras cartas, tanto de prospección, como de pedido, y la capacidad de gestionar la recepción de los fondos y la comunicación con los donantes. Generalmente se entiende que la cantidad mínima de cartas a despachar a una población objetivo para un testeo es de seis mil. Una cantidad menor no brinda resultados estadísticamente válidos.
- Si se puede contar con un sitio web que apoye la actividad es muy conveniente.
- Referido al mínimo de equipamiento y gestión interna de la Procura, para comenzar a realizar testeos bastará con una computadora personal con el paquete MS Office o similar instalado, una impresora láser y un empleado capacitado en el uso de este tipo de programas.
- Hay que tener en cuenta que esto es lo mínimo para comenzar. Si las cosas funcionan correctamente, es inevitable en el mediano plazo disponer de un programa informático específico para la gestión de los donantes y las donaciones.
- Es conveniente que, luego de una primera etapa de inversión, la actividad de la Procura sea solventada por la propia Procura, de modo de no depender de los vaivenes institucionales a la hora de pensar en el funcionamiento, desarrollo y crecimiento de la misma, y así ganar en la autonomía básica necesaria.

4. RESPECTO A LOS DISTINTOS PERIODOS DEL AÑO

Hay dos instancias marcadamente definidas, siendo 1998 un cambio de rumbo en la metodología de trabajo de la Procura.

En el periodo anterior a 1998 no se realizaban campañas de captación de fondos en el sentido que actualmente le damos a las mismas. No existían los medios técnicos para realizarlas. Los fondos que se

recaudaban llegaban por donaciones de personas piadosas como la Junta de Cooperadores y otros grupos que ayudan a la Obra de Don Bosco.

Como se ve eran muy pocos los bienhechores con los cuales se tenía contacto ya que las relación era personal del Procurador con los mismos.

Del 98 en adelante tenemos:

- a) 1998 – 2003 un periodo de 5 años con un bajo crecimiento. Esto se debió a dos factores: La crisis económica de la Argentina y el hecho que la Procura no recibió ningún aporte externo para su trabajo, razón por la cual los excedentes destinados a crecimiento fueron modestos.
- b) 2004 – 2006 un periodo de 3 años en el cual se trató de adaptar la metodología utilizada por las Procuras europeas a las características del medio local.
- c) 2007 – un periodo de seis años donde se priorizó el crecimiento de la Procura volcando todo los recursos materiales disponibles hacia este objetivo.

Es importante destacar que los tiempos se acortan si se realiza una inversión de capital inicial que aquí no fue realizada.

Respecto a lo anterior a 1998 no tenemos datos. La casa estuvo cerrada un tiempo (1997) por un hecho delictivo que le costó la vida al Padre Juan Cabiale. Lo que recuerdo (a título personal) era que se realizaban gestiones ante entes públicos y privados a requerimiento de la Inspección, en aquella época ABB.

El comienzo del Fundraising se dio con el nombramiento del Padre Emiliano Aparicio como Procurador. Él fue el gran impulsor de esta actividad y quien dio "el puntapié inicial". Esto fue consensuado y apoyado desde la Inspección ABB, aunque no realizó aporte monetario alguno.

Respecto a la capacitación que recibimos, básicamente consistió en mostrarnos como realizaban la actividad, responder todas las dudas que se nos planteaban. Para ser más concreto, me senté personalmente con cada empleado de la Procura de Turín a fin que me cuente cuál era su trabajo y cómo lo desarrollaba. También el fallecido P. Ramón Gutiérrez de la Procura de Madrid me brindó muy buenos consejos y sobretodo nos dio parámetros (% de respuesta, costos etc.) para poder medir la actividad.

Otra fuente muy importante fue compartir los encuentros de Procuras que nos dan una idea de cómo marcha la actividad.

DON BOSCO MISSION: NUEVAS RELACIONES CON LOS DONANTES, FORMACIÓN DEL EQUIPO Y RELACIÓN ENTRE LA PROCURA Y LA ONG

P. CLEMENS SCHLIERMANN SDB, PROCURADOR DON BOSCO MISSION BONN
SR. CHRISTIAN OSTERHAUS, DIRECTOR DE LA ONG DON BOSCO MONDO
D. NELSON PENEDO, VICE-PROCURADOR DE DON BOSCO MISSION

1. EL ESTATUTO DE DON BOSCO MISSION

- Definición
 - Establecida bajo el Derecho Canónico como una Procura Misionera Internacional (March 3, 1969).
 - Don Bosco Mission es el centro de coordinación alemán para los proyectos de ayuda a nivel mundial, implementados por los Salesianos Don Bosco.
- Objetivo general
 - Llamar la atención de la iglesia y de la sociedad hacia las tareas mundiales de los Salesianos de Don Bosco y fomentar y apoyar estas tareas.

ÁMBITO DE TRABAJO

- Información y educación de cara al público.
 - En consideración de la situación desesperada de muchos jóvenes en todo el mundo.
 - Acerca de las necesidades de la iglesia a nivel mundial y de las actividades de los SDB.

CAPÍTULO II

- Apoyo al trabajo de los SDB a favor de los jóvenes a través de patrocinios, adquisición de fondos y educación pública.
- Fomento de las vocaciones.
- Proyectos de voluntariado como parte de la pastoral juvenil de la Inspectoría de Alemania.
- Generación y difusión de material pedagógico y de los medios para la pastoral juvenil y la orientación espiritual, formación y educación de los jóvenes en Alemania.

2. FUERTE ENFOQUE EN LA RECAUDACIÓN DE FONDOS

- Tratamos de maximizar el apoyo a proyectos de misión aumentando nuestra profesionalidad y siguiendo un enfoque “tradicional” para recaudar fondos.
- Según nuestras estadísticas, tuvimos éxito.

3. PERO...

- En busca de nuevas oportunidades en nuestras relaciones públicas, perdimos nuestro perfil específico pudiendo ser confundidos con otras organizaciones.
- En nuestra cultura corporativa, hemos tenido que luchar contra la “trampa de la profesionalización”:
 - El exceso de profesionalismo puede convertirnos en “fríos” y tecnocráticos.
 - Necesitamos profesionales con alta identificación con los valores de la iglesia y Don Bosco.

4. NECESIDAD DE NUEVAS ESTRATEGIAS (1)

- Debido a la evolución del entorno económico y social en Alemania, tuvimos que cambiar nuestras estrategias:
 - La sociedad alemana es cada vez más secular: la Iglesia como estructura disminuye; la gente no entiende lo que es una "Procura".
 - Cambio en la estructura demográfica de la sociedad alemana: la recaudación de fondos tradicional estaba dirigida a fieles que se hicieron ancianos. Las generaciones jóvenes tienen un enfoque distinto hacia la Iglesia y distintas motivaciones para donar.

5. NECESIDAD DE NUEVAS ESTRATEGIAS (2)

- La Inspectoría Salesiana Alemana tiene menos Hermanos: Cómo experimentar Don Bosco en Alemania con menos salesianos y menos actividades salesianas?
- Mayor competición: El número de organizaciones que recaudan fondos aumenta. Son cada día más eficientes (internet). Hay más organizaciones asociadas con los SDB (por ejemplo Childaid Network).

6. COOPERACIÓN DON BOSCO MISSION – JDW/DON BOSCO MONDO

- ¿Por qué existen dos estructuras idénticas en un mismo lugar haciendo lo mismo?
- ¿Cuál es la diferencia (si la hay)?
- Dentro de esta crisis latente de identidad, Jugend Dritte Welt sufrió una "crisis operativa" (2009).
 - ¡Tuvimos que reflexionar sobre nuestras estructuras y estrategias!

7. EMPEZANDO DE NUEVO...

- Don Bosco Mission está ahora redefiniendo su misión y sus objetivos como organización:
 - Partiendo de Don Bosco.

8. PARTIENDO DE DON BOSCO

- Somos una Casa Don Bosco:
 - El oratorio es el prototipo de toda obra salesiana: “un hogar, una escuela, una iglesia y un parque para jugar”.

9. PREGUNTAS CLAVES

- ¿Dónde se encuentran estas características esenciales en Don Bosco Mission?
- ¿Qué contribuye a nuestro concepto de nosotros mismos?
- ¿Cómo relacionarnos con nuestros grupos meta, los diferentes actores, el público?
- ¿Cómo organización, cuál es nuestro valor añadido?
- ¿Cómo podemos garantizar la sostenibilidad de Don Bosco Mission?
- ¿Cuáles son los sentimientos de las personas que colaboran con nosotros?

10. PARTIENDO DE DON BOSCO

- Usamos nuestra identidad salesiana como punto de referencia para las estrategias de organización.

- Prestando especial atención a toda la Congregación y a la integridad de la obra social y pastoral.
- Incrementando nuestra cooperación con las obras de la Inspección de Alemania.
- Fue muy útil promover Don Bosco Mission y nuestro trabajo como una “marca” y un “producto”.

11. IDENTIDAD SALESIANA Y RECAUDACIÓN DE FONDOS

- No nos dirigimos a la gente porque queremos su dinero.
- Nos dirigimos a la gente porque es parte de nuestra misión.
- Así que partimos de la pregunta: ¿qué es lo que necesitan?
- Con la integración de los donantes y de los benefactores en nuestro enfoque pastoral, los mismos se convierten en parte de nuestro carisma, de nuestra misión y – en términos de recaudación de fondos – incrementamos la identificación emocional de los donantes, su lealtad y su compromiso.

12. RECAUDACIÓN DE FONDOS EFICIENTE Y SALESIANA

- Educar evangelizando y evangelizar educando.
- “Evangelizar ganando donantes y ganar donantes evangelizando”.

13. FORMACIÓN DEL PERSONAL

- El número de hermanos en GER está disminuyendo.
- Las obras en GER dependen mucho de laicos.
- Don Bosco Mission: “Somos una Casa Salesiana.”

- El personal de la Procura Misionera debería ser reconocido como personal con espíritu salesiano. ¿Cómo garantizar el “ADN de Don Bosco” (el genotipo)? ¿Cómo hacer para que se perciba?
 - Reflexionando sobre los valores fundamentales.
 - Dar a conocer Don Bosco al Personal.
 - Capacitación del Personal.
 - Implantar elementos típicos de Don Bosco en la práctica diaria.

14. REFLEXIONANDO SOBRE LOS VALORES FUNDAMENTALES

- Motivación del personal y creación de un equipo, especialmente con la comunidad SDB.
- Salida de la crisis de identidad.
- Marketing y recaudación de fondos.
- Orientación para cooperaciones: ¿Quién y qué encaja?

15. DAR A CONOCER DON BOSCO AL PERSONAL

- Excursiones anuales a otras comunidades y obras salesianas en Alemania, Bélgica y Países Bajos.
- Visitas a Turín, Roma (hasta ahora, solamente algunos miembros del personal).
- Visitas a proyectos: en particular el personal del Departamento de Proyectos; se planea involucrar a otro personal en estas visitas.
- Encuentros con misioneros.

16. CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

- Cursos de introducción para todo el personal nuevo.
- “Mezclar” el personal de diferentes obras
 - Introduciendo...
 - La historia de la Congregación y de Don Bosco.
 - Quién era Don Bosco.
 - Espiritualidad.
 - Pedagogía.

17. IMPLANTACIÓN DE ELEMENTOS TÍPICOS DE DON BOSCO EN LA PRÁCTICA DIARIA

- Oraciones comunes.
- Encuentros de oración (quincenales): el personal prepara y presenta temas espirituales para reflexionar en equipo.
- Don Bosco Fórum.

DON BOSCO MONDO (ONG)	DON BOSCO MISSION (PROCURA MISIONERA)
ACTÚA COMO UNA ONG Y PARTE DE LA SOCIEDAD CIVIL	ACTÚA COMO PARTE DE LA CONGREGACIÓN Y DE LA IGLESIA
ENFOCADO HACIA LOS SOCIOS - EN GOBIERNOS - ENTRE LOS CRISTIANOS - INSTITUCIONES QUE DUDAN EN COOPERAR CON LA IGLESIA	ENFOCADO HACIA LOS SOCIOS - EN LA IGLESIA - ENTRE LOS CRISTIANOS - INDIVIDUALES, ORGANIZACIONES E INSTITUCIONES QUE ACCEPTAN LOS VALORES CRISTIANOS
LAS DIRECTRICES DE LA CONGREGACIÓN SON UNA GUÍA	SIGUEN LAS DIRECTRICES DEL DICASTERIO PARA LAS MISIONES Y DEL CONSEJO INSPECTORIAL GER
APOYA LAS ESTRUCTURAS DE LA CONGREGACIÓN	TRABAJA DENTRO DE LAS ESTRUCTURAS DE LA CONGREGACIÓN SALESIANA
APOYA PROYECTOS ORIENTADOS A LA EDUCACIÓN	APOYA PROYECTOS ORIENTADOS A LA EDUCACIÓN Y PROYECTOS ORIENTADOS A LA “MISIÓN/IGLESIA”

Sinergias entre Don Bosco Mondo y Don Bosco Mission

- Transferencia de conocimientos en todas las actividades: administrativa, captación de fondos, etc.
- Uso compartido de las instalaciones: oficinas, bases de datos, iglesia, comedor...
- Base de datos común de proyectos solicitados y de actividades.
- "Competiendo" por las mejores prácticas (acelerando la curva de aprendizaje).

Buenas prácticas – historias exitosas de sinergia

- Ambas organizaciones crecen simultáneamente.
- El apoyo económico de ambas organizaciones para el mundo Salesiano está aumentando.
- Apoyo activo mutuo a través de una buena gestión de contacto.

Potenciales amenazas a la sinergia de DB Mondo y DB Mission

- Descompensación de la cooperación/intercambio.
- Demasiada rivalidad.
- Conflictos entre las personas que lideran los equipos.
- Falta de coordinación.
- Que DB Mondo sea tratada como un 'intruso' por la Congregación (no pertenece a nosotros).
- Que DB Mission sea limitada por la rápida contracción del "núcleo de la comunidad" de Católicos.

PROCURAS MISIONERAS INSPECTORIALES
AL SERVICIO DEL CARISMA SALESIANO

CAPÍTULO III.

CAMINO HASTA EL 2015



SEMINARIO

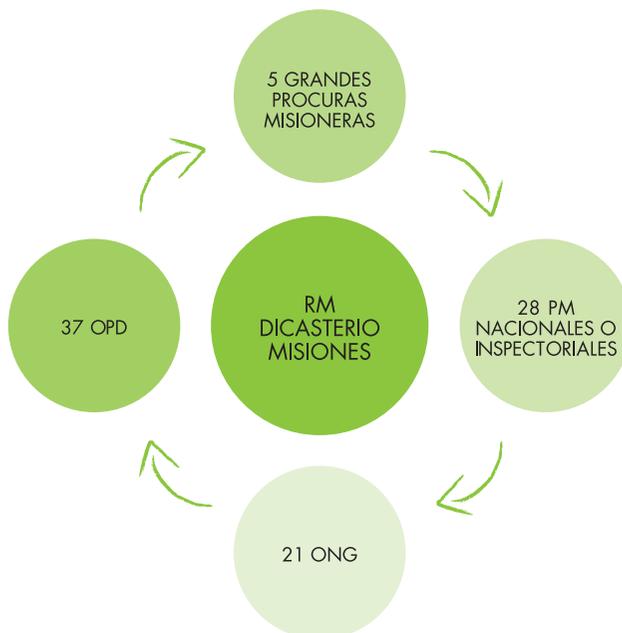
BONN 26-28 NOVIEMBRE 2012

COMENZANDO UNA NUEVA PROCURA MISIONERA

P. STANISLAW RAFALKO, DICASTERIO DE MISIONES

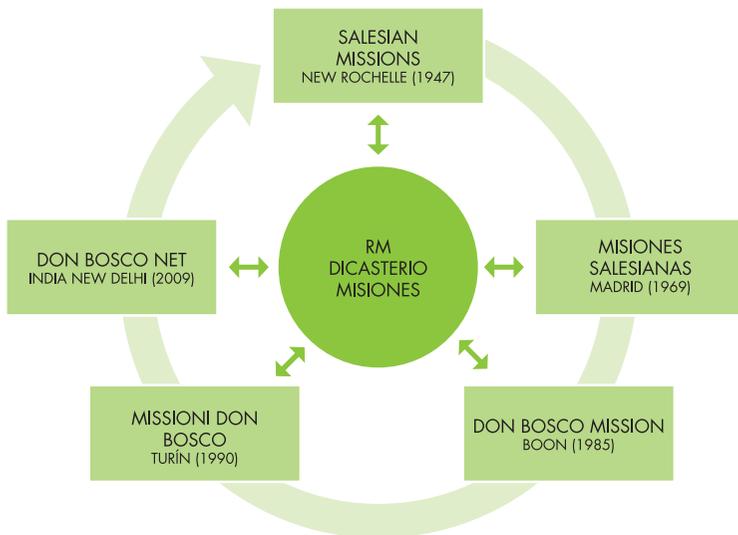
1. LA PROCURA EN EL CONTEXTO DE LA SOLIDARIDAD MISIONERA SALESIANA (SMS)

Son varias las organizaciones, instituciones y asociaciones salesianas que apoyan el trabajo misionero de Don Bosco en el mundo.



5 GRANDES PROCURAS MISIONERAS (G 5) REG. 24

- Para apoyar la acción misionera, el Rector Mayor, con el consentimiento de su Consejo y de acuerdo con el inspector local puede establecer Procuras de ámbito general para toda la Congregación.
- Su organización y funcionamiento dependerán del Inspector o Inspectores en cuya circunscripción actúa la Procura, previo convenio con el Rector Mayor y de acuerdo con el Consejero General para las Misiones.
- Reuniones anuales de coordinación:
 - intercambio de las experiencias, reflexión sobre SMS, sobre las nuevas técnicas y políticas de recaudación de fondos,
 - sobre los proyectos en curso,
 - emergencias,
 - desafíos,
 - etc.



3 PROCURAS NACIONALES

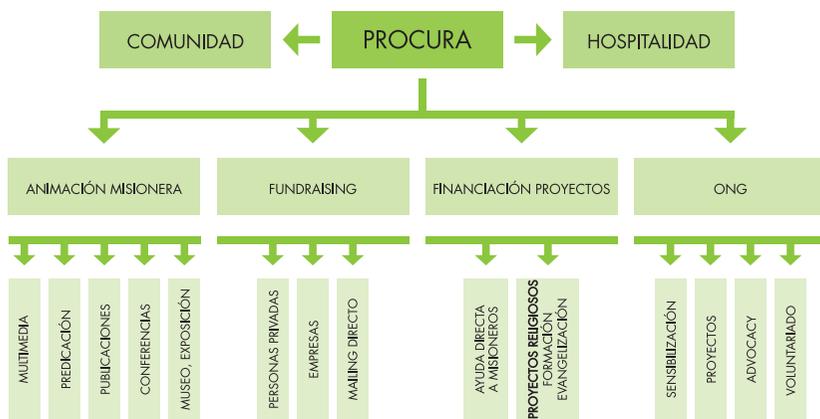
- Son tres las Procuras Nacionales (interinspectoriales) constituidas y dependen de los Inspectores de la zona en las que operan:
 - ARS - Buenos Aires: Obra de Don Bosco
 - BSP- Brasilia: Ufficio della CISBRASIL
 - PLE – Warszawa: Salezja ski O rodek Misyjny – SOM

25 PROCURAS MISIONERAS INSPECTORIALES – NATURALEZA

- La Procura Misionera Inspectorial es una agencia de la Inspección, constituida por el Inspector competente con el consentimiento de su Consejo y de acuerdo con el Consejero General para las Misiones, cuya finalidad es apoyar las actividades misioneras. Su organización y funcionamiento dependen de Inspector. (cf. art. 24).

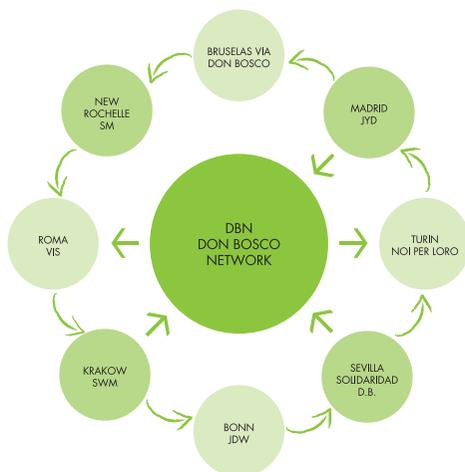
AET	ETIOPÍA	ADDIS ABEBA	MISSION OFFICE
AFC	CONGO REP. DEM.	LUBUMBASHI	MISSION OFFICE
AFE	SUDAN	KHARTUM	MISSION OFFICE
AFE	KENIA	NAIROBI	MISSION OFFICE
AFM	SUDAFRICA	JOHANNESBURG	SALESIAN MISSIONS SUTHERN AFRICA
AFW	GHANA	ASHAMAN	STARTING MISSION OFFICE
ATE	CAMEROUN	YAOUNDÉ	STARTING MISSION OFFICE
AUL	AUSTRALIA	ASCOT VALE	AUSTRALIAN SALESIAN MISSION OVERSEAS AID FUND
AUS	AUSTRIA	WIEN	MISSION OFFICE
BBH	BRAZIL	BELO HORIZONTE	STARTING MISSION OFFICE
BEN	BELGIUM	BOORTMEERBEEK	MISSIEPROCUUR
BEN	HOLANDA	SOEST	MISSIEPROCUUR DON BOSCO
CEP	REP. CECA	PRAGA	SADB (ONG) SALESIÁNSKÁ ASOCIACE DONA BOSKA
FIN	FILIPINE	MAKATI CITY	MISSION OFFICE
GBR	INGLATERRA	LONDON	DON BOSCO MISSION OFFICE
GER	SVIZZERA	BEROMUNSTER	DON BOSCO JUGENDHILFE LATEINAMERIKA
ILE	SVIZZERA	LUGANO	PROCURA DON BOSCO
INB	INDIA	MUMBAI	SALESIAN MISSION OFFICE
IND	INDIA	DIMAPUR	MISSION OFFICE
INK	INDIA	BANGALORE	MISSION OFFICE
IRL	IRLANDA	PALLASKENRY	MISSION OFFICE
KOR	KOREA	SEOUL	STARTING MISSION OFFICE
PER	PERU	LIMA	FUNDACION DON BOSCO
SLK	SLOVACCHIA	BRATISLAVA	SAVIO (ONG)
SUE	CANADA	MONTREAL	MISSION OFFICE

ORGANIGRAMA DE UNA PROCURA MISIONERA)



2. DBN – DON BOSCO NETWORK (8 ONG)

- Realiza sistemáticamente dos reuniones al año.
- Staff training. formación del personal.
- Intercambio de información sobre eventos, proyectos...
- Cuida de la dimensión salesiana de la ONG.



LAS OTRAS 12 ONGS DE DESARROLLO SALESIANAS

AFW	GHANA	ASHAIMAN	DBIN - DON BOSCO YOUTH NETWORK-WEST AFRICA
AUS	AUSTRIA	VIENA	JUGEND EINE WELT
BEN	HOLANDA	AMSTERDAM	SAMEN
CEP	REP. CHECA	PRAGA	SADBA - SALESIANSKA ASOCIACE DONA BOSKA
ECU	ECUADOR	QUITO	CONSULTORA DON BOSCO
GER	SUIZA	JUHILA	JUHILA
INK	INDIA	BANGALORE	BREADS
INN	INDIA	NUEVA DELHI	BOSCO NET INDIA
PER	PERÚ	LIMA	FUNDACION DON BOSCO
POR	PORTUGAL	LISBOA	FUNDAÇÃO D. BOSCO PROJECTO VIDA
SBA	ESPAÑA	BARCELONA	VOLS- VOLUNTARIAT SOLIDARI
SLK	SLOVAQUIA	BRATISLAVA	SAVIO - SLOVAK ACTIVITY VOLUNTEER INTERNATIONAL ORGANIZATION

3. ORGANIGRAMA DE UNA ONG SALESIANA DE DESARROLLO



4. OPD – OFICINAS DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO

AFRICA - 8		
AET	ETIOPÍA ERITREA	ADDIS ABEBA
AFC	CONGO	LUBUMBASHI
AFM	SOUTH AFRICA	JOHANERBURGO
AFE	KENIA	NAIROBI
AFO	COSTA DE MARFIL	ABIDJAN
AFW	GHANA	ASHAIMAN
MOZ	MOZAMBIQUE	MAPUTO
ZMB	ZAMBIA	LUSAKA
POR	PORTUGAL	LISBOA
SBA	ESPAÑA	BARCELONA
SLK	ESLOVAQUIA	BRATISLAVA

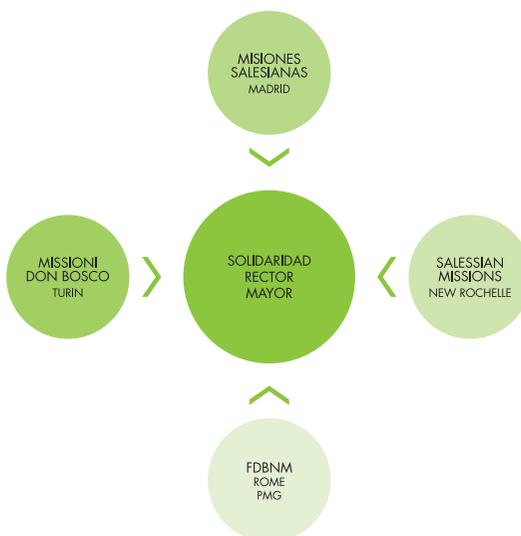
AMERICA - 12		
ANT	REP. DOMINICANA	STO. DOMINGO
ARN	ARGENTINA	CÓRDOBA
ARS	ARGENTINA	BUENOS AIRES
BOL	BOLIVIA	LA PAZ
CAM	GUATEMALA	GUATEMALA
COB	COLOMBIA	BOGOTÁ
HAI	HAITÍ	PUERTO PRÍNCIPE
MEG	MÉXICO	GUADALAJARA
MEM	MÉXICO	MÉXICO
PER	PERÚ	LIMA
PAR	PARAGUAY	ASUNCIÓN
VEN	VENEZUELA	CARACAS

ASIA EST -6		
AUL	AUSTRALIA	ASCOT VALE
FIN	FILIPINAS - NORTE	MAKATI
FIS	FILIPINAS - SUR	CEBU
ITM	INDONESIA	
MYM	MYANMAR	YANGON
VIE	VIETNAM	

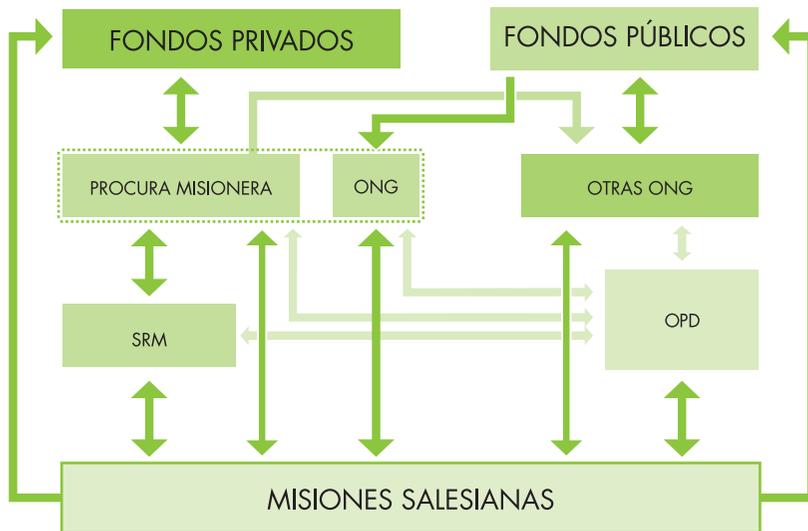
	ASIA SUD - 11	
INB	INDIA	BANGALORE
INC	INDIA	CALCUTA
IND	INDIA	DIMAPUR
ING	INDIA	GAWAHATI
INH	INDIA	HYDERABAD
INK	INDIA	BANGALORE
INM	INDIA	MADRÁS
INN	INDIA	NUEVA DELHI
INT	INDIA	TIRUCHY
INP	INDIA	ODXEL
LKC	SRI LANKA	NEGOMBO

5. SOLIDARIDAD DEL RECTOR MAYOR (SRM)

- RM apoya diferentes necesidades de las Inspectorías.
- Los fondos son enviados directamente por las Procuras.
- Los fondos se distribuyen dos veces al año (junio y diciembre).
- La elaboración de la distribución está en la base de datos a la cual se podrá acceder on line.

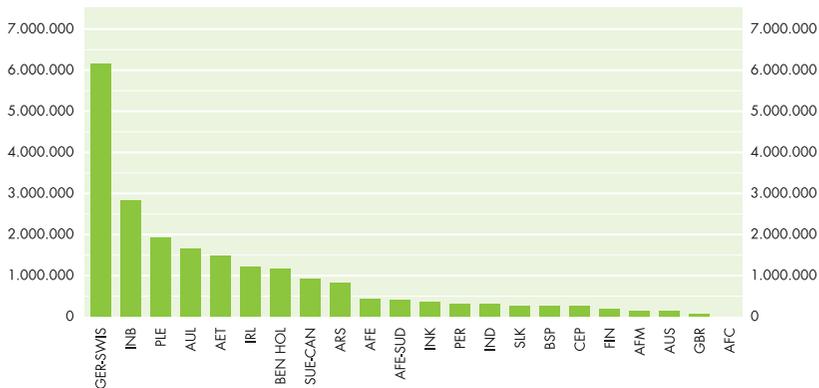


ESTRATEGIA DE ACTUACIÓN EN LA SMS

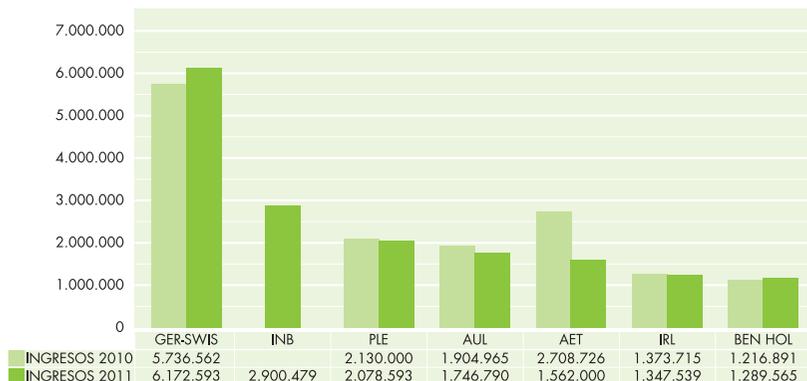


ALGUNOS DATOS SOBRE LA SITUACIÓN DE LAS PM INSPECTORIALES EN 2011

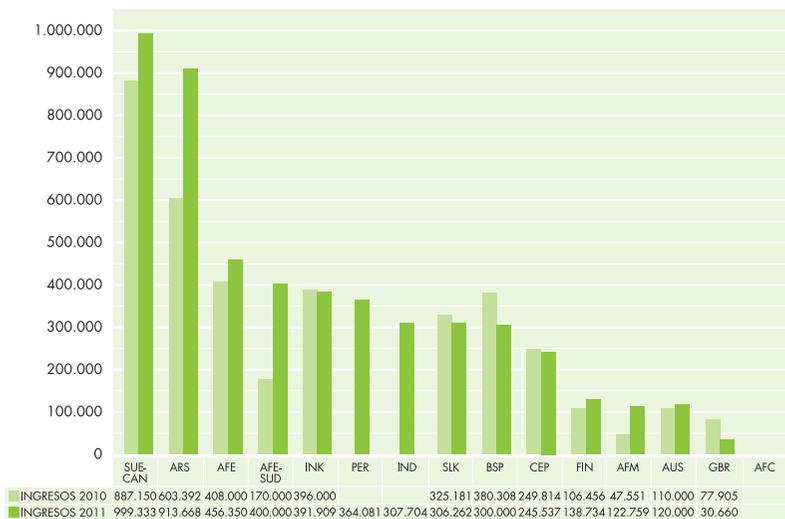
INGRESOS 2011: 22 PROCURAS



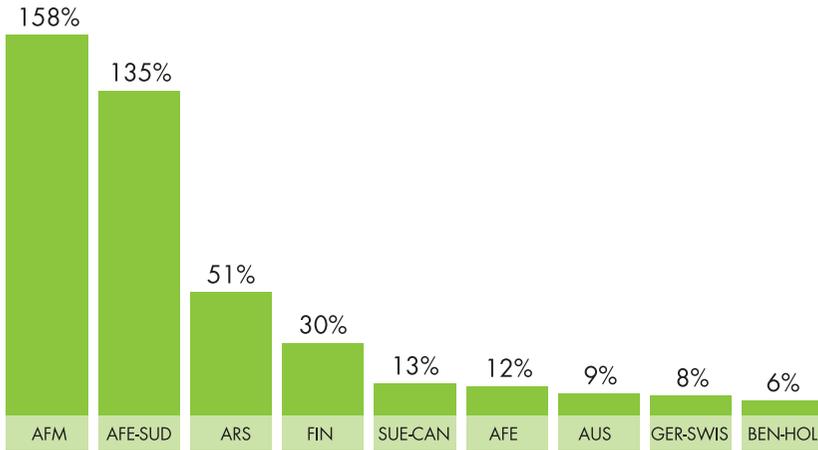
INGRESOS 2010/2011 6 PM MÁS DE 1 MILLÓN DE EUROS



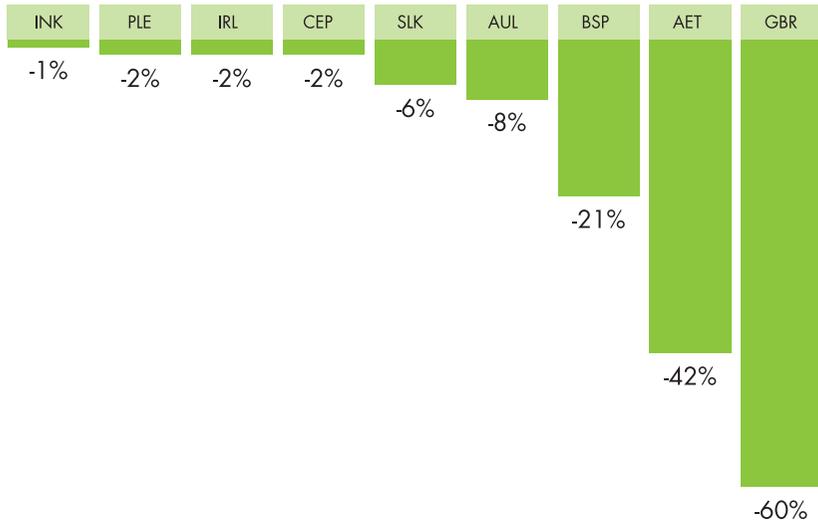
INGRESOS 2010/2011 15PM MENOS DE 1 MILLÓN DE EUROS



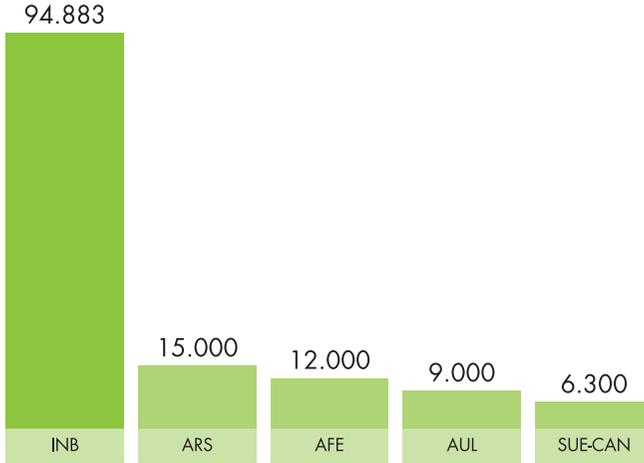
AUMENTO 2010/2011



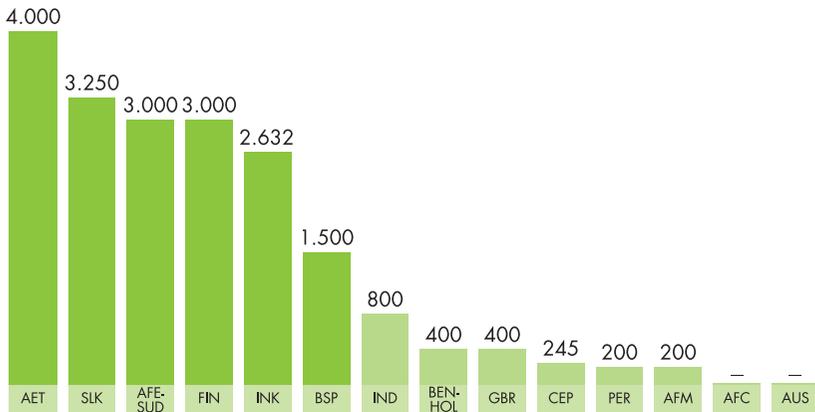
DESCENSO 2010/2011



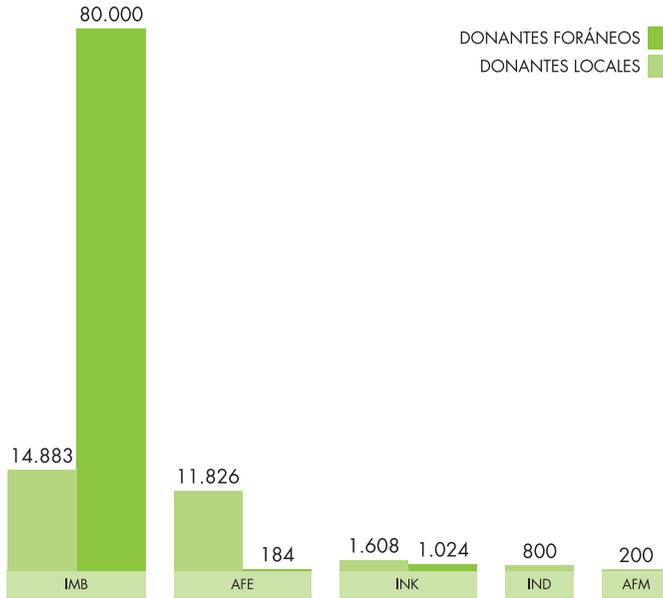
DONANTES ACTIVOS: MÁS DE 5.000



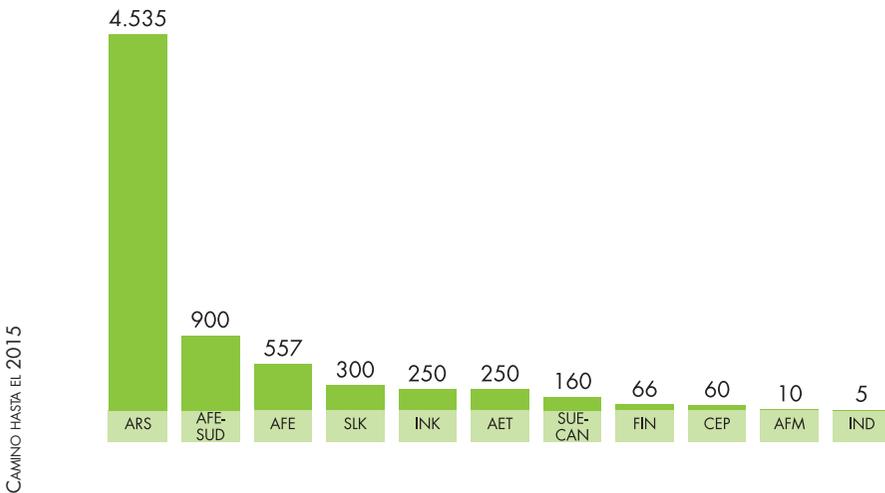
DONANTES ACTIVOS: MENOS DE 5.000



DONANTES FORÁNEOS Y LOCALES

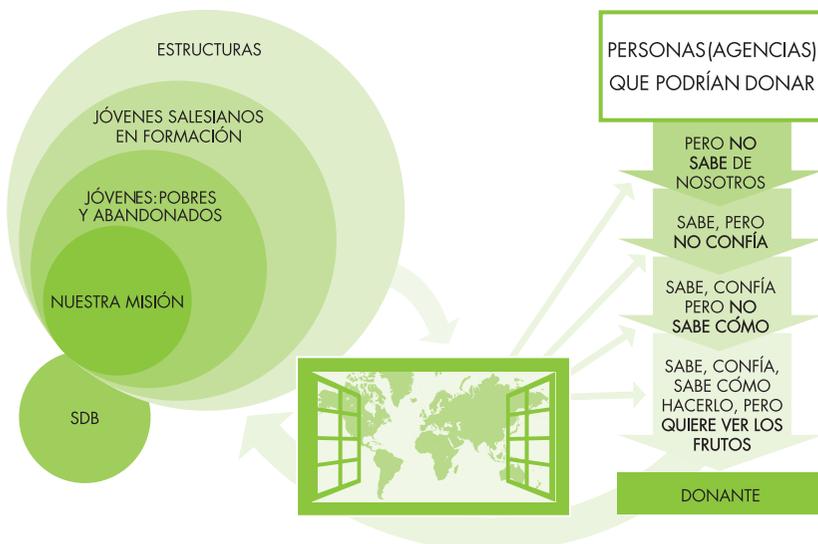


NUEVOS DONANTES EN 2011



6. ALGUNAS INDICACIONES PARA CONSTITUIR (O REINICIAR) UNA NUEVA PM INSPECTORIAL

¿PARA QUE una nueva Procura Misionera? La Procura Misionera no es una fábrica de dineros para los Salesianos, sino una institución a servicio de la evangelización y de la promoción humana.



La rica experiencia de la Congregación nos dice, que los organismos más eficaces son:

- para los fondos privados – Procura Misionera.
- para los fondos públicos – ONG.



7. ¿CÓMO INICIAR O REINICIAR UNA NUEVA PROCURA MISIONERA?

(según las aportaciones realizadas por AFE-SUD; AFW; ARS; AUL; AUS; BEN-HOL; BMA; BPA; PER)

7.1. CONSTITUCIÓN: INSPECTORIAL

Para instituir una Procura Misionera Inspectorial con el objetivo de apoyar la actividad misionera de la Inspectoría o fuera de la Inspectoría, es competencia del Inspector con el consentimiento de su Consejo, de acuerdo con el Consejero General para las Misiones. (cfr. Reglamentos SDB, art. 24)

- a) **Destino:** dos tipos de PM en relación con el objetivo de la ayuda.



- b) **Apoyo:** en caso de necesidad el Consejero para las Misiones y el Ecónomo General en colaboración con otras Procuras que funcionan bien pueden ofrecer ayuda técnica y económica para la organización y acompañamiento durante el primer periodo de funcionamiento.
- c) **Procurador:** Nombramiento de un salesiano - director de la Procura. Es importante que sea un hermano con:
- mentalidad abierta y atrevido.
 - capaz de soñar y llevar a la práctica lo que sueña.
- d) Los compañeros **laicos** en la misión:
- al comienzo un empleado laico.
 - y una agencia de asesoramiento profesional en el fundraising.

- e) **De forma progresiva:** se aconseja para el comienzo un desarrollo progresivo, utilizando las estructuras inspectoriales ya existentes para evitar grandes estructuras y excesivos gastos administrativos.

7.2. CONOCIMIENTO Y ANÁLISIS DE LA REALIDAD LOCAL:

Al comienzo, es importante conocer y analizar bien la realidad a nivel nacional e Inspectorial:

- La situación general de la economía.
- El clima para la recaudación de fondos.
- Las cuestiones delicadas.
- Las competencias de otros grupos (eclesiásticos y no) que intervienen en la recaudación de fondos.
- ¿Qué empresas de marketing directo podrían acompañar a nivel profesional a la nueva Procura?
- ¿Cuáles son las posibilidades legales, respetando las leyes de la privacidad, para adquirir listas de direcciones?
- ¿Qué experiencias de fundraising han sido llevadas adelante por los Salesianos de la Inspectoría en el pasado?
- El conocimiento del sistema bancario y postal.

7.3. PREPARAR LISTAS DE DIRECCIONES: 5 PUNTOS DE REFERENCIA

1. Personas físicas:
 - ▶ Direcciones de Antiguos Alumnos de Don Bosco.
 - ▶ Direcciones de estudiantes en Don Bosco y de los padres de nuestros estudiantes.
 - ▶ Otras que se encuentren en listas de direcciones en el mercado.

2. Empresas: direcciones de algunas empresas que conectaron con nuestras instituciones o que están dispuestas a ayudarnos.
3. Entidades públicas (ONG).
4. Asociaciones / Fundaciones civiles.
5. Instituciones eclesiales.

BASE DE DATOS: Buscar una base de datos adecuada (software que garantice una mínima capacidad de administrar las direcciones de los donadores y registrar las ofertas)

7.4. SELECCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE LA RECAUDACIÓN DE FONDOS

- ▶ Mailing Directo tradicional por correo.
- ▶ Inserciones o publicidades en periódicos y revistas.
- ▶ Publicaciones y revistas.
- ▶ Animación Misionera y exposiciones.
- ▶ Radio, TV.
- ▶ Teléfono o telemarketing.
- ▶ Organización de eventos especiales (rifas, conciertos,...).
- ▶ Internet y e-fundralising.

Website Internet: preparar un adecuado sitio web, que sea ventana del trabajo salesiano y misionero al mundo y al mismo tiempo se convierta en un instrumento de fundraising para las necesidades misioneras.

Participación de los misioneros en la animación misionera: está bien vista la colaboración con los misioneros de la misma Inspectoría, invitándolos a comprometerse en la comunicación escrita, registrada, publicada, o también con predicación en las parroquias, promoviendo los proyectos propuestos por la Procura.

La profesionalidad y la pobreza: en la impresión de cartas, circulares, carteles y otras publicaciones y productos es importante la profesionalidad y al mismo tiempo el testimonio de nuestra pobreza.

7.5. LA TOMA DE DECISIONES: CAMPAÑAS DE MARKETIG DIRECTO

- a) **Metodología de pequeños pasos.** Al principio se aconseja empezar campañas de pocos costes localizando los mercados más abiertos y disponibles, aprendiendo en el camino.
- b) **Campañas masivas.** Si es posible desde el punto de vista económico podemos lanzar ya desde el principio las campañas masivas. Las direcciones pueden ser buscadas, en algunos países, a través de empresas de marketing directo.
- c) **Evaluación de resultados.** Prueba y vuelva a probar hasta encontrar las herramientas y los métodos más eficaces, y reinicia.



LAS NECESIDADES PARA LA FORMACIÓN SALESIANA. DOCUMENTO DE TRABAJO

P. VACLAV KLEMENT, SDB, CONSEJERO GENERAL DE MISIONES
D. JEAN PAUL MULLER, SDB, ECÓNOMO GENERAL

La permanente reflexión sobre este tema se inició en la sesión de verano del Consejo General en Roma (Junio - Julio 2012). Gracias a las reflexiones - aportaciones por las 10 Inspectorías (comentarios, sugerencias...) puedo presentar hoy una versión mejor articulada del Documento de Trabajo.

NB: Las aportaciones realizadas desde las Inspectorías figuran en cursiva en el Documento de Trabajo.

1. PLANTEAMIENTO PRELIMINAR

1. Cada año mediante la distribución del Rector Mayor cuatro millones de euros son enviados directamente para el apoyo de las necesidades de formación en las Inspectorías. Esta cantidad es suministrada por una única Procura Misionera.

Tener una única fuente para estos fondos es una situación extremadamente peligrosa.

2. En algunas de las Inspectorías más jóvenes debido a la falta de fuentes de financiación aplican criterios muy estrictos en las primeras fases de la formación inicial (África, Asia...) La conciencia sobre la corresponsabilidad de los países más ricos donde se encuentran los Salesianos podría ayudar también a su testimonio radical de vida evangélica.

Las Inspectorías sin posibilidades de financiación deberían prepararse para el "desastre", ya que si la mayoría del presupuesto fuera a la formación no podrían dar respuesta a otras necesidades, como a los gastos de la pastoral juvenil, de la salud de los hermanos, el mantenimiento de las casas, la mejora del equipamiento de los centros educativos...

3. La geografía actual de la Vida Consagrada (nosotros, SDB, no somos una excepción) confirma que en las regiones ricas en vocaciones suele haber problemas con las fuentes de financiación y viceversa, en los países ricos económicamente, las vocaciones son menores. Esto abre una oportunidad maravillosa para ambos ambientes de la Congregación Salesiana (hermanamiento, animación mutua y educación en valores).

El "hermanamiento" es ahora una opción establecida en otras Congregaciones e instituciones privadas entre los países desarrollados y aquellos en vías de desarrollo.

En nuestra Región (África) no tenemos ningún "hermanamiento" con otras Inspectorías "más ricas", pero creo que ayudaría mucho comenzar a trabajar en ello. Además de recibir ayuda, crea buenas relaciones entre los hermanos de esta Inspectoría y además algunos SDB podrían ayudar temporalmente.

4. La primera Procura Misionera entre las modernas e internacionales PM (New Rochelle) desde sus inicios ha mostrado una fuerte sensibilidad vocacional con programas sostenibles de formación.
5. Mirando el actual estilo de Solidaridad Misionera Salesiana, ¡la ayuda para las VOCACIONES y la FORMACIÓN no parece ser la prioridad! Por el bien de la formación, necesitamos fondos no restringidos, que pueden venir sólo desde las Casas Salesianas, Inspectorías y Procuras Misioneras. Esta reflexión va dirigida a fomentar en las 87 Inspectorías salesianas más corresponsabilidad y apertura a esta urgente necesidad.

Si la reflexión es sobre la necesidad de realizar actividades de captación para la mejora en la formación de los Salesianos consagrados, necesitamos abrir nuestra visión de los procesos de formación al desarrollo de la misión. Si aceptamos como socios de misión a personas laicas, como compañeros en nuestro trabajo (CG 24) – compartiendo con ellos el espíritu y la misión de Don Bosco, se debería establecer una relación más fuerte y honda con la formación inicial.

Para los laicos, pensamos sobre la experiencia en la “administración” generalmente debido a la falta de recursos económicos. Estamos convencidos que somos parte de las “organizaciones no lucrativas” y tenemos ventaja en las posibilidades de conseguir acuerdos preferenciales con las becas. En nuestro día a día, administramos antes de decidir los estudios y los costes. En lugar de esto, los laicos preguntan por las becas, buscan a aquellos que pueden becar y firman un contrato para permanecer en la organización... Estas acciones fortalecen las motivaciones de las personas que quieren crecer en el servicio y el compromiso. Hemos utilizado estas prácticas de administración con las personas laicas y podemos intentarlo con la vida religiosa salesiana. ¿Sería de ayuda si nuestros jóvenes salesianos en formación utilizaran una beca como el resto de las personas? ¿Podría nuestra Congregación dar algún tipo de descuento en las tasas escolares, en especie (materiales) de acuerdo con los resultados del alumno? ¿Podemos ver la posibilidad de acceder a las becas de los gobiernos?

Por ejemplo: Realizamos un estudio del logo de la "Fundación Don Bosco" con la Universidad Católica (¡a coste cero!). Los estudiantes de MA de "Marketing Relacional" (20% de descuento) y "Finanzas para no especialistas" (beca del 100%) y conseguimos ahorrar 4.000 \$.

2. OBJETIVOS DE ESTA REFLEXIÓN

Hace poco compartimos la necesidad de una campaña en toda la Congregación (Ecónomo General, Consejero de Misiones y directores de las Procuras Misioneras más grandes), para movilizar a las Inspectorías y a las Procuras Misioneras que buscasen la forma de contribuir en las necesidades de la formación. El punto principal es la honda convicción de que los jóvenes más pobres y el mundo necesita Salesianos consagrados: y esto significa gastos económicos. ¡El ministerio vocacional incluye también aspectos económicos!

Para ayudar a otros grupos de la Familia Salesiana con muchas vocaciones pero que no cuentan con fondos para la formación debería ser otra la línea de reflexión (2012 – hoy, hay 30 grupos oficiales de la Familia Salesiana)

3. ALGUNOS PUNTOS PARA LA REFLEXIÓN

1. Reunir y estudiar algunos casos de buenas prácticas que ya existen en las Inspectorías / Procuras Misioneras.
 - AFW (Ghana, Nigeria) captación de fondos a través de la web Inspectorial (<http://www.donboscoafw.org>).
 - ECU (Ecuador) Captación de Fondos para Vocaciones desde terceros países (<http://www.vocacionalfund.org>).
 - ICP (Procura Misionera de Turín) Adopción a distancia – SDB en formación (<http://missionidonbosco.org>).
 - KOR (South Korea) Las intenciones de misa son íntegramente enviadas a un Fondo de Formación (Directorio inspectorial 1992).

2. Ayudar a las Inspectorías con vocaciones para buscar las posibles fuentes económicas locales.

Podemos asignar un porcentaje de los fondos inspectoriales a las Vocaciones y a la Formación. Podemos vender o alquilar algunas propiedades desde una fecha determinada con destino a la "Vocación y Formación". Las diferentes congregaciones religiosas han realizado estas operaciones (PER) para la salud y para la formación de los hermanos. Podemos incluir en los objetivos de captación de fondos de las OPDs el de la beca para la formación de SDB.

- Movilizar a la Familia Salesiana (Salesianos Cooperadores, antiguos alumnos, grupos vocacionales).
- Movilizar a las escuelas y parroquias salesianas con posibilidades financieras (África, Asia).
- Movilizar a ex Salesianos, que recibieron mucho de la Congregación, y ahora tienen la oportunidad de devolverlo.

Tenemos que contactar con todas las personas que estudiaron en nuestros Aspirantados, Filosofados, casas de formación y otros. La MAYORÍA se encuentran en una buena posición DÉBIDO a la BUENA formación que se les ofreció. Tenemos que recurrir a ellos. No llegaron a ser SDB o sacerdotes. ¿Por qué no pueden ayudar a alguien que está intentando conseguirlo? El aspirantado en M. realizó el año pasado una reunión de antiguos alumnos. Hablé con ellos y también el director de la Procura Misionera. En enero de este año, los alumnos han creado un fondo para aquellos que están hoy en el aspirantado. He escrito sobre ello en una de las páginas del último número de la newsletter de BoscoNet. Podemos y tenemos que hacer un seguimiento y animarles a crear ese fondo adicional. Creo que se puede repetir en todas nuestras casas de formación – localizar a aquellos que nos dejaron y motivarlos para que adopten a una persona en formación – en su lugar!

- Un mejor y focalizado uso del significado de la comunicación social (Boletín Salesiano o web)
- Aumentar la conciencia de los Salesianos en formación sobre los costes y la posibilidad de realizar actividades de captación de fondos.

Debemos pensar en algunos centros de producción para mantener las casas de formación. Por ejemplo, en un noviciado (AFO) hay una granja con producción de huevos. Otras congregaciones tienen productos agrícolas, granjas de animales, pescados o pollos para dar soporte a la formación. Esto incluye un factor educativo muy importante de los Salesianos en formación.

Es necesario aumentar la conciencia de los SDB en formación sobre los costes y la posibilidad de realizar actividades de captación de fondos y también ayudarles a llevar un estilo de vida simple y austera.

Sería muy útil un posible estudio sobre la reducción de costes (Roma – Universidad UPS y otras casas de formación extranjeras).

3. Fomentar algunas actividades de captación de fondos en las Inspectorías con mayores oportunidades económicas.
- Aumentar la conciencia y la motivación de las Inspectorías de Europa, y de algunos países de América y Asia con más oportunidades económicas, para el desarrollo de nuevas iniciativas de captación de fondos para las vocaciones Salesianas y las necesidades de formación inicial en África y Asia.

Estoy de acuerdo, es una urgencia aumentar la conciencia (no sólo de las Procuras Inspectoriales, también de las Inspectorías en países ricos deberían pensar más sobre la posibilidad de dar más a las regiones de la Congregación donde es difícil encontrar fondos para la formación de SDB. En las

Procuras Misioneras, el dinero viene de los donantes, pero ¿cuál es la contribución de los hermanos SDB en las “zonas ricas” de la Congregación? Sería bueno desafiar sus estándares de vida y contribuir a los “necesitados” también desde el punto de vista de la vida consagrada – si ellos renuncian a algo por las necesidades de la Congregación en otras partes del mundo.

¿Podríamos imaginar generar un fondo a nivel de la Congregación para las vocaciones, si alquilamos algunas propiedades en los países ricos para las necesidades de la formación?

- También hay algunas experiencias de “hermanamiento” entre Inspectorías “ricas” y “pobres”, empezaron en los años del Proyecto África (ILE-AET, España – AFO)

La idea de “hermanamiento” entre una Inspectoría del Norte y el resto es una buena idea, pero ¡el Norte no está preparado para ello! El resto tiene que hacer grandes esfuerzos para probar que no se tira el dinero, que trabajamos muy duro, dando respuesta al uso que hacemos de los fondos, buscando fuentes también en el ámbito local, que estamos haciendo un buen servicio, que no somos estúpidos o Salesianos de segunda. En mi opinión, se necesita mucha educación en ambos, en el Norte y en el resto.

- Una simple consideración: si necesitamos cuatro millones de euros al año, bastaría con dividir esa cantidad entre las 400 comunidades salesianas (de un total de 2.000) que viven en las regiones más ricas con más oportunidades de captar fondos. De esta forma, ¡¡10.000€ x 400 comunidades = 4 millones de euros!!

Esta es una idea sencilla, y maravillosa. Lo primero porque creará una conciencia saludable y la solidaridad de las casas más ricas con el resto de la Congregación. Esto ayudará a revivir el deseo vocacional de cada casa. Vivir en paz y con un relativo confort mientras el resto de la Congregación sufre, no ayuda desde un punto de vista carismático.

4. Resaltar y supervisar todas las iniciativas actuales a nivel de la Congregación.
 - El Ecónomo General informará regularmente a las Inspectorías y a las Procuras Misioneras sobre la situación de los resultados económicos de la solidaridad para las vocaciones y de las necesidades de la formación inicial. Conocer las necesidades concretas de las 30 Inspectorías de África y Asia puede ser la mejor motivación para los Salesianos y sus posibles donantes.

OTROS COMENTARIOS – SUGERENCIAS POR CONTINENTES

África – Iniciar una Procura Misionera

Objetivo 1: Construir una red económica para ayudar en las vocaciones y a la formación de los Salesianos. El mundo y los jóvenes pobres necesitan Salesianos consagrados. Esta formación de los jóvenes Salesianos tiene un impacto económico, costes financieros. Métodos: hay una esperanza en el “hermanamiento” entre las Inspectorías “ricas” y las “pobres”, que comenzó con la fundación de las Inspectorías del “Proyecto África”

África – Puntos de vista del Inspector

Volví a los documentos de trabajo. En realidad, jesto expresa la realidad de nuestra Inspectoría!

- En alguna ocasión, sin duda, hemos pensado en parar las vocaciones durante un tiempo, hasta que podamos estabilizarnos con las facturas y las “deudas” acumuladas. Pero, decíamos: si Dios nos envía buenas vocaciones, Él nos mostrará dónde hay dinero... donde podamos movilizar, ir y cogerlo!!
- Estoy completamente de acuerdo (Fondos sin vocaciones o vocaciones sin fondos: la Congregación deber “organizar la solidaridad” entre Inspectorías. Los “ricos” enviar fondos a las “Inspectorías pobres” y las “Inspectorías pobres” apoyar con “una muy buena selección de las vocaciones” a las Inspectorías

que están “muriendo”. Lo llamaré solidaridad “financiera-vocacional”, una buena “caridad organizada” a nivel de la Congregación.

- Promovería –como propones- que las Procuras Misioneras Inspectoriales buscasen fondos locales para mantener sus propias vocaciones. Es importante sensibilizar a las personas de Dios en la necesidad de cuidar la formación de las personas consagradas y de los sacerdotes que cuidarán de ellos en el futuro. No se ha hecho mucho en este sentido... todos estamos esperando recibir el apoyo de fuera. Es una mentalidad que hay que cambiar.
- Estamos desarrollando algunas buenas prácticas en la Inspectoría:
 - a) Cuando los novicios van de vacaciones, llevan sobres impresos para buscar fondos para la formación y se los llevan a sus casas, parroquias, amigos... Por el momento no es mucho lo que consiguen, pero se crea un sentido de la corresponsabilidad en las familias y parroquias que envían a sus candidatos.
 - b) El dinero que reciben individualmente durante sus profesiones perpetuas y ordenaciones, los candidatos lo entregan al Inspector que envía estos pequeños fondos a las casas de formación para comprar... comida!
 - c) La visita de las Reliquias de Don Bosco: elaboramos un sobre con la idea específica de recoger fondos para la formación. En nuestro país se recogieron 4.000€, en otros unos 3.500€.
 - d) Necesitamos utilizar internet de manera más inteligente para recaudar fondos para este problema. Nuestra web ha ayudado un poco en este sentido, especialmente en Italia.
- Es muy buena idea el “hermanamiento” de Inspectorías, o crear algún tipo de FONDO para la FORMACIÓN a nivel de la Congregación, donde las Inspectorías puedan enviar algún plus para ayudar a las Inspectorías pobres a afrontar los costes de la formación.

- El documento de trabajo es muy bueno y expresa muchas ideas que compartimos a nivel del Consejo Inspectorial. Desde aquí: ¡¡BIEN HECHO!! ¡¡PODEMOS!! !!!!!HAGÁMOSLO!!!!

América – Reflexiones de una Inspectoría misionera

Nuestra Inspectoría misionera se benefició durante un largo periodo de tiempo del apoyo financiero para la formación venido de fuera. Con la gracia de Dios y el compromiso humano, están subiendo también algunas vocaciones desde el área amazónica.

En el análisis de la realidad social, reconocemos la secularización de los jóvenes de las ciudades. Con el fin de fortalecer los valores cristianos y vocacionales, nosotros buscamos fondos para la formación en cada uno de nuestros trabajos. Esto trae una importante ayuda, aunque no es mucho en términos económicos.

Una de las experiencias de éxito, es algo parecido a un “Carné VOCACIONAL” para las familias que donan cada mes para las vocaciones de la propia comunidad Cristiana o de las casas de formación. Están surgiendo otras ideas (aisladas y discontinuas) para animar la promoción de vocaciones en nuestras parroquias acompañadas de campañas de ayuda económica y de algunos eventos musicales.

Nuestra iniciativa inspectorial a través de mailing directo tiene un proyecto para involucrar a antiguos alumnos, Familia Salesiana, y amigos de Don Bosco que se encuentran en oficinas públicas. Estamos en la etapa de la discusión.

Asia – Reflexiones inspectoriales

Cada Inspectoría tiene que tratar de encontrar fuentes locales para los gastos para vocaciones. La concienciación debe ir por aquí. Por ejemplo, la inversión en personas y personal ha de ser una prioridad sobre la inversión en estructuras. Sin embargo, otras Inspectorías en Europa, donde algunas estructuras se han tornado irrelevantes, pueden seguir ayudando a Inspectorías con más vocaciones y con dificultades de financiación. Nuestra Inspectoría está intentando tener un verdadero fondo para las vocaciones y la formación del personal.

Asia – Reflexiones del Director de la Procura Misionera Inspectorial

La formación es el mayor gasto de la Inspectoría. Los candidatos se toman tras el 10° curso y algunos después del curso Pre-Universitario. El año consiste en un curso preparatorio para todos. Para aquellos que entran tras el 10° curso continúan con sus estudios preuniversitarios. Entonces, sólo si encajan, entran en el Noviciado. Durante este año la familia de los candidatos contribuye con lo que puede para los gastos. Como nunca es suficiente, la Inspectoría tiene que encontrar el dinero necesario para esta formación inicial. Una vez finalizan el Pre-Noviciado, el candidato, si es elegido, pasa el Noviciado.

Para los largos años de formación del Noviciado, Post Noviciado, estudios universitarios, periodo de prácticas y Teología (11 años), la Inspectoría tiene que encontrar los medios necesarios para la formación. Sólo cuando el candidato ha finalizado su profesión perpetua y empieza el estudio de la teología, podemos encontrar becas para los últimos cuatro años. Buscamos becas sólo cuando estamos más o menos seguros de que el candidato continuará su vocación. Los gastos de tantos años son una enorme carga para la Inspectoría y la Procura Misionera tiene que buscar donantes que ayuden.

Oceanía – Reflexiones de la Procura Misionera Inspectorial

Soy consciente de que cubrir el coste de las casas de formación es una gran preocupación para algunas Inspectorías. En cuanto a nuestra situación Inspectorial:

- ▶ *Las Donaciones al Fondo de Ayuda al Extranjero de Misiones Salesianas (ASMOF) pueden deducirse según la regulación nacional. Estos fondos sólo pueden ser utilizados para la erradicación de la pobreza y no para propósitos religiosos o políticos.*
- ▶ *El apoyo adicional para la formación religiosa y clerical sólo puede venir de personas que donen específicamente para esa finalidad.*
- ▶ *Se puede escribir un artículo en el Boletín Salesiano para buscar apoyo para esta finalidad y dejar claro que la donación no se puede deducir.*

NUEVOS Y CREATIVOS CAMINOS DE FUNDRAISING Y NETWORKING ENTRE LAS PROCURAS MISIONERAS

D. JEAN PAUL MULLER, SDB, ECÓNOMO GENERAL

El mundo global abre nuevas oportunidades de nuevos negocios (consumismo y sociedad). Nosotros tendremos más oportunidades si establecemos relaciones con las personas a las que queremos llegar. La confianza es crucial en nuestras relaciones con los donantes públicos y privados, hoy y mañana.

Tenemos que aprender a utilizar la transparencia como una oportunidad de autenticidad y honestidad en los negocios. En los negocios, en el consumo o en las políticas, se exige una apertura radical – nosotros tenemos que hacerle frente con honestidad y con hechos. Los elementos emocionales nos ayudan a comunicar, pero los datos sobre los proyectos son más importantes. Transparencia y apertura no significan el caos total, se trata de modificar nuestras estructuras y normas como Procuras Misioneras en relación con el proyecto y en relación con los donantes. Tenemos que abrir nuestras mentes a nuevas formas de pensar y con ello, la necesidad de establecer una forma de comunicación más rápida y profunda. Tenemos que aprender a mostrar a nuestros socios cómo somos capaces de reaccionar a los temas que permanentemente nos dan los nuevos caminos de la comunicación. Los Salesianos encargados de las Procuras Misioneras, pero también la Congregación en todo el mundo, debe aprender a actuar y reaccionar con estas nuevas técnicas para “vender”, en un mundo abierto, con éxito las necesidades de nuestros jóvenes.

La apertura a las redes sociales no significa el fin de la privacidad. Pero su uso ofrece más permeabilidad para nuestros mensajes. Hoy, podemos decidir algunas fechas de manera fácil, pero:

- Tenemos que aprender cómo podemos utilizar las redes sociales para encontrar ayuda.
- Tenemos que aprender a gestionar la comunicación.
- Tenemos que aprender cómo trabajar en red en un mundo global, donde proyectos y donantes no actúen en marcos cerrados sino que traspasen los bordes.

Hoy por hoy, los grandes actores de nuestra Congregación Salesiana son las “Cuatro Grandes” (Madrid, Turín, New Rochelle y Bonn) y nuestra recién nacida en Delhi. Todas, y todos nosotros, debemos aprender: ¡que no la más grande es la mejor captadora de fondos, sino los más rápidos en dar noticias y emociones son los que más ingresos tienen! Así, todo el mundo queda invitado a aprender y reflexionar sobre ello.

- ¿Cómo están trabajando las “Cinco Grandes”?
- ¿Cómo afectará la nueva apertura en la economía, la cultura, el consumo, la política y la ciencia a nuestra comunicación y a enfrentarnos a nuestros proyectos? ¿Cómo afectará al trabajo conjunto con la Familia Salesiana y a las organizaciones fuera de nuestro sistema y fuera de la Iglesia?
- ¿Cuáles son las oportunidades y los riesgos de todo ello?
- ¿Qué significa para las Procuras Misioneras o a las Procuras Inspectoriales? ¿Cómo pueden trabajar de manera conjunta con las “Cinco Grandes”?

COMUNICAR EN INTERNET Y REDES SOCIALES. UNA NUEVA VOZ PARA NUESTRA ÉPOCA

D. PABLO SOUTO AGUADO, DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN MISIONES SALESIANAS

INTRODUCCIÓN

La actual etapa de la historia de la humanidad no puede comprenderse si no es bajo el impulso del motor de la globalización. Se trata de un fenómeno que, de tanto hablar de él y, sobre todo, de ver sus efectos en la vida cotidiana, se ha vuelto familiar.

Es una evidencia que el factor decisivo en este proceso está constituido por las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC), las cuales conforman uno de los factores de mayor importancia dentro de la sociedad actual. Hoy podemos ver el estado de desarrollo del mundo casi en tiempo real; lo que ocurre en un punto del planeta repercute en el resto del mundo. El planeta se ha vuelto más pequeño, todo se hace más cercano, estimulante y provocador; nuestra conciencia se ensancha y se enriquece de matices sobre lo que le pasa a las personas que nos rodean y también a aquellas que viven a miles de kilómetros.

Hasta el momento, hemos venido usando métodos de comunicación y marketing tradicionales (mailing). Métodos que permiten una comunicación unidireccional, pero que dejan a nuestros "clientes" sólo con la posibilidad de responder de forma económica o de no responder. El ser humano es social por naturaleza y se adapta constantemente a las nuevas oportunidades que ofrece la sociedad global. Es el caso, por ejemplo, de las redes sociales.

Los avances de las NTIC son grandes, y debemos adaptarnos, aprender a utilizar y combinar todas esas nuevas formas de “vender” lo que somos, lo que hacemos, dónde estamos y, lo más importante, cómo pueden ayudarnos. Siempre desde la transparencia y con hechos, siempre contando historias que emocionen y con cifras concretas. Las NTIC son una nueva voz para nuestra época, una herramienta más para la creación de una nueva conciencia solidaria con los más desfavorecidos y la captación de fondos.

La siguiente exposición pretende ser una guía de acción para las Procuras Inspectoriales, teniendo en cuenta elementos básicos del marketing, aunando posibilidades y esfuerzos e intentando ser creativos en nuestras campañas de captación de fondos. Pero para todos es buen momento para reflexionar y aprender.

1. COMUNICACIÓN Y CAPTACIÓN DE FONDOS

Debemos partir de la premisa de que la captación de fondos está íntimamente unida a la comunicación. Si la organización no cuenta con una estrategia de comunicación, es probable que lance mensajes desordenados, que apunten a audiencias equivocadas o que no utilicen los canales apropiados.

Para ello, debemos realizar un plan de comunicación unido al plan de marketing.

Normalmente son departamentos separados, pero en el caso de Misiones Salesianas de Madrid ambas estrategias se combinan en un único departamento. En el caso de tener comunicación por un lado y marketing por otro, es crucial que ambas ramas se entiendan, porque ello repercutirá en la imagen de la organización, tanto de forma positiva como negativa. Y a su vez lo hará en la captación de fondos.

Para empezar debemos ver la captación de fondos como la brújula de la organización, teniendo en cuenta que no sólo se trata de conseguir ingresos, sino que hay que hacerlo teniendo en cuenta el contexto o el entorno en el que se enmarca la organización. Cuanta mayor integración haya de la captación de fondos con la misión de la organización, mayor será la sinergia entre los objetivos económicos y

los fines de la institución. Ya que, se puede recaudar dinero sin tener en cuenta los fines propios de la organización, y seguramente mucho dinero: afirmaciones engañosas, o realizaciones magnificadas pueden resultar buenas a corto plazo... pero, a la larga, la organización perderá su credibilidad.

Por eso, no debemos enfocar la captación únicamente a la obtención de dinero. No es así. La captación de fondos es para conseguir un objetivo y mejorar las condiciones de los beneficiarios. Si vendes comida para gatos, no hables de comida, habla de gatos. En nuestro caso, "vendemos" proyectos que mejoran las vidas de las personas, hablemos de personas. Así, para llevar a cabo una estrategia de comunicación orientada a la captación de fondos debemos tener claro que, primero, enviamos un mensaje a nuestros destinatarios, a través de un medio, con el objetivo final de conseguir una acción esperada (predeterminada). En resumen:

- Tenemos un mensaje: ¿qué queremos contar?
- Existen unos destinatarios: ¿a quién queremos contárselo?
- Queremos obtener una respuesta, una acción: la donación.
- Contamos con unos medios: ¿cómo vamos a contarlo? Carta, email, banner...
- Tenemos unas personas que se dedican, de una manera profesional y organizada a planificar, gestionar y ejecutar las acciones de captación de fondos.

1.1. EL MENSAJE

Los mensajes que salgan de nuestra organización, cada uno de ellos, van a representarnos. Al final, el mundo, en general, lo que va a ver es una mezcla de los mensajes que lanzamos y los mensajes que lanzan otros sobre nosotros. Como no podemos ejercer control sobre lo que otros cuentan sobre nosotros, tendremos que cuidar y mimar nuestros mensajes. Un buen mensaje es aquel que tiene un buen contenido articulado, para ello lo más importante es la claridad y la coherencia.

- a) **Claridad:** no debemos usar lenguajes técnicos de nuestra organización; el destinatario, aunque esté familiarizado con nosotros, debe comprender lo que queremos contarle desde el principio. El lenguaje debe ser cercano, familiar, intentando usar formas activas y no pasivas.
- b) **Coherencia:** Cuando lanzamos un mensaje, debemos tener en cuenta los mensajes lanzados con anterioridad. Un mensaje cruzado con otro similar pero que no presente coherencia, confundirá al destinatario. Debemos conseguir que haya una única voz.

AYUDA - Comprobar la claridad del mensaje:

- 1.- ¿El mensaje tiene un único punto principal?
- 2.- ¿Está redactado con palabras cotidianas?
- 3.- ¿Frases sencillas?
- 4.- ¿Lo más importante está en el primer párrafo?

1.2. LOS DESTINATARIOS ¿A QUIÉN QUIERO COMUNICAR?

La tarea de elegir los destinatarios puede ser un tanto complicada. Además debemos tener en cuenta que en función del destinatario así será también el mensaje.

Donantes: no es lo mismo comunicar a una persona que una vez donó 30 euros y dona esporádicamente en función de nuestros mensajes, que comunicar a otra que todos los meses dona 50 pero no realiza

ninguna acción más. No es lo mismo un donante que al final de año ha realizado una aportación de 100 euros que otro que haya realizado una de 10.000 euros.

Otros destinatarios: Para llegar a este grupo necesitaremos medios de comunicación, redes sociales y buen sitio web (de todo ello hablaremos más adelante). Y por supuesto, en todos esos soportes deberemos tener en cuenta nuestro mensaje claro y coherente.

Por último, es importante que los trabajadores y voluntarios de la organización estén informados de las campañas de captación de fondos. A través de ellos también podemos comunicar.

AYUDA - Comprobar los destinatarios:

- 1.- ¿Hemos dividido en grupos pequeños sin capacidad de segmentar más?
- 2.- ¿Estamos preparados para redactar diferentes mensajes?
- 3.- ¿Cómo nos vamos a comunicar con los medios?
- 4.- ¿Cómo vamos a implicar al personal de la organización?

1.3. LA REACCIÓN DEL DESTINATARIO. RESULTADOS

Siempre que emprendamos una estrategia de comunicación debemos tener claro qué tipo de resultado queremos obtener. Cuando comunicamos, lo hacemos con el objetivo de que el destinatario realice una acción.

Por ejemplo, tenemos un mensaje y un grupo concreto: si enviamos una revista centrada en las acciones misioneras, el resultado previsto es mejorar el conocimiento de los destinatarios sobre nuestra organización, conocer más nuestra imagen; si enviamos una carta a ese mismo grupo contando la acción misionera, el resultado previsto será una donación. Los mismos destinatarios con diferentes resultados.

Hay que identificar siempre el qué queremos conseguir con nuestra comunicación. No sirve de nada un folleto contando el hambre en una región cualquiera de África si no invita al lector a realizar alguna acción: colabore ahora, ¿nos ayuda?, con su dinero nosotros conseguiremos... Pero tampoco basta con que el destinatario realice una donación cualquiera, volvemos a la idea anterior, no es igual un donante que realiza una donación de 100 euros que otro que la realiza de 1.000 euros.

AYUDA - Comprobar los destinatarios:

- 1.- ¿Cada mensaje tiene bien definido su resultado?
- 2.- ¿Cada mensaje tiene un único resultado o varios?

1.4. LOS MEDIOS PARA LANZAR NUESTRO MENSAJE

Ya tenemos las partes importantes de nuestra estrategia de comunicación para la captación de fondos. Es el momento de elegir el medio en el que debemos (queremos) hacerlo. Esos medios pueden estar dentro de la propia organización (ej. web) o pueden ser externos (ej. Prensa).

Los medios que están dentro son aquellos en los cuales podemos ejercer un control directo: revista, memoria de actividades, web, redes sociales, newsletter, campañas de mailing... En estos medios deberemos combinar la comunicación con la captación de fondos. Como medios externos, están periódicos y revistas, en su versión impresa y en versión digital, radios, TV... Aquí no tenemos el control total de lo que dice un medio ajeno a la organización, ya que podemos lanzar una nota de prensa pero pueden publicar sólo una parte e incluso, a veces, puede estar cambiada. Estos medios los debemos tener en cuenta en nuestras campañas de captación, pues si publican nuestra nota de prensa, aunque no lo hagan al completo, nuestra imagen, el nombre de la organización estará presente ante otros posibles donantes o seguidores. Para ello es muy importante tener contacto con periodistas y convertirse en posible fuente de información (para eso tenemos presencia en 135 países, 135 "corresponsales" que viven y están insertados en la zona en cuestión). Una de las cosas a tener en cuenta es el momento en el cual facilitar esta información a este tipo de medios.

AYUDA - Comprobar medios externos:

- 1.- ¿Tenemos contactos en los MCM?
- 2.- ¿Contamos con una BBDD a la cual recurrir?
- 3.- ¿Hay contacto entre el dpto. de comunicación y los medios aunque no haya envíos de comunicados? Contacto regular.
- 4.- ¿Estamos capacitados profesionalmente para atender a los medios en caso de necesidad?

1.5. TENEMOS PERSONAS QUE SE DEDICAN, DE UNA MANERA PROFESIONAL Y ORGANIZADA, A PLANIFICAR, GESTIONAR Y EJECUTAR LAS ACCIONES DE CAPTACIÓN DE FONDOS.

Para llevar a cabo lo anterior, es imprescindible contar con un equipo de personas creativas, impregnadas de los valores de la institución salesiana, comprometidas con su misión, que sepan inspirar confianza en los donantes y contagiarles de las necesidades de las personas para las cuales piden los fondos.

2. COMENZAMOS POR LO BÁSICO. EL MAILING PERSONALIZADO

Para realizar un buen mailing de captación de fondos a través de correo directo hay que tener en cuenta varios ingredientes. Desde la construcción del mensaje, pasando por la elección de destinatarios, teniendo en cuenta cuál es el resultado a obtener, seleccionando el soporte en el cuál hacerlo y cómo deberemos dar los medios a los destinatarios para que puedan realizar la acción/resultado esperado (donación).



2.1. EL MAILING

Una de las principales técnicas de captación de fondos es el mailing o correo directo. Se suele realizar de forma masiva a través de “listas frías”. Para tener éxito juega un papel determinante la calidad de la lista que usemos pero sobre todo la petición que hagamos del público objetivo al que queremos dirigirnos, así como el que seamos capaces de llamar la atención y convencer de nuestro mensaje a los receptores.

El mailing es la forma directa de comunicar solicitando apoyo a los donantes, los que ya tenemos o posibles donantes. Se suele utilizar para tratar de conseguir nuevos donantes, para renovar o mejorar los donativos actuales, como estímulo para donaciones especiales, etc.. Se puede componer de diferentes piezas: una carta, un folleto, una revista... Dependiendo del gasto que podamos hacer tendremos que tener en cuenta el peso en conjunto de todo el paquete, ya que las tarifas de envío suelen ser elevadas. En el caso de la Procura de Madrid, el coste del envío es más del doble que el total de la producción de piezas gráficas (carta, revista, folleto, bono para respuesta), por eso, para evitar que nuestro envío caiga en la basura al llegar a las casas, debemos seguir unas reglas básicas.

2.2. LOS CUATRO PILARES BÁSICOS DEL MAILING

El número de piezas que componen un mailing puede ser variado y dependerá de lo que queramos conseguir y del presupuesto con el que contemos. El envío típico consta de cuatro elementos: un sobre exterior, una carta, un folleto y un bono respuesta. ¿Cuál de todas las piezas tiene mayor peso o mayor importancia?

a)El sobre. La primera impresión es la que cuenta

Es el primer contacto con el donante o posible donante. Por lo tanto es nuestro primer reto. Conseguir que cuando lo reciba quiera abrirlo. Seguramente el destinatario se fijará en el remite y en el aspecto general: imágenes, slogan... Procuraremos siempre que se diferencie bien de un sobre publicitario tradicional, pues si no acabará en la

basura. Cuidaremos también que no haya erratas en el nombre y dirección del destinatario y evitaremos que haya códigos numéricos para que el destinatario no se sienta un número.



Un envío típico en la Procura de Madrid se compone de un sobre exterior en tamaño C5, con un diseño que suscite interés a la persona para abrir el sobre, una carta personal en la que se cuenta un problema y se solicita colaboración, un folleto que da más información sobre el problema en cuestión, una revista que presenta el problema con mayor profundidad y ofrece una amplia imagen de Misiones Salesianas, además de ofrecer otras formas de colaboración (intención de misa, visa misionera, objetivos...) y un pequeño sobre de respuesta con franqueo en destino en el que se dan opciones de colaboración

b) La carta. El elemento de contacto principal

Una vez abierto el sobre, buscamos la carta, quién la firma, el cargo, quién nos escribe y qué nos cuenta. Esta carta es el contacto principal. Mientras que el sobre debe incitar a tener curiosidad por abrirlo, la carta debe ser capaz de motivar al receptor para ver el resto de piezas de nuestro envío. Lo óptimo sería que lo primero que se vea al abrir el sobre sea la carta.

Debemos tener cuidado con la extensión de la carta, no puede ser complicada de entender, para ello utilizaremos frases cortas y palabras sencillas, sin tecnicismos. Explicaremos al destinatario cuál es el problema o la necesidad que tenemos, qué soluciones tenemos y cómo puede colaborar con las soluciones que planteamos.

Es muy importante el primer párrafo de nuestra carta. De él dependerá en gran medida en que el lector siga leyendo el resto. Por eso es importante centrar ahí algún mensaje importante o alguna frase que llame la atención para continuar con la lectura. Así procuraremos que la estructura en general sea sencilla, intentaremos llegar, lo antes posible, al tema central de la carta y sobre todo a los beneficios que habrá

con la colaboración del destinatario. Incluso podemos remitir al lector a ampliar la información en el folleto adjunto. Por último, tendremos que incitar al lector a usar el bono respuesta.

AYUDA - Trucos de redacción:

- 1.- Intentaremos que la carta ocupe una cara, para que no se vea excesivo texto.
- 2.- Si es necesario que la carta ocupe dos caras, intentaremos que el párrafo de la primera cara se quede incompleto, incitando así al lector a continuar leyendo.
- 3.- La carta debe ir firmada por una persona con cargo. Escribamos de persona a persona.
- 4.- Frases cortas y directas. Aunque sea un tema muy técnico es necesario que sea comprensible para todo el mundo.
- 5.- Hay que dejar espacios entre párrafos, si el lector ve todo el texto como un bloque tendrá más pereza a la hora de leerlo. Nuestra carta terminará seguramente en la basura.

c) El folleto. Apoyo a nuestra carta

Aunque el folleto no es una pieza indispensable, si puede ser necesario para ampliar la información de la carta. De esta manera conseguimos una carta más limpia, que se centra en los objetivos claros y que no esté sobrecargada. Ofrecemos toda la información amplia en el folleto, que además por su condición de pieza gráfica contiene más posibilidades de incluir imágenes, frases grandes y llamativas, etc. En definitiva, hay más libertad creativa.

El folleto debe ir en consonancia o armonía con el resto de piezas que forman nuestro envío. Tanto en imágenes, colores, tipografía, etc. El contenido deberá ir en la línea de nuestra carta, de nuestros objetivos marcados con ese envío que vamos a realizar. Y en cuanto a formatos podemos usar varios: tríptico, díptico, flyer, pero siempre intentaremos que el folleto no desvíe al destinatario de nuestra intención última: que nos envíe el bono respuesta.

Con todo esto, crearemos un folleto que amplíe la información de la carta, ya que la carta debe limitarse a centrar nuestro argumento en por qué el destinatario debe ayudarnos. El folleto no trata de convencer, solo es apoyo para informar y reforzar nuestra petición. Así deberá tener un argumento sobre el problema (lo óptimo es que funcionase por sí mismo), contendrá imágenes (que valen más que mil palabras) y llevará titulares grandes y frases muy directas.

d) El bono respuesta. La acción del destinatario

Nuestro objetivo final es conseguir que este elemento del mailing llegue de vuelta al origen. Para ello hemos llamado la atención con un sobre, hemos tratado un problema e intentado dar razones de por qué colaborar con nosotros, además hemos ampliado la información de forma creativa. Si todo esto ha funcionado, el destinatario nos devolverá un bono respuesta con un donativo u otra forma de colaboración. ¿Qué debemos tener en cuenta?

Cuando diseñemos el bono respuesta, debemos aprovechar esta pieza para seguir captando la atención y reforzar todo lo anteriormente citado. No nos quedemos en meros formularios para rellenar. Lo ilustraremos con fotos o frases que estén en las otras piezas del mailing. De esta manera “humanizaremos” el bono respuesta y no será tan frío, ya que en él se pide al destinatario que introduzca datos personales, dinero, formas de pago... Además, deberá indicar qué es lo que hay que hacer para llevar hasta el final, la acción: rellene el bono y envíelo hoy mismo, no necesita sello. Aunque no es necesario, podemos incluir en el bono direcciones, teléfonos, etc.

3. NUEVOS ENFOQUES PARA LA CAPTACIÓN DE FONDOS

Los tiempos son difíciles y requieren tácticas nuevas. El entorno está poniendo a prueba a las organizaciones sociales que ven afectado el funcionamiento de sus actividades diarias. La crisis nos fuerza a pensar rápido y a reaccionar buscando nuevos enfoques a la recaudación de fondos.

En el contexto de la globalización debemos adaptarnos y aprovecharnos de las nuevas oportunidades que se nos ofrecen. De esta manera, podemos optar por múltiples opciones, una de ellas es internet, debido a su bajo coste y el alto potencial que puede tener si se gestiona bien. Las NTIC nos permiten combinar una campaña de mailing lanzada a los donantes y a la vez hacerlo a través de las redes sociales (Facebook, Twitter y Youtube). De esta manera conseguimos ampliar el radio de acción y englobar a más personas que no nos conocen o que son afines a otras organizaciones similares, para que nos vean como una organización con la cual quieren colaborar. Para esto debemos tener desarrollada también una buena página web.

3.1. Es EL MOMENTO DE RENOVARSE

El cambio es una constante, de hecho, en ningún otro momento de la historia se ha visto una evolución de la sociedad y sus grupos como la que estamos viviendo estos últimos años. La innovación no siempre ha sido un tema prioritario, pero en los últimos diez años ha llegado a ocupar el primer lugar de la lista de diferentes organizaciones (desde las organizaciones con fines lucrativos hasta las que no tienen ánimo de lucro). Así, para muchas de ellas, la pregunta actual es: ¿conseguimos llegar a nuestro público y transmitir el mensaje?

¿Por qué las organizaciones sociales se resisten a renovarse? Internet es una tierra aún por conquistar para las organizaciones sociales. La falta de inversión es la causa principal de la poca explotación de los recursos de la web. Aunque también influyen el desconocimiento y la insuficiente formación; la escasez de recursos materiales y humanos; el no darnos cuenta de la necesidad; la falta de iniciativa, imaginación y/o creatividad; la dificultad del compromiso de mantenimiento y sobre todo el miedo a lo desconocido. Un apunte: aunque utilicemos estas nuevas posibilidades, debemos tener claro que en ningún caso deben sustituir a las herramientas tradicionales, tienen que ser una herramienta más o un apoyo o incluso se pueden combinar.

De ahí surgen varias opciones, entre ellas las redes sociales. ¿Por qué en internet, por qué usar las redes sociales?

- Aprendemos y conocemos lo que pasa a nuestro alrededor.
- Ayuda al trabajo en red.
- Complementa el trabajo offline (mailing tradicional).
- Aprende de tus amigos/seguidores y mejora tus técnicas.
- Evoluciona y reduce distancias.
- Saca partido del conocimiento de otros.
- Usa multimedia: vídeo, fotos...
- Amplia la comunicación con donantes y posibles donantes (bidireccionalidad).
- Fomenta la actividad.
- Cuenta tu necesidad en el momento (inmediatez).
- Es económico.



3.2. REDES SOCIALES

Las redes sociales, principalmente Facebook y Twitter, (otras son Google+, Tuenti, LinkedIn, Hi5, Xing, Flickr....) son grandes generadores de influencias, lo que hace que cada vez haya una competencia más fuerte por estar presente en ellas, por tener más seguidores y por ocupar un lugar cada vez más alto en cuanto a la calidad de la comunicación. ¿Cuál de estas dos redes sociales es más efectiva para acceder a nuestro público objetivo? Y, según la acción que queramos realizar, ¿cuál será más efectiva?

DATOS DE REDES SOCIALES EN ESPAÑA

- ▶ La red social Facebook nació en 2004 alcanzando de inmediato 1.000.000 de usuarios en la actualidad, se cifran en 1.000.000.000 de usuarios.
- ▶ Cada minuto se suben 23 horas de video a YouTube.
- ▶ En 2011, las 3 palabras más buscadas en Google fueron Facebook, YouTube y Twitter.
- ▶ Wikipedia tiene 19.000.000 de artículos subidos por usuarios.
- ▶ España es el 7º país del mundo en el uso de las redes sociales.
- ▶ 21.000.000 de españoles utilizan una red social a diario: 69' en Twitter y 47' en Facebook

Facebook es una red social que permite compartir artículos, enlaces, comentarios, imágenes, etc. en lo que se denomina un perfil. Al ser organización es diferente a un perfil personal, ya que no se crea entorno a amigos sino a seguidores que entran a formar parte de tu red a través del botón "me gusta" (likes).

Twitter permite realizar lo mismo, compartir imágenes, vídeos, enlaces... pero con la limitación de que todo debe ir escrito en un máximo de 140 caracteres. Tienes seguidores (followers) y personas (perfiles) a la que seguir. Mientras que Facebook es una red social centrada en crear comunidad entorno a la marca, Twitter es más dinámico, y se centra en la promoción de contenidos. En Twitter, es muy

importante tener buenos seguidores y en Facebook es importante tener buenas relaciones. Pero ambos se complementan, ya que al final son herramientas que nos permitirán acceder a potenciales donantes así como mantener y fidelizar a los que ya lo son. Veamos en la siguiente tabla algunas diferencias básicas entre ambas.

FACEBOOK	TWITTER
PROMOCIÓN DE MARCAS	PROMOCIÓN DE CONTENIDOS
CALIDAD DE LA RELACIÓN QUE SE ESTABLECE	CALIDAD DE LOS SEGUIDORES
ES MÁS EMOCIONAL	SE COMPARTEN HECHOS Y NOTICIAS
PÚBLICO MÁS HETEROGÉNEO (EDAD)	PÚBLICO MÁS HOMOGÉNEO (EDAD)
MÁS VISUAL	MENOS VISUAL
MÁS PRIVACIDAD	MENOS PRIVACIDAD
ACCEDER A POTENCIALES DONANTES Y FIDELIZAR A LOS DONANTES	
INTERACTUAR DE FORMA MÁS RÁPIDA CON POTENCIALES DONANTES Y DONANTES. BIDIRECCIONALIDAD	

Por otro lado tenemos la red YouTube, que está centrada en vídeos. Volvemos a la idea de que una imagen vale más que mil palabras, y si además esa imagen tiene movimiento y voz mucho más. Un vídeo subido a YouTube se puede hacer circular por Twitter y por Facebook. En Twitter, será retuiteado y quizá en alguna ocasión comentado. Si lo colgamos en nuestro muro de Facebook puede ser comentado y compartido, con el aliciente emocional del “Me gusta”. En nuestro canal de YouTube los usuarios también pueden comentar y valorar el vídeo. Desde ese mismo canal pueden compartirlo en diferentes tipos de redes.

3.3. LA WEB, NUESTRA PRESENCIA MÁS INSTITUCIONAL EN INTERNET

Está muy bien estar dentro de las redes sociales y comunicar a través de ellas, llamar la atención sobre nuestro trabajo, nuestras acciones, etc.. Pero si nos comunicamos por internet, tendremos que tener algún sitio en el que toda nuestra información, nuestra producción, trabajo y esfuerzos queden recogidos en ese mismo canal. Aquí es donde entra nuestra página web.

¿Qué espera un donante o potencial donante? Cuando alguien entra en una página web como pueda ser la nuestra, antes de realizar una donación necesita tener información sobre la organización: filosofía, valores, creación, identidad, trabajo que se realiza y, sobre todo, cuál es el resultado (muy importante) del destino que se da al dinero de las donaciones. A veces queremos contar tantas cosas que lo que hacemos es precisamente lo contrario, un usuario entra en la web y se vuelve loco saltando de una sección a otra sin tener claro al final cuál es nuestro trabajo, cómo puede ayudarnos y qué conseguiremos si nos ayuda. Estos tres elementos son clave:

NUESTRO TRABAJO + QUÉ CONSEGUIREMOS CON SU AYUDA + CÓMO PUEDE AYUDAR

Por eso, debemos hacer accesible nuestra web, para que rápidamente identifiquen estas cosas y colaboren con un donativo con nuestra/s causa/s. ¿Cómo mejoramos? Primero, debemos tener claras las secciones que va a contener nuestra web, deberán ser totalmente accesibles y con el menor número de subsecciones posibles. Huiremos de los grandes textos, de las palabras técnicas y de expresiones o siglas propias de nuestra organización.

Mejoraremos, si conseguimos explicar de forma sencilla, cercana y breve nuestra misión y objetivos, para que el donante o potencial donante se sienta identificado con nosotros y comprenda por qué es necesaria su ayuda. Debemos generar confianza. Es importante dar hechos concretos de nuestras actuaciones, resultados. No sólo basta con emocionar.

No debemos perder ninguna oportunidad para poner un enlace o una imagen que facilite el acceso a la donación. Muchas páginas tienen estos enlaces o accesos escondidos, o son débiles, esperando que el visitante realice una donación espontánea. A veces también caemos en el error de llenar nuestras páginas de banners y publicidades variadas, quedando al final toda la información al mismo nivel, despistando así al visitante de nuestro objetivo final: la donación.

Para una correcta articulación de nuestra web, deberemos tener en cuenta la usabilidad. Es decir, cuanto más complicada sea la navegación, cuantas más estructuras y divisiones tenga, cuanto menos in-

tuitiva sea, el nivel de usabilidad será más bajo. Y la permanencia del visitante en nuestra web será escasa. La web debe estar bien estructurada, sin excesivos niveles (tres clics para llegar a una información es excesivo). El esquema mental es totalmente diferente a una publicación en papel. Internet es inmediatez y dinamismo, si no encontramos rápidamente lo que buscamos cerramos la ventana y buscamos en otro sitio.

- ▶ No sólo nuestra web propia es la que debemos cuidar, sería bueno que las diferentes partes de nuestra organización (en su sentido más amplio) tuviesen coherencia en sus webs.

Una vez que hemos conseguido que el visitante nos conozca (quiénes somos y qué hacemos) posiblemente habremos logrado que realice una aportación. Por ello es imprescindible facilitar este proceso: sencillo y rápido. Hay que posibilitar la donación on-line.

Un buen proceso de donación on-line es rápido y sencillo en el cual seguiremos varios pasos: datos personales, tipo de donación, datos bancarios. Podremos proporcionar orientaciones sobre dónde destinar la aportación que el donante quiere realizar. Esta donación podrá ser de diferentes maneras: pago con tarjeta, domiciliación bancaria, PayPal o bien facilitando los datos para que realicen una transferencia. Dependiendo del tipo de organización podremos incluso ofrecer al donante asociar su aportación a algún proyecto concreto (aquí las Procuras Inspectoriales lo tienen más fácil). Y siempre ofreceremos nuestros datos de contacto por si el usuario prefiere realizar la donación por teléfono o tiene algún problema o duda durante el proceso de donación. Si conseguimos tener una buena página web conseguiremos muchas ventajas: la donación será más reflexiva, ya que el visitante que realiza una donación por internet está convencido de lo que va a hacer; se sentirá más identificado con nuestros objetivos; los trámites de donación son más simples y los costes más bajos.

Por último y muy importante: nunca debemos olvidarnos de dar las gracias después de la donación, tanto on-line como offline.

3.4. NUESTRA EXPERIENCIA. DE 2010 A 2012

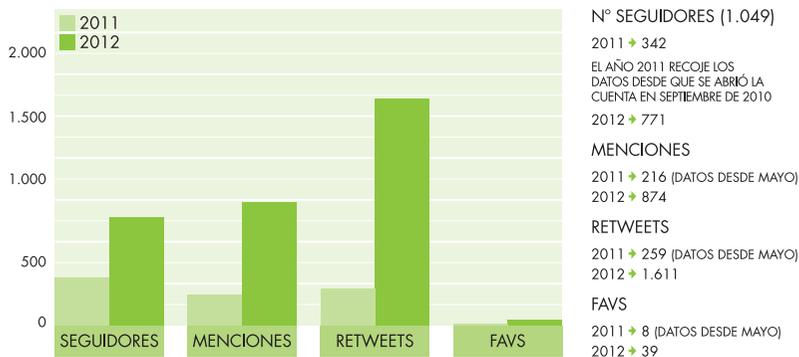
En el año 2010, en la Procura de Madrid, realizamos varios avances, que, aunque cortos, fueron el arranque de lo que hoy continuamos haciendo. Lo primero fue renovar la página web hacia un modelo más visual, más acorde a los cánones de usabilidad y con menos secciones, facilitando así la navegación dentro de la página. La web debe contener mucha información, pero la justa. No podemos tener a nuestros lectores, seguidores, donantes, visitantes leyendo páginas y páginas, buscando información por toda la web, en una sección, luego en otra. Todo debe quedar claro y debe tener fácil acceso. Deben conocernos o reconocernos rápidamente.

Una vez creada la nueva web nos preguntamos ¿y ahora qué? Los donantes ya conocen que tenemos una web en www.misionessalesianas.org, pero necesitamos/queremos llegar a más gente, más usuarios de internet. ¿Cómo lo hacemos? Es el momento de usar las nuevas herramientas: redes sociales. Creamos, a finales de 2010, una cuenta en Twitter, una cuenta en Facebook y otra en YouTube.

Durante el año 2010 prácticamente descuidamos nuestra imagen en internet, poco uso de redes, no hacíamos seguimiento (no solo usar, sino también estudiar comportamientos frente a nuestros mensajes), la web contenía erratas y textos desactualizados... A partir del año 2011 empezamos a creer en el potencial de las redes y empezamos a usarlas como meros comunicadores, sin la pretensión de la recaudación de fondos. Hay que avanzar poco a poco y con seguridad, intentado convertirnos en referente de información y generando confianza.

Como vemos claramente en las gráficas, a mayor atención y cuidado mayores resultados. Siempre desde el punto de vista de comunicar, de fortalecer la imagen de marca, de hacernos presentes en internet, convertirnos en fuente de información y conseguir crear comunidad. El siguiente paso previsto para el 2013 será continuar fortaleciendo nuestra imagen y presencia en las redes y empezar a usarlas como herramientas de captación de fondos, redirigiendo a los posibles donantes a nuestra web para que realicen una donación (actualmente en proceso de mejora según las recomendaciones indicadas anteriormente).

EVOLUCIÓN TWITTER 2011-2012



EVOLUCIÓN FACEBOOK 2011-2012



VER ANEXO - DATOS COMPLETOS DE 2012

En nuestra experiencia, además de usar las redes sociales, comenzamos a tener relación con los medios de comunicación desde el año 2011, siguiendo la línea de la importancia de reforzar la marca, de aparecer junto a otras marcas reconocidas (MSF, UNICEF...), de convertirnos en fuentes de información. La presencia en medios ayuda a reforzar nuestro mensaje e incluso nuestras campañas. El coste también es mínimo, ya que no se trata de poner una página de publicidad, sino de aparecer dentro de las noticias. La relación con los medios no se limitará a relacionarse con ellos para enviar una simple nota de prensa, hay que mantener un contacto periódico para que no se olviden de que pueden contar con nosotros, que somos fuente de información: estamos presentes en 132 países:

3.5. CAMPAÑA A LOS DONANTES, MOVIMIENTO EN REDES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Como ya se ha dicho, desde el Departamento de Comunicación y Marketing de la Procura de Madrid, trabajamos todos los días en las redes sociales y mantenemos contacto con la prensa. Hemos marcado un mínimo de tweets diarios, un mínimo de mensajes en Facebook, dos o tres noticias actuales a la semana en la web y, si fuese el caso, nota de prensa para los medios. No sólo aprovechamos nuestras campañas para comunicar, sino que nos sumamos a fechas importantes y estamos pendientes de la actualidad: Día de la Infancia, de la Mujer, de la No Violencia, el Día de África... Golpe de Estado en Malí o la guerra de Siria.

VER ANEXO - FECHAS DE NOTICIAS.

Así, Twitter tiene actividad todos los días, con fechas señaladas, con noticias de actualidad, etc... Si hay campaña se enlaza con la web. Cuando sale la revista mensual también. Se retuitea información de otros, se responden tuits. Facebook sigue la misma dinámica que Twitter, con la salvedad que Facebook es más estático y no se publican tantos mensajes al día. Si, además, la noticia, el problema o la campaña que estamos lanzando en las redes sociales son o pueden ser de interés general, se hace llegar una nota de prensa a un listado de medios que manejamos habitualmente en el Departamento y con el cual mantenemos contacto.

¿Cómo mezclamos todos los ingredientes?

Se lanza la campaña: La sequía se extiende... el hambre acecha.... Junto con la revista 240 de Junio, que incluye un reportaje con la misma temática. Esta campaña es la que se manda vía correo postal a la lista de donantes habituales de nuestra BBDD (mailing directo). Esta campaña tiene de especial solicitar a nuestros donantes que, si no podían dar un donativo, por lo menos contasen nuestro trabajo a sus personas afines. Quizá quisimos cubrir demasiados campos lanzando un mismo mensaje con dos significados (sirve para aprender).

SI LA SEQUÍA SE EXTIENDE... NOSOTROS TAMBIÉN...
AYÚDANOS CON TU DONATIVO
Y EXTIENDE NUESTRA LABOR A TUS FAMILIARES



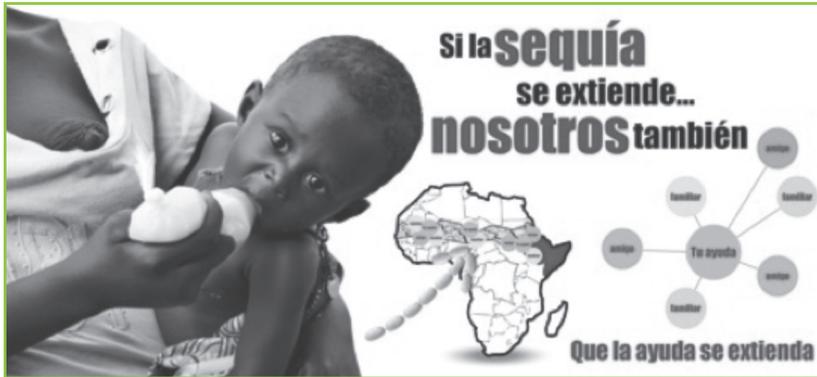
Escribimos y preparamos nuestra nota de prensa, que será enviada a los medios de comunicación con los que mantenemos contacto. No realizamos un envío masivo, sino que procuramos personalizar, en la medida de lo posible, cada email que lanzamos.

VER ANEXO - NOTA DE PRENSA

Empezamos a lanzar mensajes en las redes sociales, Facebook y Twitter. Ya se empieza esta labor días antes de que salga la campaña. Ya que hay noticias del conflicto en Malí que podemos unir a nuestra temática. Además el 17 de Junio es el día contra la sequía que también nos sirve de apoyo a nuestra campaña.

VER ANEXO - FECHAS DE NOTICIAS

Gracias a la buena relación con los medios pudimos firmar un convenio con RNE junto a otras organizaciones para hacer una acción conjunta: con una web específica, entrevistas y menciones en radio durante toda una semana. Todo englobado en la "Semana de la Solidaridad"



Los resultados en cifras de esta campaña fueron los siguientes:

El mailing a nuestros donantes tuvo una respuesta de 6.134 donaciones (frente a las 5.931 del año anterior con una campaña de temática similar). El importe de todas las donaciones fue 737.842 euros, de las cuales, 11.098 euros fueron desde la web. Reactivamos 1.252 donantes que no habían realizado ninguna donación entre los años 2000-2011 y conseguimos un total de 71 donantes nuevos.

En Twitter, empezaron a seguirnos 93 personas más, tuvimos 86 menciones y recibimos 5 favs y 253 retuits (RT). En Facebook, las publicaciones del Sahel recibieron 144 comentarios, estando así entre las 4 temáticas más comentadas de nuestro muro.

4. CONCLUSIONES

Ahora es el momento de intentar aplicar todo lo anteriormente dicho, aunque sin prisa debemos hacerlo sin pausa. Como decía en algún momento de todo este documento, se trata de un proceso de cambio (no revolución) en el que hay que sacar el máximo rendimiento de todas las herramientas que tenemos a nuestro alcance. Aquí sólo hemos hablado de cosas básicas de redes sociales y de la página web, pasando antes por una campaña de mailing directo. Todavía quedan muchas cosas más: aplicaciones para smartphones, páginas con dominios específicos para donantes, campañas concretas enfocadas a las redes sociales...

En este documento no se han tocado temas como el trabajo en red entre organizaciones o la relación con las empresas. Esto implica un seminario más para debatir, compartir y establecer formas y equipos de trabajo.

Como conclusión a todo este documento considero que, para poder usar bien las herramientas que tenemos a nuestro alcance, sea cual sea, tanto online como offline, primero tenemos que tener claro cuáles son nuestros objetivos, qué mensaje queremos lanzar y a quién lo queremos lanzar. Por eso es conveniente planificar nuestras acciones con antelación, por lo menos a uno o dos años vista, procurando combinar la comunicación con el marketing. Una vez que tengamos definida esa primera parte sólo hay que contar con un buen equipo de profesionales comprometidos y creativos para ponerse a trabajar. Un equipo que tiene que tener en cuenta que está subido en el mismo barco y que debe remar en la misma dirección.

CAPTACIÓN DE FONDOS: FORMAS CREATIVAS Y SINERGIA ENTRE LAS PROCURAS MISIONERAS

P. PIER LUIGI ZUFFETTI, SDB. PROCURADOR MISSIONI DON BOSCO DE TURÍN

1. INTRODUCCIÓN

La captación de fondos consiste en un conjunto de actividades coordinadas, sinérgicas, integradas y continuadas. Su eficacia depende, en gran medida, de un programa de comunicación, adquisición, gestión y fidelización de los benefactores, individuos y empresas, adecuadamente estudiado y planificado en función de la misión de la asociación sin ánimo de lucro, de la presencia de recursos humanos dedicados, de la estructura organizativa y del presupuesto disponible.

2. ELEMENTOS FUNDAMENTALES DE LA CAPTACIÓN DE FONDOS

2.1. QUÉ: COMUNICACIÓN

La prioridad de la captación de fondos debe ser una buena comunicación, tanto en lo que se refiere al procedimiento como a la forma, es decir, una comunicación:

- **fiel, capaz de transmitir de forma clara y positiva**, en primer lugar, la misión, los valores y los ideales que inspiran a la asociación sin ánimo de lucro y, en segundo lugar, sus

rasgos distintivos y característicos, de modo que sea fácilmente identificable por parte de sus benefactores y su objetivo de referencia;

- **éticamente correcta**, evitando el uso de imágenes o textos que atenten contra la dignidad de las personas, en particular de los menores, es decir, imágenes o textos impactantes consagrados a aprovechar, de forma incorrecta, la emotividad de las personas;
- **contextualizada** en la situación socio-económica específica de las personas a las que se dirige, es decir, respetuosa y participativa con relación a las condiciones particulares de vida como pueden ser una emergencia o situaciones de crisis económica, como la que se está viviendo en este momento;
- **concreta**, capaz, por una parte, de dar voz a necesidades reales con peticiones claras, precisas, definidas y diversificadas, por otra, de ofrecer la garantía de que los fondos recaudados se destinarán a los fines declarados.

El estilo de la comunicación debe ser claro, positivo, emotivo, concreto, capaz de suscitar interés, de forma resumida y esencial, tal como lo impone la difusión, cada vez más amplia, de la comunicación en la red.

2.2. CÓMO: MÉTODOS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

La comunicación en la red

En menos de diez años, con la explosión de Internet, de las redes sociales y del mundo digital, hemos asistido a una evolución profunda y progresiva de la comunicación y de sus modelos.

En una única plataforma, Internet, se pueden comunicar diversos medios, favoreciendo procesos de interacción y un enorme incremento de la información y del conocimiento que se encuentra disponible en tiempo real.

Los propios usuarios se convierten en productores y promotores de contenidos y la red se transforma en un espacio de cooperación e intercambio. Gracias a los sitios de nueva generación y a las redes sociales, la comunicación ha dejado de ser unidireccional y jerárquica, de arriba hacia abajo, para hacerse circular.

Principales herramientas de comunicación en la red

a) Sitio web

Debe tener una arquitectura capaz de optimizar su posibilidad de uso por parte del usuario. La información publicada debe ser, por lo tanto, fácilmente individualizable y utilizable, gracias a una actualización constante y continua a nivel de organización del propio sitio. La información y los contenidos publicados se deberán actualizar y poner al día periódicamente y/o cuando se produzcan eventos o hechos extraordinarios o imprevistos como, por ej., eventuales emergencias. En general, el sitio debe darle al usuario una impresión de movimiento, así como de concreción y claridad. Igualmente, debe haber conexión con las redes sociales que más se usan, como pueden ser, actualmente, Facebook y Twitter.

b) Boletines informativos y mensajes online

Se deben realizar periódicamente y/o cuando se produzcan eventos o hechos extraordinarios o imprevistos como, por ej., eventuales emergencias, de modo que se mantenga una relación constante con nuestros propios benefactores. El estilo de la comunicación deberá ser lo más esencial y resumido posible, consagrado a estimular una acción/reacción concreta de forma inmediata.

c) Campañas de marketing por correo electrónico consagradas a adquirir nuevos benefactores

También en este caso la comunicación debe ser, en la medida de lo posible, esencial, resumida y concreta: el mensaje debe estar constituido por una imagen impactante, emotiva y un breve texto signi-

ficativo, a veces se podrá incluso reducir a un simple eslogan. Además, deberá presentar un enlace para llegar a información profundizada publicada en el sitio y a una página web, construida ex profeso, para la donación online (página de aterrizaje). Conforme a nuestra experiencia este tipo de mensaje funciona, sobre todo, cuando se producen emergencias, en cuyo caso uno de los elementos más importantes para lograr resultados es la tempestividad. Se debe señalar también un grave inconveniente: por ahora no existen listas muy perfiladas, como máximo se encuentran direcciones segmentadas por franja de edad y, raramente, por áreas de interés.

d) TV por Internet con realización de breves reportajes sobre los proyectos realizados o que se van a realizar y sobre las actividades misioneras y salesianas

La TV por Internet debería concebirse como un gran portal capaz de acoger y divulgar las contribuciones provenientes de todo el mundo. La realización de una TV por Internet concebida de este modo representa un gran reto que presupone la creación de redes de contactos profesionales y un esfuerzo conjunto para la creación, *in situ*, de pequeños Centros de Comunicación capaces de proporcionar, con una cierta constancia y continuidad, material en vídeo de buena calidad. Un problema que no se debe subestimar es el de los derechos de propiedad intelectual, condición *sine qua non* para la publicación de ciertos contenidos musicales y entrevistas, especialmente cuando los entrevistados son menores.

Los reportajes realizados deberán ser breves, impactantes, concretos y, sobre todo, deberán hablar a un público, en su mayoría, joven que no conoce necesariamente el mundo salesiano o no forma parte del mismo.

El mensaje se debe comunicar principalmente a través de imágenes, las palabras se deberán limitar a un papel explicativo.

e) Redes sociales y blogs

Representan la verdadera novedad de la comunicación online. Particularmente gracias a estas herramientas la comunicación ha dejado de ser unidireccional para hacerse circular. Merecen un análisis profundo con el fin de planificar su gestión y uso. De hecho, requieren un compromiso cotidiano y necesitan recursos humanos dedicados y coordinados, ya que su éxito se basa en la tempestividad y rapidez en la relación que se crea con el usuario.

La comunicación en papel

Dicho esto, no se debe subestimar el alcance y el valor de la comunicación en papel.

Aún hoy, la comunicación en papel representa la modalidad más común y más difusa con la que las asociaciones sin ánimo de lucro realizan captación de fondos y se acercan a sus benefactores reales o potenciales, aunque ha sufrido un grave golpe a causa del marcado aumento de las tarifas postales que desde abril de 2010, ha incrementado los costes de las campañas de correo directo, principal herramienta de comunicación, información, sensibilización, adquisición y fidelización de donantes, tanto potenciales como efectivos.

Muchas asociaciones sin ánimo de lucro se han lanzado a Internet, pero el retorno de la comunicación online sigue siendo aún difícil de controlar. Además, con la comunicación online se queda fuera una gran franja de donantes, es decir, las personas de edad avanzada que no son muy hábiles en el uso de la red y, siguen siendo, los mayores donantes.

En cualquier caso, se ha asistido, en estos últimos años, a un incremento de la comunicación en la red en el sector de la captación de fondos lo cual tiene como consecuencia que la comunicación en papel haya sufrido una evolución y una transformación: se ha hecho más resumida, esencial y concreta; los textos se han acortado; los mensajes se han enriquecido con elementos gráficos y colores.

Principales herramientas de la comunicación en papel

Los mensajes en papel se diferencian, por estilo de comunicación y características básicas, dependiendo de si se dirigen a donantes en potencia o a benefactores efectivos.

DONANTES EFECTIVOS

El mensaje (mailing)

Debe ir dirigido a crear una relación personal, consagrada a colmar el vacío de la falta de contacto cara a cara. La finalidad es establecer, a través del correo, una relación de confianza con el potencial donante, para conseguir la contribución y para hacerle entrar en el circuito virtuoso constituido por el programa de fidelización.

- **Texto - carta:** debe mostrar los rasgos distintivos de la asociación, haciendo que resulte fácilmente identificable, debe ser: simple, sincero y sereno; claro en lo que se refiere al contenido, la forma y la finalidad; fiel a la misión de la asociación y veraz.
- **Folleto:** debe tener la función de completar, enriquecer y profundizar los conceptos expresados en el texto. Es el lugar preferente para posibles solicitudes de apoyo económico más precisas y concretas. Debe potenciarse con imágenes y elementos gráficos.
- **Sobre:** Debe "hablar", es decir, debe estar caracterizado por la presencia de una breve frase (casi como un anuncio publicitario) que impulse al destinatario a abrir el sobre. También se puede potenciar con elementos gráficos de acuerdo con los presentes en el texto – carta y folleto. El sobre "hablante" es el elemento más importante de todo el correo, representa la tarjeta de visita de la asociación, gracias a su eficacia la carta se abre y se lee.
- **Pequeño presente (regalo, detalle...):** puede ser un calendario, una foto de las misiones, una tarjeta o un adhesivo, etc. No es indispensable insertarlo y es necesario recordar que no

se pueden usar materiales demasiado “ricos”, para no dar la impresión de malgastar el dinero de la asociación, aunque es obvio que no se hace.

DONANTES EFECTIVOS

¿Por qué no donan todos? ¿Por qué algunas personas son más sensibles que otras? ¿Por qué algunos donan durante toda su vida? ¿Por qué algunos donan más que otros?

Son preguntas a las que, probablemente, no sabremos nunca darles una respuesta definitiva, ya que, la misma, se oculta en los laberintos inescrutables del alma humana, que sólo Dios conoce. Sin embargo, podemos tratar de definir y planificar una acción y una estrategia, a partir de la experiencia de la práctica *in situ*.

La conquista de un benefactor es una inversión, porque su fidelización garantiza un retorno que se puede reinvertir, parcial o totalmente, en actividades, proyectos y/o iniciativas, que contribuyen a consolidar, renovar, incrementar y aumentar el número de adhesiones y de donantes fieles a lo largo del tiempo.

Es importante subrayar que la inversión para la gestión del donante es muy inferior a la necesaria para su adquisición y depende de la entidad y de la frecuencia de sus donaciones, así como de su fidelidad a lo largo del tiempo.

Por este motivo, sobre todo en una etapa de crisis como la que estamos viviendo, la actividad de comunicación no se debe reducir, al contrario, se debe intensificar y mejorar, con elecciones muy cuidadas, segmentando y perfilando el objetivo al que dirigirse, apuntando sobre todo hacia los nuevos medios de comunicación vía Internet, los cuales tienen costes reducidos y el potencial intrínseco de hablar a los jóvenes.

Aún hoy, muchos responsables de asociaciones insisten en limitar las solicitudes de apoyo temiendo que resulten excesivas y se obtenga el efecto contrario. En realidad, si consideramos que la donación representa un acto de participación por parte de sujetos interesados, la solicitud de apoyo no es más que una oportunidad que ofrece la asociación a sus benefactores.

El donante es una persona especial, una persona que ha decidido ser solidario con el prójimo más necesitado y por esto se debe tratar con el máximo cuidado, sensibilidad y atención, empezando por mensajes directos y personales.

Programa de fidelización

- **Paquete de bienvenida y agradecimiento:** cuando una persona decide apoyar la causa de la asociación es nuestro deber demostrarle gratitud, lo cual es, al mismo tiempo, un modo de transmitirle seriedad y sensibilidad. Además, es la mejor forma de fidelizarle y hacer que pase de ser donante ocasional a donante habitual. El agradecimiento debe ser personalizado y enviarse en el periodo de tiempo más breve posible. Cuanto más rápido sea el envío, más posibilidad hay de una posterior fidelización del benefactor. Puede estar constituido por:
 - Carta, eventualmente animándole a presentar a un amigo.
 - Tarjeta/Certificado.
 - Otros elementos adicionales como, por ej., un mapa que ilustre la difusión de las acciones de la asociación.
- **Correo directo periódico de carácter informativo:** se debe mantener viva la relación con el donante informándole periódicamente sobre las actividades de la asociación y sobre los proyectos promovidos o que se van a promover y agradeciéndole las posibles ofrendas, a través de: revista informativa, calendario fraccionado a lo largo del año, agradecimientos personalizados, renovación anual.
- **Correo específico** como las felicitaciones de Navidad, de Pascua, por el Santo o por otras posibles ocasiones y/o festividades.
- **Llamamientos especiales**, de acuerdo con las necesidades y programas correspondiente (por ej. emergencias).
- **Correo específico consagrado a socios inactivos.**

2.3. QUIÉN: DESTINATARIOS

Los destinatarios de la comunicación, tanto a través de la red como en papel, pueden dividirse en dos grandes categorías:

- PARTICULARES.
- EMPRESAS.

En ambas categorías, se pueden distinguir:

- PROSPECT o potenciales donantes.
- BENEFACTORES o donantes efectivos que se subdividen en:
 - DONANTES OCASIONALES.
 - DONANTES REGULARES.

Para cada una de estas categorías es necesario pensar, planificar y organizar programas específicos de comunicación que se puedan gestionar sólo si se dispone de un software de base de datos funcional, mediante el cual la asociación puede reunir y coordinar los datos que posee.

Dicha base de datos deberá prever:

- Una gestión estándar de los donantes activos e inactivos que comprenda el envío de varios tipos de mensajes dependiendo del programa de fidelización planificado por la Asociación.
- Una gestión específica de los donantes potenciales o prospect (listas frías) que comprenda, en primer lugar, un test con el consiguiente análisis de los datos y codificación de los correos enviados con el fin de evaluar el mensaje más exitoso y, en segundo lugar, la expansión de la campaña, que haya obtenido mejores resultados, a un mayor número de prospect. Una fase particularmente delicada de este proceso es la adquisición, previa, de las listas frías. Con el fin de obtener resultados óptimos, dichas listas deberán estar muy perfiladas, de acuerdo con el contenido y las características del mensaje.

Las empresas

La comunicación con las EMPRESAS requiere un tratamiento aparte. No es siempre fácil y debe asumir connotaciones específicas, compatibles con una realidad que tiene poco tiempo para dedicar a la lectura, en la que se razona en términos de inversión y no de donación por sí misma.

Precisamente por ese motivo, los mensajes para las empresas deberán ser más simples, concretos, consagrados a objetivos precisos y con una oferta diversificada.

La estrategia ganadora es el contacto directo y personal, aún mejor si dicho contacto se realiza a través de otra empresa y pasa también por la construcción a lo largo del tiempo de una sólida relación de colaboración para el eventual suministro de servicios y/o bienes a la asociación.

Planificar, no esperar resultados increíbles en poco tiempo, perseverar: ésta es la mejor táctica y, cuando se alcanza el objetivo, normalmente el valor de la colaboración justifica la dedicación y la paciencia consagradas.

Otros elementos fundamentales de la comunicación con el mundo empresarial son rendir cuentas y la transparencia.

La transparencia, por otra parte, representa el elemento fundamental para crear una relación estable y de confianza entre la asociación sin ánimo de lucro y sus benefactores.

Por lo tanto, la actividad de captación de fondos necesita también herramientas adecuadas de transparencia como:

- balance económico accesible a todos, publicado en las comunicaciones en papel y en el sitio web.
- revista informativa periódica y/o boletín de noticias online con información sobre las actividades y los proyectos realizados.
- presentación institucional.

- informe anual.
- balance, destinado, en primer lugar, a su publicación online y, sólo si es necesario y con una tirada limitada, en papel.

3. HACIA EL MUNDO MISIONERO A TRAVÉS DE LAS PROCURAS INSPECTORIALES

Dificultad de comunicación con las misiones y las OPD

Existen grandes dificultades y carencias a nivel de comunicación y de intercambio de información:

- Llegan muchísimas solicitudes genéricas de ayuda, pero no siempre se proporciona información detallada y precisa, aunque se solicite. La consecuencia es que, a menudo, la Procura encuentra dificultades si necesita explicaciones, aclaraciones e integraciones.
- Las dificultades persisten también cuando se financia un proyecto:
 - es rarísimo que se proporcionen actualizaciones e información con respecto al progreso del proyecto que se está desarrollando y es igualmente difícil obtener documentación descriptiva del proyecto una vez realizado, aunque se solicite insistentemente. Precisamente por ese motivo es fundamental subrayar la importancia de la documentación descriptiva, indispensable para mantener y cultivar una relación de confianza con los donantes que, no se debe olvidar, confían su dinero a los Salesianos con amor, caridad y afecto. La documentación contable, por su parte, se deberá conservar para posibles solicitudes futuras.
 - A menudo no se nos informa, ni siquiera, de la recepción del dinero (lo descubrimos porque se adeuda en la cuenta bancaria).
- Merecen un tratamiento aparte las financiaciones relativas a las Distribuciones del Rector Mayor: en este caso es difícilísimo que se nos envíe documentación.

Procuras Misioneras - Creación de redes de contactos profesionales

Si la comunicación es difícil, la creación de redes de contactos profesionales es prácticamente imposible. De las Procuras Misioneras no sabemos casi nada: no sabemos si existen, si son independientes o si pertenecen a la Inspectoría.

Incluso cuando sabemos que dichas oficinas existen, encontramos graves problemas debido principalmente a la falta de comunicación entre cada Procura y la Inspectoría. Sin embargo, es fundamental que la Inspectoría esté informada y que las Procuras Misioneras actúen, tanto si es de forma independiente como si no lo es siempre con los permisos inspectoriales debidos.

Por ese motivo nos parece importante aclarar bien el significado de creación de redes de contactos profesionales.

Desde nuestro punto de vista, la creación de redes de contactos profesionales consiste en dar y recibir, es una alianza, una red de intercambio recíproco de información, competencias y conocimientos técnicos de forma organizada y consciente.

Crear redes de contactos profesionales significa por lo tanto:

- construir una relación recíproca centrada en las personas y no basada sólo en un *quid pro quo* inmediato;
- crear una relación de confianza y colaboración real entre las partes basada en el respeto recíproco entre los interlocutores e impulsada por un espíritu de colaboración, incluso para pequeñas acciones;
- desarrollar una relación no es algo que se pueda abandonar a su suerte, sino que requiere organización y capacidad de gestión.

En resumen, los pilares clave de la creación de redes de contactos profesionales son la comunicación, la confianza y el respeto mutuo.

Es importante subrayar también que la creación de redes de contactos profesionales no es un concepto abstracto, sino que constituye algo muy concreto: es un conjunto de acciones y modalidades de actuación que permite a las partes implicadas desarrollar, de la mejor forma posible, sus actividades a través del intercambio y el enriquecimiento recíproco.

A la luz de todo esto, nos preguntamos cómo se puede hablar de creación de redes de contactos profesionales cuando falta uno de los pilares clave sobre los cuales se basa, es decir, la comunicación.

Esta reunión manifiesta precisamente la necesidad de comunicarse y continuar comunicándose. Con este fin es importante intensificar y ampliar la comunicación, en particular, a través de una mayor difusión del conocimiento de cada realidad y producción salesiana en este ámbito: boletines, reportajes, iniciativas de diverso tipo, sitios web... que a menudo se desconocen y que se llegan a conocer por casualidad.

Conclusión

Muchas personas, salesianas y no salesianas, vienen a mi oficina a hablarme de sus iniciativas, de sus proyectos, de sus necesidades. Les repito siempre la misma cosa: lo que verdaderamente es importante, cuando tomen su camino y vuelvan a su lugar de origen, es continuar con la comunicación. Por desgracia, una vez de vuelta a su tierra, olvidan estas charlas en las que se dicen tantas cosas bonitas e interrumpen la comunicación que se acaba de establecer.

► **CARACTERÍSTICAS, EN SÍNTESIS, DE LA COMUNICACIÓN SIN ÁNIMO DE LUCRO**

- Coordinación y continuidad de la imagen.
- Fidelidad y coherencia con la misión, los valores y los ideales propios.
- Valorización de los rasgos distintivos de la asociación sin ánimo de lucro recurriendo a conceptos clave y a eventuales eslóganes capaces de reforzar su identidad.
- Indicación de temas, actividades y proyectos a tratar.
- Ética y transparencia.
- Personalización del mensaje de acuerdo con el objetivo.
- Sinergia e integración entre las diversas modalidades de comunicación (web, papel, SMS, etc.).

► **ELEMENTOS CLAVE DE LA COMUNICACIÓN**

- Quiénes somos y qué hacemos.
- El problema y su solución.
- El que está leyendo la comunicación puede hacer que las cosas cambien.
- Información sobre cómo intervenir (voluntariado, donación, colaboración, etc.).
- Solicitar la acción o *call to action* (cuándo: inmediatamente).
- Con qué modalidades.
- Cómo encontrarnos y entrar en contacto con nosotros.

- Remisión al sitio, fundamental para proporcionar noticias, información ampliada, actualizaciones.
- Normas sobre la protección de datos personales.
- Beneficios fiscales.

► **CONTENIDO**

- Historias y testimonios de los misioneros.
- Narraciones de vivencias, de problemas solucionados, de proyectos realizados.
- Descripción precisa de los proyectos que se pretenden llevar a cabo.
- Variedad en los tipos de intervenciones y en las localizaciones geográficas.
- Imágenes positivas y de buena calidad.

CONCLUSIONES - HOJA DE RUTA 2015

P. VÁCLAV KLEMENT, SDB, CONSEJERO GENERAL PARA LAS MISIONES
D. JEAN PAUL MULLER, SDB, ECÓNOMO GENERAL

INTRODUCCIÓN

El Seminario sobre las PROCURAS MISIONERAS INSPECTORIALES, que ya tuvo lugar tres años antes del reciente seminario (Roma, noviembre 2009), trató de identificar algunos criterios y condiciones en las Inspectorías Salesianas para empezar a desarrollar las “Procuras Misioneras” (PM) al servicio de la misión salesiana. Unos cuarenta Salesianos y socios laicos misioneros se reunieron en Bonn, Alemania, durante tres días completos, del 26-28 de noviembre, 2012, procedentes de los cinco continentes. Los participantes han representado a veinte PM Inspectoriales de ocho Regiones Salesianas (7 de África-Madagascar, 4 de Sudamérica, 4 de Interamerica , 3 del Este de Asia-Oceanía, 4 de la Región de Asia del Sur, y 8 participantes de las regiones europeas), entre los mismos también estuvieron presentes las 5 PM principales y 3 PM Nacionales.

El Seminario fue facilitado por el Hno. Jean Paul Muller, Ecónomo General y el P. Václav Klement, Consejero para las Misiones. Unas 10 PM y 1 ONG enriquecieron el Seminario con su experiencia y diferenciadoras buenas prácticas.

El tema del Seminario “Procuras Misioneras al servicio del Carisma Salesiano”, es una expresión clara de la continuidad en el proceso de crecimiento de sinergias entre los diferentes agentes de Solidaridad Misionera Salesiana, que empezó tras el CG26. Dentro del extenso

contexto de la Solidaridad Misionera Salesiana, unas 40 Inspectorías Salesianas de todo el mundo, Inspectoriales y sus Consejos, Ecónomos Inspectoriales, directores de OPD, hermanos y socios misioneros Laicos, se han involucrado los últimos 6 meses en la preparación, respondiendo las dos encuestas y compartiendo sus buenas prácticas. El abundante material compilado está disponible en el ÁGORA de la página web de la Congregación Salesiana, www.sdb.org.

Estamos muy agradecidos a todos aquellos que han contribuido y participado en el exitoso proceso y resultados del Seminario de Bonn. Reconocemos especialmente la actitud creativa y el apoyo brindado por Don Bosco Mission Bonn (Director P. Clemens, Subdirector Sr. Nelson Penedo y su equipo), los Directores de las principales PM y a todos los que han contribuido de alguna manera.

Reunidos de todos los continentes, comenzamos con una reflexión sobre el papel de las PM en el contexto eclesial globalizado de la Iglesia Mundial y los desafíos de que vive la Congregación Salesiana en estos tiempos de rápido cambio. Confirmamos que la respuesta específica salesiana a la pobreza global es nuestra misión educadora-evangelizadora del joven, especialmente los más pobres. Con el objetivo de abordar las raíces culturales de la pobreza, hemos reflexionado sobre la eficacia y la sostenibilidad de nuestra misión. Reconocimos como nuestra única ventaja, el ser un organismo educativo a nivel mundial presente con una forma específica de evangelización marcada por el Sistema Preventivo de Don Bosco. Hemos sido capaces de utilizar esta ventaja para profundizar en la identidad salesiana de cada PM, mediante el intercambio y la colaboración con las autoridades civiles y eclesiales. Para apoyar nuestras misiones, hay que participar más activamente en las áreas de lobbying y advocacy. Al mismo tiempo, hay una indicación clara de que tenemos que hacer un mejor uso de nuestros recursos financieros y humanos (el personal local, jóvenes, colaboradores laicos misioneros). Como educadores, queremos ver y formar a los jóvenes como protagonistas de sus vidas y, como evangelizadores, queremos formarlos como misioneros de sus compañeros.

La PM es un rostro prominente de la Congregación hacia el público. Por lo tanto, todos los resultados y la comunicación, en particular

para la recaudación de fondos, debe partir de la identidad salesiana y el ejemplo de Don Bosco para vivir la pobreza evangélica con radicalidad, pidiendo de forma continua y humilde medios para la misión.

1. EL PROCESO DE CRECIMIENTO DE LAS PROCURAS MISIONERAS INSPECTORIALES

Progreso de las Procuras Misioneras en los últimos años.

El movimiento de la Congregación para crear y ayudar a crecer las PM puede trazarse desde el año 1984, con el inicio de los encuentros anuales de Directores de las PM y el nuevo artículo n. 24 del Reglamento General de los SDB (Procura misionaria = Procura Misionera).

Entre los principales logros se mencionaron, la mejora de la comunicación de la obra salesiana en la Sociedad y en la Iglesia, utilizando especialmente las nuevas tecnologías y las redes sociales. A través de una organización más eficaz, la distribución y control de fondos para proyectos, la PM ha fortalecido la confianza en la Congregación Salesiana y la propia PM. La PM se ha convertido en un punto de referencia o interfaz para misioneros además de para las personas que quieren comprometerse. La PM ha dado estímulo a la Delegación Inspectorial de Animación Misionera y todos los grupos interesados en el trabajo salesiano (voluntarios, parroquianos...)

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todos los que han contribuido al desarrollo de las PM (internacionales, nacionales, Inspectoriales) en los últimos años.

Por otra parte, una comprensión limitada de la PM podría considerarse como una debilidad. Se debe prestar especial atención a la relación entre el PM y la OPD. Sus funciones deben estar claramente definidas. Algunas Inspectorías no tenían una posición oficial sobre el papel y la función de la PM. Existen casos de división entre diferentes PM y ONG Salesianas de un país o de una Inspectoría SDB y, a veces, llegan a competir entre ellas. La PM tiene que seguir unas líneas directrices de captación de fondos aprobadas por la Inspectoría SDB.

Tienen, asimismo, que asegurar que estas líneas directrices son conocidas y respetadas por organizaciones e instituciones no pertenecientes a la Inspectoría.

Una evidencia concreta de la “evolución” de las PM Inspectoriales, especialmente en los países desarrollados, se encuentra en las diferentes etapas, o modelos de las PM descritas por las Inspectorías. Observamos un largo camino desde la situación de las PM no organizadas en la Inspectoría (modelo 0), atravesando a la simple PM (modelo 1), una PM con captación de fondos sistematizada (modelo 2) y una PM Inspectorial madura (modelo 3). Este sendero de crecimiento no es un claro proceso paso a paso y se han conocido algunos modelos “híbridos” con diferentes nombres. Entre los mismos, hay pocos ejemplos todavía en marcha en algunas Inspectorías, como la PM con una sola casa, sector de misión o un proyecto o la PM para atender a misioneros de origen.

Reconocemos el importante papel de las cinco principales PM (Bonn, Madrid, Nueva Delhi, New Rochelle, Turín) autorizadas por el Rector Mayor (RG artículo 24) que participan activamente en la creación y el fortalecimiento de capacidades de las respectivas PM Nacionales o Inspectoriales.

Principales desafíos y oportunidades emergentes del proceso

Como Salesianos, nuestro objetivo es el desarrollo integral y holístico de los jóvenes, particularmente de los pobres entre los pobres. Damos prioridad a los valores del Reino y trabajamos para que se realicen a través de la Espiritualidad Preventiva de Don Bosco.

Dado que no hay un modelo individual o ideal de PM para todas las Inspectorías Salesianas, cada una de ellas debería desarrollar su propio modelo respetando las Constituciones así como las líneas directrices dadas por el Consejero para las Misiones.

La PM tiene un papel importante que jugar en la Animación Inspectorial Misionera *ad extra* y *ad intra*. Sin embargo, para que sea efectiva, deberían existir algunos estándares mínimos. Bajo el liderazgo del Inspector, el Director de la PM apoya todas las actividades en favor de la evangelización.

La PM debe ser gestionada por Salesianos y Socios Laicos Misioneros bien cualificados. Deben incentivar una mentalidad solidaria y responsable entre los Salesianos desde los primeros años de su formación, desarrollar capacidades creativas y extender el Carisma Salesiano en la Iglesia local y la sociedad. Ello contribuirá a la continuidad, estabilidad e identidad salesiana de la PM y de la Inspectoría.

En la situación actual de una economía global, tanto en el mundo secular como en la Congregación Salesiana, cada PM Inspectorial busca recursos en forma de *know how*, aptitudes, dinero o de otro tipo según su propia situación local, de gobiernos a todos los niveles, de empresas públicas o privadas, de donantes o fundaciones no Salesianas, de comunidades y grupos y de todos los individuos de buena voluntad. En un esfuerzo de crecimiento, la PM velará porque todos sus socios tengan valores compatibles con nuestra identidad salesiana y cristiana.

La PM define sus formas de actuación bajo la supervisión del Inspector y de acuerdo con el Consejero para las Misiones, en la base de la identidad salesiana, la práctica diaria estará orientada por una gestión efectiva y transparente.

Bajo el liderazgo del Inspector, la PM junto con todas las entidades de la Inspectoría (OPD, ONG) persigue una acción concertada, fomentando el desarrollo humano, espiritual y social en los proyectos salesianos. Se hace a través del intercambio regular y el networking.

2. HOJA DE RUTA 2015

Reconociendo las oportunidades que han surgido en los últimos años, también somos conscientes de la necesidad de reinstaurar los pilares requeridos para cualquier PM. Estos puntos básicos establecen un marco común independientemente de las diferentes realidades de cada Inspectoría Salesiana. En los próximos años hasta 2015, se presenta como un buen regalo para el bicentenario del nacimiento de Don Bosco, otro criterio focalizado, otra manera universal sugerida localmente para llegar a la PM.

a) La Procura Misionera – rol e identidad

La PM es una entidad jurídica o de cualquier otra naturaleza instituida y propia de la Comunidad Inspectorial Salesiana (C.44, C.58 Constituciones Salesianas), al completo servicio del carisma salesiano. Facilita la difusión del mensaje evangélico en la sociedad, haciendo crecer el interés a nivel mundial por la misión salesiana y a través de las diferentes formas de captación de fondos, ayuda a la sostenibilidad del ministerio salesiano, vocación y formación en los lugares más necesitados.

Cada PM Inspectorial debería contribuir de forma proporcional a la Solidaridad del Rector Mayor – especialmente ayudando con fondos a las necesidades de formación.

Su lugar y trabajo es reconocido en el Elenco de la Inspectoría con la debida aprobación del Capítulo Inspectorial.

b) La Procura Misionera – creencias, valores y principios

La PM, en el trabajo de ayuda a concienciar respecto a la doble vertiente de la misión salesiana, educación y evangelización, está guiada por los valores evangélicos con la mentalidad de Emmaus (escuchando y compartiendo jornadas juntos), a través de la Doctrina Social de la Iglesia Católica, el Sistema Preventivo Salesiano, las Constituciones Salesianas, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, así como por las necesidades de la Iglesia social y de los jóvenes.

c) La PM - socios

La PM sigue las directrices de la Congregación. La PM selecciona su público para suscitar interés en la Iglesia y en la sociedad por la misión mundial eclesial de los Salesianos de Don Bosco, animarla y apoyarla. La PM invita a toda la gente de buena voluntad (voluntarios, donantes, benefactores, seguidores...) a ser parte de la solidaridad misionera a nivel mundial.

d) La PM – programa y servicios

La PM tiene el compromiso de estudiar los diferentes métodos de sostenibilidad de la misión salesiana para hacer posibles los programas de la propia Inspectoría y contribuye a la solidaridad misionera a nivel mundial de la Congregación. Concretamente, la PM está a cargo de las siguientes actividades:

- Información y educación del público en vista de la desesperada situación de los jóvenes a nivel mundial.
- Información y educación del público sobre las necesidades de las tareas de la iglesia mundial y las actividades de los Salesianos.
- Apoyo al trabajo de los Salesianos en beneficio de la juventud mediante becas, captación de fondos y educación pública.
- Fomento de vocaciones y apoyo a las necesidades de formación.
- Difusión de material pedagógico y tecnológico para la pastoral juvenil y guía espiritual, formación y educación de los jóvenes.

e) La PM – posición de la comunidad Inspectorial

La PM trabaja bajo la guía y supervisión del Consejo Inspectorial. Trabaja con los delegados de Pastoral Juvenil y Comunicación Social en una atmósfera de trabajo en equipo, respeto mutuo y apoyo. Toma parte en las discusiones con los órganos de animación Inspectoriales y locales, en los asuntos que conciernen a su mandato.

A través del diálogo con las Inspectorías beneficiarias, la PM comparte expectativas, ideas y visiones sobre el desarrollo de proyectos en favor de la juventud. La PM crea una mayor conciencia sobre la Iglesia mundial en las comunidades locales salesianas y difunde la misión salesiana al mundo.

f) La PM – recursos humanos

Todos en la PM, especialmente los Socios Laicos Misioneros, construyen una comunidad comprometida con el desarrollo pastoral de los donantes (evangelizando a través de la captación de fondos y captando fondos a través de la evangelización).

La PM está dirigida por personas profesionales, competentes y comprometidas con una adecuada formación en análisis social, gestión financiera y de proyectos, Salesianidad y otra formación técnica y salesiana relacionada con las actividades de la PM. La PM reconoce el valor de sus empleados respetando la legislación laboral nacional.

g) La PM – procedimientos

La PM adopta estatutos, manuales de operaciones así como un código ético para sus operaciones internas y en sus relaciones con sus grupos objetivos y socios, especialmente con respecto a la captación de fondos, distribución, implicación de donantes y sus intenciones, transparencia, sostenibilidad e impacto de los proyectos salesianos. La PM envía una vez al año un informe al Ecónomo General.

h) La PM – fuentes de financiación

La PM tiene como objetivo los fondos obtenidos a través de la solidaridad salesiana (Inspectorial y congregacional) y los esfuerzos locales, nacionales e internacionales.

Podemos afirmar claramente, que la PM solo puede existir de una manera significativa y fructífera cuando el Inspector y su Consejo facilitan su saludable integración en la vida de la Inspectoría.

3. FINALIZANDO EL SEMINARIO – ALGUNAS INVITACIONES CONCRETAS PARA EL FUTURO

- Nuestro agradecimiento a todos los que han contribuido a la preparación y han compartido los materiales para el seminario sobre PM, especialmente a Misiones Salesianas de Madrid, quien se ha hecho cargo de publicar las Actas del Seminario en inglés y español. Nos gustaría que todas la Inspectorías se beneficiasen del seminario a través de la comunicación de buenas prácticas, la profundización en el conocimiento resultado y nos comprometemos a hacer que esta información esté disponible.
- Sugerimos que la PM se convierta en una parte integrada de la Animación Inspectorial Salesiana y de las estructuras de gobierno, a través del Plan Operacional Inspectorial (POI) y el Directorio Inspectorial, los cuales deben ser aprobados por los actuales Capítulos Inspectoriales 2012- 2013.
- Invitamos a las Inspectorías Salesianas y principales PM a continuar su contribución al refuerzo de capacidades de las PM Inspectoriales y el establecimiento de nuevas.
- Proponemos que la formación del Director de la PM y su equipo cubra la nueva visión sobre la misión y la doctrina social de la Iglesia Católica, salesianidad y espiritualidad, además de capacitación de fondos y lo relacionado con la aptitudes de comunicación social de forma profesionalizada.
- Animamos a las PM a entender correctamente la terminología salesiana, tal y como se muestra en la página <http://www.sdb.org/pmwiki/pmwiki.php>.
- Animamos al networking entre las PM de cada región salesiana, para facilitar un mutuo apoyo e intercambio de las mejores prácticas de cada Inspectoría.

PROCURAS MISIONERAS INSPECTORIALES
AL SERVICIO DEL CARISMA SALESIANO

ANEXOS



SEMINARIO

BONN 26-28 NOVIEMBRE 2012

CONCLUSIONI - ITINERARIO VERSO IL 2015

INTRODUZIONE

Il Seminario delle PROCURE MISSIONARIE ISPETTORIALI che già ha avuto luogo tre anni fa prima di questo (Roma, novembre 2009), ha cercato di individuare alcuni criteri e condizioni nelle Ispettorie Salesiane per iniziare a sviluppare delle "Procure Missionarie" (PM) al servizio della missione salesiana. Circa quaranta Salesiani e collaboratori laici si sono radunati a Bonn, Germania, nel corso di tre giorni, dal 26 novembre 2012, provenienti dai cinque continenti. I partecipanti hanno rappresentato venti PM Ispetoriali delle otto Regioni Salesiane: 7 di Africa-Madagascar, 4 di America Cono Sud, 4 di Interamerica, 3 di Asia Est-Oceania, 4 della Regione Asia Sud e 8 delle regioni europee, tra loro erano anche presenti le 5 PM internazionali e 3 PM nazionali.

Al seminario hanno partecipato il Signor Jean Paul Muller, Economo Generale, e Don Václav Klement, Consigliere per le Missioni. Circa 10 PM e una ONG hanno arricchito il seminario con la loro esperienza.

Il Tema del Seminario "Uffici di Missioni al servizio del Carisma Salesiano" è una chiara espressione del processo di crescita di sinergie tra i diversi agenti di Solidarietà Missionaria Salesiana, iniziata dopo il CG26. Nell'ampio contesto di solidarietà missionaria salesiana, circa 40 Province salesiane di tutto il mondo, Ispettori e i loro consigli ispettoriali, Economisti ispettoriali, i direttori di DOP, confratelli e laici missionari, sono stati coinvolti negli ultimi 6 mesi nella preparazione,

nel rispondere alle due inchieste e nella condivisione delle loro migliori pratiche. L'abbondante materiale compilato è disponibile nell'AGORA del sito della Congregazione Salesiana www.sdb.org.

Siamo molto grati a tutti coloro che hanno partecipato e contribuito al buon esito del processo e dei risultati del seminario di Bonn. Riconosciamo, in particolare l'atteggiamento creativo e il supporto di Don Bosco Mission Bonn (Direttore D. Clemens Schliermann, Vice Direttore il Sig. Nelson Penedo e la loro equipe), dei responsabili delle PM internazionali e di tutti coloro che hanno contribuito in qualche modo al successo dell'evento.

Riuniti da tutti i continenti, abbiamo iniziato con una riflessione sul ruolo della PM nel contesto del mondo globalizzato e nella Chiesa Universale, affrontando le sfide della Congregazione Salesiana in questi tempi di rapido cambiamento. Si conferma che la risposta specifica salesiana alla povertà globale è la nostra missione educativa ed evangelizzatrice dei giovani, in particolare dei più poveri. Con lo scopo di affrontare le radici culturali della povertà, abbiamo riflettuto sull'efficacia e la sostenibilità della nostra missione. Abbiamo riconosciuto come nostro unico vantaggio, l'essere un organismo scolastico a livello mondiale presente con una specifica forma di evangelizzazione, contrassegnata dal Sistema Preventivo di Don Bosco. Siamo stati in grado di utilizzare questo vantaggio per approfondire l'identità salesiana di ogni Procura Missionaria, attraverso lo scambio e la collaborazione con le autorità civili ed ecclesiastiche. Per sostenere le nostre missioni, bisogna partecipare più attivamente nelle aree delle attività di lobbying e advocacy. Allo stesso tempo, vi è una chiara indicazione che dobbiamo sfruttare al massimo le nostre risorse finanziarie e umane (la gente del posto, giovani, collaboratori laici, volontari). Come educatori, vogliamo vedere ed educare i giovani come protagonisti della loro vita, e come evangelizzatori, vogliamo formarli come missionari dei loro compagni.

La PM è un prominente volto della Congregazione nei confronti del pubblico. Quindi, tutti i risultati e le comunicazioni, in particolare per la raccolta di fondi, devono partire dall'identità salesiana e l'esempio di Don Bosco a vivere la povertà evangelica con radicalità, chiedendo continuamente e con umiltà mezzi per la missione da svolgere.

1. IL PROCESSO DI CRESCITA DELLE PROCURE MISSIONARIE

Lo sviluppo delle Procure Missionarie negli ultimi anni.

Il movimento della Congregazione a creare e contribuire a far crescere le PM comincia nell'anno 1984, con l'inizio delle riunioni annuali dei Direttori delle PM e dal nuovo articolo n. 24 dei Regolamenti Generali dei Salesiani (Procura missionaria = Mission Office).

Tra i principali risultati, si contano: il miglioramento della comunicazione dell'opera Salesiana nella società e nella Chiesa, in particolare mediante le nuove tecnologie e le reti sociali. Attraverso una più efficace organizzazione, distribuzione e controllo dei fondi per i progetti, le PM hanno rafforzato la fiducia nella Congregazione Salesiana. La PM è diventata un punto di riferimento per i missionari, nonché per le persone che vogliono impegnarsi per le missioni. La PM ha incoraggiato i Delegati Ispettoriali di Animazione Missionaria e tutti i gruppi interessati nel lavoro Salesiano (volontari, parrocchiani, famiglia salesiana...)

Desideriamo esprimere il nostro più sincero ringraziamento a tutti coloro che hanno contribuito allo sviluppo delle PM (internazionali, nazionali, ispettoriali) negli ultimi anni.

D'altro canto, una comprensione limitata delle PM potrebbe essere vista come una debolezza. Particolare attenzione dovrebbe essere prestata al rapporto tra la PM e la OPD (Uffici di sviluppo e pianificazione). La relazione tra le PM e OPD dovrebbe essere chiaramente definita. Inoltre, alcune ispettorie non hanno preso una posizione ufficiale riguardo il ruolo e la funzione della PM. Ci sono casi di frammentazione, anche di concorrenza tra diverse PM e ONG dei Salesiani di un paese o di una ispettoria salesiana. La PM deve seguire le linee guida per la raccolta dei fondi approvati dall'Ispettorìa. Anche per far sì che i suddetti orientamenti siano conosciuti e rispettati da organizzazioni e istituzioni che non appartengono all'Ispettorìa.

Una prova concreta dell' "evoluzione" della PM Ispettoriale, specialmente nei paesi sviluppati, si trova in diverse fasi, o modelli delle PM descritte dalle Ispettorie. Si nota una lunga strada poiché la situazione delle PM non organizzate nell'Ispettorìa (modello 0), al semplice

PM (modello 1), una PM con raccolta di fondi sistematizzati (modello 2) fino ad una PM ispettoriale matura (modello 3). Questo percorso di crescita non è un chiaro processo passo per passo e troviamo alcuni modelli "ibridi" con nomi diversi. Tra questi, vi sono pochi esempi ancora in alcune ispettorie, come ad esempio la PM per appoggiare una sola casa, un settore della missione, o un progetto o delle PM che sostengono solo pochi missionari originari dell'ispettoria.

Principali sfide e opportunità del processo

Come Salesiani, il nostro obiettivo è lo sviluppo integro e globale dei giovani, specialmente dei poveri tra i poveri. Diamo la priorità ai valori del Regno e lavoriamo affinché venga eseguito attraverso la Spiritualità Preventiva di Don Bosco.

Poiché non vi è alcun singolo modello o ideale di PM per tutte le Ispettorie Salesiane, ciascuna di esse deve sviluppare il proprio modello nel rispetto delle Costituzioni, nonché le indicazioni del Consigliere per le Missioni.

La PM ha un ruolo importante da svolgere nell'animazione missionaria ispettoriale ad extra e ad intra. Tuttavia, per essere efficace, devono esserci delle norme minime. Sotto la direzione dell'Ispettore, il direttore della PM supporta tutte le attività a favore dell'evangelizzazione.

La PM dovrebbe essere gestita dai Salesiani e da laici collaboratori qualificati. Dovrebbe incoraggiare una mentalità di solidarietà responsabile tra i Salesiani fin dai primi anni della formazione, sviluppare le capacità creative ed estendere il Carisma Salesiano nella Chiesa locale e nella Società. Ciò contribuirà alla continuità, stabilità e identità Salesiana della PM e dell'Ispetoria.

Nella situazione attuale dell'economia mondiale, sia nel mondo laico come nella Congregazione Salesiana, ogni PM Ispetoriale cerca le risorse in forma di know-how, competenze, denaro, o di altro tipo secondo la propria situazione locale, da governi a tutti i livelli, da imprese pubbliche o private, da un donatore o fondazioni Salesiane e non, da comunità, gruppi e da tutte le persone di buona volontà. In uno sforzo di crescita, la PM assicurerà che tutti i soci avranno valori

coerenti con la nostra identità Cristiana e Salesiana. In uno sforzo di crescita, la PM assicurerà che tutti i loro soci abbiano la nostra Identità Cristiana e Salesiana.

La PM definisce i loro modi di agire sotto la supervisione della Ispettorìa, in accordo con il Consigliere per le missioni, alla base dell'identità salesiana, la pratica quotidiana sarà guidata da una gestione efficace e trasparente.

Sotto la direzione dell'Ispettore, la PM insieme a tutti gli enti dell'Ispettorìa (OPD, ONG) persegue un'azione concertata, e lo sviluppo umano, spirituale e sociale nei progetti di Salesiani. Si fa attraverso il regolare scambio e il networking

2. ITINERARIO VERSO IL 2015

Mentre riconosciamo le opportunità che sono emerse negli ultimi anni, siamo anche consapevoli della necessità di ripristinare i pilastri necessari per le Procure Missionarie. Questi punti base definiscono un quadro comune a prescindere dalle diverse realtà di ogni Ispettorìa Salesiana. Nei prossimi anni, fino al 2015, è presentato come un buon regalo per il bicentenario della nascita di Don Bosco, un altro criterio, un modo universale suggerito localmente per costruire la Procura Missionaria.

a) La Procura Missionaria - ruolo e identità

La PM è una persona giuridica o di qualsiasi altra natura istituita e propria della Comunità Ispettoriale Salesiana (C. 44, C. 58 Costituzioni Salesiane), al servizio completo del Carisma Salesiano. Facilita la diffusione del messaggio evangelico nella società, facendo crescere l'interesse a livello mondiale, la Missione Salesiana attraverso le diverse forme di attività di raccolta di fondi, per la sostenibilità della missione salesiana, vocazione e formazione nei luoghi più bisognosi.

Ogni PM ispettoriale dovrebbe contribuire in forma proporzionale alla solidarietà del Rettore Maggiore - soprattutto aiutando i fondi ne-

cessari per la formazione salesiana. Il suo luogo e il lavoro è riconosciuto nell'organigramma dell'ispettoria con la dovuta approvazione del consiglio ispettoriale

b) La Procura Missionaria – Principi e valori

La PM nel suo servizio, per creare la consapevolezza del duplice aspetto della Missione Salesiana, educazione ed evangelizzazione, è guidata dai valori del Vangelo con la mentalità di Emmaus (con l'ascolto e la condivisione camminando insieme), attraverso la Dottrina Sociale della Chiesa Cattolica, il Sistema Preventivo Salesiano, le Costituzioni Salesiane, la Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo, così come per le necessità della Chiesa e dei giovani.

c) La Procura Missionaria - 'partners'

La OM sigue las directrices de la Congregación. La OM selecciona su público para suscitar interés en la iglesia y en la sociedad por la misión mundial eclesial de los Salesianos de Don Bosco, animarla y apoyarla. La OM invita a toda la gente de Buena voluntad (voluntarios, donantes, benefactores, seguidores,...) a ser parte de la solidaridad misionera a nivel mundial.

d) La Procura Missionaria – programma e servizi

La PM ha l'impegno di studiare i vari metodi per la sostenibilità della Missione salesiana per rendere possibile i programmi della propria ispettoria e contribuisce alla solidarietà missionaria a livello mondiale della Congregazione. In particolare, la PM si occupa delle seguenti attività:

- Informazione e sensibilizzazione del pubblico in vista della situazione dei giovani in difficoltà e a rischio in tutto il mondo;
- Informazione ed educazione del pubblico sui bisogni, i compiti della Chiesa mondiale e le attività dei Salesiani all'interno della Chiesa;

- Sostegno per il lavoro dei Salesiani in favore dei giovani attraverso borse di studio, raccolta di fondi e pubblica istruzione;
- Promozione delle vocazioni e sostegno alla formazione;
- Diffusione di materiale didattico e tecnologico per la pastorale giovanile, offrire la guida spirituale, la formazione e l'educazione dei giovani.

e) La Procura Missionaria - posizione della comunità Ispettorale

La PM lavora sotto la guida e la supervisione del Consiglio Ispettorale. Lavora insieme con i delegati della Pastorale Giovanile e la Comunicazione Sociale in un'atmosfera di lavoro di equipe, nel rispetto e nel sostegno reciproco. Partecipa alla discussione degli organismi di animazione ispettorale e locale, per le questioni che riguardano il suo mandato.

Attraverso il dialogo con le ispettorie beneficiarie, la PM condivide aspettative, idee e visioni sullo sviluppo di progetti a favore della gioventù. La PM crea una maggiore consapevolezza sulla chiesa a livello mondiale nelle comunità locali Salesiane e diffonde le informazioni sulla missione Salesiana nel mondo

f) La Procura Missionaria -risorse umane

Tutti nella PM, soprattutto i laici collaboratori, formano una comunità impegnata per lo sviluppo della pastorale dei donatori (I Benefattori sono evangelizzati attraverso la raccolta di fondi, e la raccolta di fondi contribuisce alla loro evangelizzazione).

La PM è guidata da persone competenti e professionali, impegnati con un'adeguata formazione in analisi sociale, gestioni finanziarie e di progetti, Salesianità e altra formazione tecnica e salesiana relativa alle attività delle PM. La PM riconosce il valore dei suoi dipendenti nel rispetto della legislazione nazionale in materia di lavoro.

g) La Procura Missionaria – procedure

La PM adotta statuti, manuali di operazioni, nonché un codice etico per il suo funzionamento interno e nelle loro relazioni con i gruppi e i suoi soci, in particolare per quanto riguarda la raccolta dei fondi, la distribuzione, il coinvolgimento dei donatori e le loro intenzioni, la trasparenza, la sostenibilità e l’impatto dei progetti dei Salesiani. La PM invia una volta l’anno la relazione all’Economo Generale.

h) La Procura Missionaria - fonti di finanziamento

La PM ha come obiettivo ottenere i fondi attraverso la solidarietà salesiana (ispettoriale e di congregazione) a livello locale, nazionale e internazionale.

Possiamo affermare che la PM può esistere soltanto in modo significativo e fecondo se l’Ispettore e il suo Consiglio facilitano la sua sana integrazione nella vita dell’Ispettorato.

3. FINALIZANDO EL SEMINARIO – ALGUNAS INVITACIONES CONCRETAS PARA EL FUTURO

- La nostra gratitudine a tutti coloro che hanno contribuito alla preparazione ed hanno condiviso il materiale per il seminario sulla Procura Missionaria, specialmente “Misiones Salesianas” di Madrid, che ha preso il compito di pubblicare gli Atti del Seminario in lingua inglese e spagnola. Ci piacerebbe che tutte le ispettorie possano beneficiare del seminario attraverso la comunicazione degli atti, l’approfondimento nella conoscenza e nell’impegno a rendere disponibili queste informazioni.
- Sugeriamo che la PM diventi parte integrante dell’animazione ispettoriale salesiana e delle strutture di governo, attraverso il Piano Organico Ispettoriale (POI) e il Direttorio Ispettoriale, che deve essere approvato dagli attuali Capitoli Ispettoriali del 2012-2013.

- Invitiamo le ispettorie salesiane e le principali PM a continuare il loro contributo al rafforzamento delle capacità delle PM ispettoriali e la creazione di nuove PM.
- Proponiamo che la formazione del Direttore della PM e dei suoi collaboratori comprenda la nuova visione per la missione e la dottrina sociale della Chiesa Cattolica, Salesianità e spiritualità, in aggiunta alla raccolta di fondi e di atteggiamenti di comunicazione sociale in modo professionale.
- Incoraggiamo le Procure Missionarie a comprendere correttamente la terminologia Salesiana, come mostrato nella pagina <http://www.sdb.org/pmwiki/pmwiki.php>.
- Incoraggiamo il lavoro in rete tra le Procure Missionarie in ogni regione salesiana, per favorire il sostegno reciproco e lo scambio delle migliori pratiche per ciascuna ispezione.

CONCLUSIONS - ROAD MAP 2015

INTRODUCTION

This PROVINCIAL MISSION OFFICE Seminar took place 3 years after the recent seminar (Rome, November 2009) which tried to identify some criteria and conditions in the Salesian provinces to start or develop the 'Mission Offices' (MO) at the service of the Salesian mission. Some forty Salesians and Lay Mission Partners gathered in Bonn, Germany for three full days, November 26-28, 2012, coming from all five continents. The participants represented the 20 Provincial MO's of all eight Salesian Regions (7 of Africa-Madagascar, 4 of the America-Southern Corner, 4 of Interamerica, 3 of East Asia-Oceania, 4 of the South Asia region and 8 participants of European regions), among them were present also the 5 major MO's and 3 national MO's.

The Seminar was animated by Br. Jean Paul Muller, Ecomer General and Fr. Václav Klement, Councilor for the Missions. Some 10 different MO's and one NGO enriched the Seminar with their experience of differentiated good practices.

The topic of the Seminar, 'Mission Office at the service of the Salesian Charism' is a clear expression of the continuity in the process of growing synergy among the different agents of Salesian missionary solidarity which started after GC26. Within the larger context of Salesian missionary solidarity, some 40 Salesian provinces worldwide, provincials and their Councils, Provincial Ecomers, OPD directors, confreres

and lay mission partners were involved during the past 6 months in the preparation, replying to two surveys and contributing with a sharing of their good practices. The abundant material gathered is available at the AGORA of the Salesian Congregation on the website www.sdb.org.

We are very grateful to all who contributed to and participated in the successful proceedings and results of the Bonn seminar. We acknowledge especially the very supportive and creative attitude of the Don Bosco Mission Bonn (Director Fr. Clemens, Deputy Director Mr. Nelson Penedo with their team), the Directors of all major MO's and to all others who contributed by any means.

Coming together from all continents, we started with a reflection on role of MO in the globalized ecclesial context of the World Church and the challenges of the Salesian Congregation living in these rapidly changing times. We confirmed that the specific Salesian answer to global poverty is our educational-evangelizing mission to the youth, especially to the poorer ones. Aiming to address the cultural roots of poverty, we reflected on the effectiveness and sustainability of our mission. We recognized our unique advantage as being a globally present educative agency with a specific way of evangelization marked by the Preventive System of Don Bosco. We have been able to use this advantage to deepen the Salesian identity of each MO's, by sharing and networking with civil and ecclesial authorities. To support our missions, it is necessary to be more actively involved in the areas of lobbying and advocacy. At the same time, there is a clear indication that we need to make better use of our financial and human resources (local people, youth, lay mission partners). As educators we want to see and form the youth as protagonists of their lives and, as evangelizers, we want to form them as missionaries of their peers.

The MO is a prominent face of the congregation to the public. Therefore, all performance and communication, in particular for fundraising, should start from the salesian identity and the example of Don Bosco to live the evangelical poverty with radicality in continuous humble asking means for the mission.

1. THE GROWTH PROCESS OF THE PROVINCIAL MISSIONS OFFICE

Progress of the Mission Offices in the past years

The move of the Congregation to create and help the growth of the MO's can be traced back to the year of 1984, with the start of annual MO Directors encounters and new article n.24 in the SDB General Regulations (Procura missionaria = Salesian Mission Office).

Among the main achievements were mentioned the improved communication of the Salesian work in society and church, specially using new technologies and social networks. Through more effective organisation, distribution, controlling of funds for projects, the MO's have strengthened the trust in the salesian congregation and the single MO's. MO's have become point of reference or interface for the missionaries as well as for the people who want to commit themselves. MO's have given stimulus for the Provincial delegate for missionary animation and all the groups interested in salesian work (volunteers, parishes,...).

We would like to express the heartfelt thanksgiving to all who contribute to the development of the MO's (international, national, provincial) in past years.

On the other hand, a limited understanding of the MO might be seen as a weakness. Special attention should be given to the relationship between the MO and the OPD. Their roles should be clearly defined. Also, some provinces did not take an official position regarding the MO's role and functions. There are also some cases of fragmentation of different even competing MO and salesian NGOs in one country or SDB province. The MO's have to follow the guidelines for fundraising approved by their Provinces. They have to ensure that these guidelines are also known and respected by organisations and institutions not belonging to the province.

Concrete evidence of this 'evolution' of the Provincial MO's especially in the developing countries is found in the different stages or models of the MO described by the provinces. We observed a long journey from a non-organized MO situation in the province (model 0), through to a simple MO (model 1), a MO with a systematic fundraising (model 2) and a fully fledged Provincial MO (model 3). This growth

path is not a clear step-by-step process and some 'hybrid' models with different names were noted. Among these were poor examples, still in place in some Provinces, such as MO's concerned with either only one house, sector of mission or one project or MO's caring only for the missionaries of their country of origin.

We acknowledge the important role of the five major MO's (Bonn, Madrid, New Delhi, New Rochelle, Turin) authorized by the Rector Major (R art.24) which are actively involved in the creation and capacity building of respective national or provincial MO

Main challenges and opportunities emerging in the process

As Salesians we aim at a holistic, integrated development of the young, particularly the poor among them. We give priority to the values of the Kingdom and work towards realizing them through the Preventive Spirituality of Don Bosco.

As there is no single or ideal model of a MO for all Salesian provinces, every Province should develop their own model respecting the Constitutions and the guidelines given by the Councillor for Missions.

The MO has an important role to play in the provincial missionary animation ad extra and ad intra. However, in order to be effective, there should be some minimum standards. Under the leadership of the Provincial, the MO director supports all activities in favour of evangelization.

The MO is to be managed by well qualified Salesians and lay mission partners. They, in turn, should encourage a solidarity and responsibility mentality among Salesians from the early years of their formation, develop the creative capacities and spread the Salesian Charism in the local Church and Society. This will contribute to the continuity, stability and Salesian identity of the MO and of the Province.

In the current situation of a global economy, both in the secular world and in the Salesian Congregation, each provincial MO looks for resources in the form of know-how, skills, cash or kind in their own local situation, from governments at all levels, from private and public corporations, from non-Salesian trusts and foundations, from communities

and groups and from all individuals of good will. In an effort to growth, the MO takes care that all its partners hold values that are compatible with our Christian and Salesian identity.

The MO define own policies under the supervision of the Provincial and in agreement with the Councillor for the Missions, on the basis of Salesian Identity, effective management and transparency which orientate the daily practice.

Under the leadership of the Provincial, the MO together with all entities of the province (OPDs, NGOs) aim at a concerted action fostering the human, spiritual and social development in salesian projects. They do so by regular exchange and networking

2. ROAD MAP 2015

Affirming the opportunities that have emerged in the past years, we also recognize the need to re-state the essentials required for any MO. These basics points establish a common ground irrespective of the different realities of each Salesian province. In the years leading up to 2015, we present as a fitting gift to the bi-centenary of the birth of Don Bosco, a broad yet focused, universal yet local suggested way forward for the MO.

a)The Mission Office - identity and role

The MO is an entity, juridical or otherwise, instituted and owned by the Salesian Provincial Community (C.44, C.58 Salesian Constitutions), fully at the service of the Salesian Charism. It facilitates to spread the Gospel message in the society, raising the interest in the Salesian Mission worldwide and through different ways of fundraising helps to sustain Salesian ministry, vocation and formation in the most needed places.

Each Provincial MO should contribute in proportional way to the Solidarity of the Rector Major - especially helping the formation fund needs.

Its place and work is recognized in the Province's Directory with due approval of the Provincial Chapter

b)The MO - beliefs, values and principles

The MO, in its work of helping to realize the two-fold Salesian mission of education and evangelization, is guided by gospel values, with a Emmaus mentality (listening and journeying together), by the social teaching of the Catholic Church, the Salesian preventive system, the Salesian Constitutions, the universal declaration of human rights, as well as by the needs of the local Church and of the young people.

c) The MO - partners

The MO follows the guidelines of the congregation. The MO targets the public in order to arouse interest in church and society for the world church's mission of the Salesians of Don Bosco and to encourage and support it. The MO invites all people of good will (volunteers, donors, benefactors, supporters,...) to be part of the worldwide mission solidarity.

d)The MO - programs and services

The MO undertakes research into the possible methods of sustainability of the Salesian Mission to make possible the programs of own province and contribute to the worldwide missionary solidarity of the Congregation. Concretely, the MO engages in the following activities:

- Information and education of the public in view of the desperate situation of young people worldwide;
- Information and education of the public about the needs of the world church's tasks and activities of the Salesians
- Support for the work of the Salesians to the benefit of the youth by means of sponsorship, acquisition of funds and public education;

- Encouragement of vocations and supporting of formation needs
- Dissemination of pedagogic material and media for youth ministry and spiritual guidance, training and education of young people.

e) The MO - position in the Provincial community

The MO works under the guidance and supervision of the Provincial Council. It works with the Youth Ministry and Social Communication delegates in an atmosphere of teamwork, mutual respect and support. It takes part in discussions with provincial and local organs of animation on matters relevant to its mandate.

Through dialog with beneficiary provinces, the MO's share expectations, ideas and visions about the development of projects in favour of the youth. The MO brings awareness about the world church to the local Salesian communities and spreads the salesian mission to the world.

f) The MO - human resources

Every one in the MO, specially the lay mission partners, builds a community which is committed to develop a pastoral of donors (Evangelizing by fundraising and fundraising by Evangelizing).

The MO is run by professional, competent and committed persons, equipped with adequate formation in social analysis, Project and Financial Management, Salesianity and other technical and Salesian formation related to MO activities. The MO acknowledges the value of its employees respecting national labour standards.

g)The MO – processes

The MO adopts statutes, manuals of operation, as well as a Code of Ethics in its internal operations and in its dealings with its target groups and partners, specially with regard to fundraising, distribution, involvement of donors and their intentions, transparency, sustainability and impact of salesian projects. The MO sends once a year a report to the Economer General.

h)The MO - fund sources

The MO aims for funds through Salesian solidarity (provincial and congregational) and local, national and international fund-raising efforts.

We clearly affirm that the MO can only exist in a significant and fruitful way when the Provincial and his Council facilitates its healthy integration into the life of the province.

3. 4. FOLLOW UP OF THE SEMINAR – SOME CONCRETE INVITATIONS FOR THE FUTURE

- We are grateful to all who contributed to the preparation and sharing of the MO seminar materials, especially to 'Misiones Salesianas' of Madrid who undertook to publish the Acts of the Seminar both in English and Spanish. We would like all our provinces to benefit from the seminar by sharing the good practices and deeper insights which have resulted and we commit ourselves to making this information available.
- We suggest that the MO becomes an integral part of the Salesian provincial animation and government structures, through the Overall Provincial Plan (OPP) and Provincial Directory, both of which might be approved by the current Provincial Chapters 2012- 2013.
- We invite the Salesian Provinces and major MO's to continue their contribution to the capacity-building of the Provincial MO's and to the establishment of new ones.

- We propose that the formation of the MO Director and his team covers the new vision of the mission and social teaching of the Catholic Church, Salesianity and spirituality, as well as fundraising and social communications related professional skills.
- We encourage the MO's to understand and use correctly the Salesian terminology as provided in the Salesian website <http://www.sdb.org/pmwiki/pmwiki.php>.
- We encourage regular networking between the MO's in each Salesian region, in order to facilitate mutual support and the sharing of best practices in the Provinces.

CONCLUSIÕES - ROTEIRO 2015

INTRODUÇÃO

O Seminário sobre as “Procuradorias Missionárias Inspetoriais”, que deseja dar continuidade ao seminário ocorrido em Roma, em novembro de 2009, procurou identificar alguns critérios e as condições presentes nas Inspeções Salesianas em vista da criação e do desenvolvimento destas procuradorias a serviço da missão salesiana. Cerca de quarenta salesianos e leigos colaboradores missionários se reuniram em Bonn, Alemanha, durante três dias completos, de 26 a 28 de novembro de 2012, procedentes dos cinco continentes. Os participantes representaram as vinte Procuradorias Inspetoriais das oito regiões salesianas (7 da África-Madagascar, 4 da América do Sul, 4 da América Central, 3 da Ásia Oriental-Oceania, 4 da Ásia do Sul e 8 participantes da região europeia), entre os mesmos estiveram presentes os representantes das cinco maiores procuradorias e três procuradorias nacionais.

O seminário foi conduzido pelo Salesiano Irmão Jean Paul Muller, Ecônomo Geral e o P. Václav Klement, Conselheiro para as Missões. Cerca de 10 Procuradorias e 1 ONG enriqueceram o Seminário com suas experiências e boas práticas.

O tema do seminário, “Procuradorias Missionárias a serviço do Carisma Salesiano”, é uma expressão clara da continuidade no processo de crescimento de sinergias entre os diferentes agentes da “Soli-

dariedade Missionária Salesiana”, que começou com o CG 26. Dentro do contexto mais amplo da “Solidariedade Missionária Salesiana”, cerca de 40 Inspetorias salesianas de todo o mundo, os Inspetores e seus Conselhos, Ecônomos Inspetoriais, Diretores das Secretarias de Planejamento e Desenvolvimento (SPD), Irmãos e Colaboradores Leigos Missionários foram envolvidos nos últimos seis meses se preparando, respondendo a duas pesquisas e partilhando suas boas práticas. O material abundante compilado está disponível na “AGORA”, no site da Congregação Salesiana www.sdb.org.

Agradecemos a todos que contribuíram e participaram dos resultados do Seminário de Bonn. Reconhecemos especialmente a atitude criativa e o apoio da Missão Dom Bosco de Bonn (Diretor P. Clemens, Sub-Diretor Sr. Nelson Penedo e sua equipe), os Diretores das principais procuradorias e a todos que contribuíram, de alguma forma.

Reunindo membros de todos os continentes, começamos com uma reflexão sobre o papel das Procuradorias Missionárias no contexto eclesial globalizado da Igreja Mundial e os desafios que enfrentam as Congregações Salesianas neste tempo de mudanças rápidas. Confirmamos que a resposta específica Salesiana para a pobreza global é a nossa missão educativa e evangelizadora do jovem, especialmente os mais pobres. A fim de abordar as raízes culturais da pobreza, refletimos sobre a eficácia e sustentabilidade de nossa missão. Reconhecemos como nossa única vantagem, ser uma organização educativa presente, em âmbito mundial, com uma forma específica de evangelização marcada pelo Sistema Preventivo de Dom Bosco. Utilizamos essa vantagem para promover a identidade salesiana de cada Procuradoria Missionária por meio do intercâmbio e da cooperação com as autoridades civis e eclesiais. Para apoiar nossas missões, temos que participar mais ativamente nos espaços das políticas públicas e nas organizações da sociedade civil. Ao mesmo tempo, há uma indicação clara em vista da melhor utilização dos nossos recursos financeiros e humanos (população local, jovens colegas e missionários leigos). Como educadores, queremos ver e formar os jovens como protagonistas de suas vidas e, como evangelizadores, queremos formá-los como missionários de seus colegas.

A Procuradoria Missionária é uma face importante da Congregação perante o público. Portanto, todos os resultados e a comuni-

cação, em especial para captação de recursos, devem partir da identidade salesiana e do exemplo de Dom Bosco para viver a pobreza de forma radical, pedindo, de forma contínua e humilde, meios para a missão.

1. O PROCESSO DE CRESCIMENTO DAS PROCURADORIAS MISSIONÁRIAS INSPETORIAIS

Evolução das Procuradorias Missionárias nos últimos anos.

O movimento da Congregação para criar e ajudar a crescer as PM pode ser encontrado desde 1984, com o início das reuniões anuais de Diretores das PM e o novo artigo 24 do Regulamento Geral dos SDB (Procuradoria Missionária = Escritório Salesiano para as Missões).

Entre as principais realizações foram citadas: a melhora da comunicação da Obra Salesiana na Sociedade e na Igreja, utilizando especialmente as novas tecnologias e as redes sociais. Por meio de uma organização mais eficaz, a distribuição e o controle de fundos para os projetos, a PM fortaleceu a confiança na Congregação Salesiana e na própria PM. A PM se tornou um ponto de referência ou de interface para os missionários, bem como para as pessoas que querem assumir um compromisso com a missão. A PM tem dado incentivo à comissão inspetorial de Animação Missionária e a todos os grupos interessados no trabalho salesiano (voluntários, paroquianos etc.).

Expressamos nossos sinceros agradecimentos a todos que contribuíram para o desenvolvimento das PM (internacionais, nacionais e inspetoriais) nos últimos anos.

Por outro lado, uma compreensão limitada da PM poderia ser considerada como uma fraqueza. Deve-se prestar atenção especial na relação entre a "PM" e a "SPD". Suas funções devem estar claramente definidas. Algumas Inspetorias não tomaram uma posição oficial sobre o papel e a função da PM. Existem casos de fragmentação, inclusive de competência, entre diferentes PM's e ONG's Salesianas de um país ou de uma Inspetoria SDB. A PM tem que seguir algumas linhas diretrizes (diretrizes) de captação de fundos (recursos financeiros) aprovadas

pela Inspeção SDB. Também devem certificar-se de que estas diretrizes são conhecidas e respeitadas por organizações e instituições não pertencentes à Inspeção.

Uma evidência concreta da “evolução” das PM’s Inspeccionais, especialmente nos países desenvolvidos, se encontra nas diferentes etapas, ou modelos das PM’s descritas pelas Inspeções. Há uma enorme distância entre a situação das PM’s não organizadas na Inspeção (modelo 0), passando pela PM simples (modelo 1), até chegar na PM com captação de fundos de forma sistematizada (modelo 2) e uma PM Inspeccional madura (modelo 3). Este caminho de crescimento não se deu de forma linear, pois existem alguns modelos híbridos com diferentes nomes. Entre eles, há poucos exemplos ainda existentes em algumas Inspeções, como a PM com uma única casa, atuando no setor de missões ou em um projeto, ou uma PM que atende diretamente aos missionários.

Reconhecemos o importante papel das cinco principais PM: Bonn, Madri, Nova Deli, Nova Rochele e Turim. Autorizadas pelo Reitor-Mor (R artigo 24), participam ativamente na criação e fortalecimento das respectivas PM’s nacionais ou provinciais.

PPincipais desafios e oportunidades emergentes do proceso

Como salesianos, nosso objetivo é o desenvolvimento integral e holístico dos jovens, particularmente os mais pobres entre os pobres. Damos prioridade aos valores do Reino e trabalhamos para que se realizem mediante a Espiritualidade Preventiva de Dom Bosco.

Como não há um modelo único ou ideal de PM para todas as Inspeções Salesianas, cada uma delas deveria desenvolver o seu próprio modelo respeitando as Constituições, assim como as Diretrizes dadas pelo Conselheiro de Missões.

A PM tem um papel importante a desempenhar na animação missionária inspeccional “ad intra” e “ad extra”. No entanto, para ser eficaz, deve haver alguns padrões mínimos. Sob a liderança do Inspetor, o Diretor da PM apoia todas as atividades em prol da evangelização.

A PM deve ser gerenciada por Salesianos e Leigos Missionários Colaboradores bem qualificados. Deve incentivar uma mentalidade solidária e responsável entre os Salesianos desde os primeiros anos de sua formação, desenvolver as habilidades criativas e difundir o Carisma Salesiano na Igreja local e na sociedade. Isso irá contribuir para a continuidade, estabilidade e identidade da PM e da Inspetoria Salesiana.

No atual estágio da economia global, tanto no mundo secular como na Congregação Salesiana, cada PM Inspetorial busca recursos na forma de know-how, de habilidades e competências, recursos financeiros ou outros tipos de acordos em função de sua situação local, de governos em todos os níveis (municipal, estadual e federal), de empresas públicas ou privadas, de doadores ou de entidades não Salesianas, de comunidades e grupos e de todos os indivíduos de boa vontade. Em um esforço de crescimento, a PM cuidará para que todos os seus parceiros tenham valores compatíveis com a nossa Identidade Salesiana e Cristã.

A PM define suas formas de atuação sob a supervisão do Inspetor e de acordo com o Conselheiro para as Missões e baseando-se na identidade salesiana, desenvolverá uma prática diária orientada por uma gestão efetiva e transparente.

Sob a liderança do Inspetor, a PM junto com todas as entidades da Inspetoria (SPD, ONGs) desenvolve uma ação articulada, promovendo o desenvolvimento humano, espiritual e social nos projetos Salesianos. Isso se faz através do intercâmbio regular e do trabalho em rede.

2. ROTEIRO 2015

Reconhecendo as oportunidades que surgiram nos últimos anos, também estamos cientes da necessidade de restaurar os pilares essenciais para qualquer PM. Estes pontos básicos estabelecem um marco comum, independentemente das diferentes realidades de cada Inspetoria Salesiana. Nos próximos anos, até 2015, esta renovação apre-

senta-se como um belo presente para o bicentenário do nascimento de Dom Bosco: uma procuradoria que tenha clareza de foco e abertura universal na realização local.

a) A Procuradoria Missionária – papel e identidade

A PM é uma entidade jurídica ou de qualquer outra natureza instituída e própria da Comunidade Inspetorial Salesiana (C.44 e C.58), totalmente a serviço do Carisma Salesiano. Facilita a disseminação da mensagem do Evangelho na sociedade, fazendo crescer o interesse mundial pela Missão Salesiana e através das diferentes formas de captação de fundos (recursos), ajuda a sustentabilidade do Ministério Salesiano, vocação e formação nos lugares mais necessitados.

Cada PM Inspetorial deveria contribuir de forma proporcional à solidariedade do Reitor-Mor - especialmente ajudando a financiar as necessidades de formação.

Seu lugar e trabalho estão registrados no elenco da Inspetoria com a devida aprovação do Capítulo Inspetorial

b) A PM - crenças, valores e princípios

A PM, no trabalho de ajudar a conscientizar a respeito da dupla vertente da missão salesiana, educação e evangelização, é guiada pelos valores evangélicos com a mentalidade de Emaús (ouvir e partilhar), através da Doutrina Social da Igreja Católica, do Sistema Preventivo Salesiano, das Constituições Salesianas, da Declaração Universal dos Direitos Humanos, bem como das necessidades da Igreja social e dos jovens.

c) A PM – parceiros (sócios)

O PM segue as diretrizes da Congregação. A PM seleciona o seu público para gerar interesse na Igreja e na sociedade pela missão eclesial mundial dos Salesianos de Dom Bosco, animando e

apoiando. A PM convida todas as pessoas de boa vontade (voluntários, doadores, benfeitores, seguidores...) para se juntarem na solidariedade missionária em todo o mundo.

d) A PM - programas e serviços

A PM tem o compromisso de estudar os diferentes métodos de sustentabilidade da Missão Salesiana para tornar possível a execução dos programas da própria Inspeção e contribuir para a solidariedade missionária em âmbito mundial da Congregação. Especificamente, a cargo da PM estão as seguintes atividades:

- Informação e educação do público tendo em vista a situação desesperadora de jovens em todo o mundo;
- Informar e educar o público sobre as necessidades das tarefas da Igreja em âmbito mundial e nas atividades dos Salesianos;
- Apoiar o trabalho dos salesianos para o benefício da juventude através de bolsas de estudo, de captação de fundos e educação pública;
- Promoção de vocações e necessidades de formação de apoio;
- Divulgação de materiais educacionais e de tecnologia para a pastoral juvenil e espiritual; orientação, formação e educação dos jovens.

e) A PM - posição na Comunidade Provincial

LA PM trabalha sob a orientação e supervisão do Conselho Inspeção. Trabalha com os delegados da Pastoral Juvenil e da Comunicação Social em uma atmosfera de trabalho em equipe, respeito mútuo e apoio. Toma parte nas discussões e diálogo com os órgãos de animação inspeção e local nas matérias de sua competência.

Através do diálogo com as Inspetorias beneficiárias, a PM partilha expectativas, ideias e visões sobre o desenvolvimento de projetos para a juventude. A PM cria uma maior consciência da Igreja mundial nas comunidades locais e divulga a missão salesiana no mundo

f) A PM – recursos humanos

Todos na PM, especialmente os Colaboradores Leigos Missionários, constroem uma comunidade comprometida com o desenvolvimento de doadores (Evangelizar através da captação de recursos e captar recursos através da evangelização).

A PM é dirigida por profissionais, competentes e comprometidos com a formação adequada na análise social, gestão financeira e de projetos, com a salesianidade e com outra formação técnica e salesiana relacionada com a PM. A PM reconhece o valor dos seus colaboradores, respeitando a legislação trabalhista nacional.

g) A PM - procedimentos

A PM adota estatutos, manuais operacionais e um código de ética para suas operações internas e suas relações com os seus parceiros e grupos-alvo, especialmente no que diz respeito à captação de recursos, distribuição, envolvimento de doadores e suas intenções, transparência, sustentabilidade e impacto do projeto salesiano. A PM envia um relatório anual ao Ecônomo Geral.

h) A PM - fontes de financiamento

A PM tem como objetivo os fundos obtidos através da solidariedade Salesiana (inspetorial e congregacional) e dos esforços locais, nacionais e internacionais.

Podemos dizer claramente que a PM só pode existir de maneira significativa e frutuosa quando o Inspetor e seu Conselho facilitam a sua integração saudável na vida da Inspetoria.

3. FINALIZANDO O SEMINÁRIO - ALGUNS CONVITES CONCRETOS PARA O FUTURO

- Os nossos agradecimentos a todos que contribuíram para a elaboração e partilharam seus materiais para o seminário sobre a PM, especialmente “Misiones Salesianas” de Madrid, que se encarregou de publicar os Anais do Seminário em Inglês e Espanhol. Gostaríamos que todas as Inspetorias se beneficiassem do seminário através da comunicação de boas práticas, do conhecimento mais profundo do resultado e nos comprometemos em disponibilizar esta informação.
- Sugerimos que a PM se torna parte integrante da animação inspetorial salesiana e das estruturas do governo provincial, através do Plano Orgânico Inspetorial (POI) e do Diretório Inspetorial, que devem ser aprovados nos próximos capítulos inspetoriais 2012 - 2013.
- Convidamos as Inspetorias Salesianas e as principais PMs para que continuem reforçando as PMs inspetoriais e apoiando a criação de novas PMs.
- Propomos que a formação do diretor da PM e sua equipe leve em conta a nova visão da missão e da Doutrina Social da Igreja Católica, salesianidade e espiritualidade, bem como captação de recursos e as competências relacionadas com a comunicação social de forma profissional.
- Motivamos as PMs para que entendam corretamente a terminologia salesiana como está apresenta na <http://www.sdb.org/pmwiki/pmwiki.php>
- Incentivamos o trabalho em rede entre as PMs das várias regiões salesianas para facilitar o apoio mútuo e a socialização das melhores práticas de cada Inspetoria.

CONCLUSIONS - FEUILLE DE ROUTE 2015

INTRODUCTION

Le Séminaire autour des PROCURES PROVINCIALES DES MISSIONS (PM) fait à Rome (Novembre 2009), trois ans avant ce dernier de Bonn, essaya d'identifier quelques critères et conditions dans les respectives Provinces Salésiennes pour commencer à développer les Procures (Bureaux ?) des Missions au service de la mission.

Facilitateurs du Séminaire ont été le Fr. Jean Paul Müller, Econome Général et le P. Vaclav Klement, Conseiller Général des Missions. Une dizaine de Procures des Missions (d'autres Congrégations) et une ONG ont enrichi le Séminaire avec leur expérience et les « différentes bonnes pratiques »

Le thème de la rencontre: "Les Procures des Missions au service du Charisme Salésien", est en claire continuité avec le processus de croissance des synergies entre les différents acteurs de la Solidarité Salésienne Missionnaire, lancé après le CG 26. Dans le vaste contexte de Solidarité Missionnaire Salésienne, quelques 40 Provinces Salésiennes du monde, leurs provinciaux et conseils, économes provinciaux, directeurs de OPD, frères et associés laïcs, ont été impliqués pendant les derniers six mois dans la préparation par des réponses aux questionnaires et par le partage et communication des expériences et bonnes pratiques propres. L'abondant matériel reçu est accessible dans l'AGORA de la page web de la Congrégation Salésienne. www.sdb.org.

Nous sommes très reconnaissants à tous ceux qui ont participé et contribué dans ce processus réussi de la préparation, comme à ceux qui ont participé au Séminaire de Bonn. Particulièrement reconnaissants à Don Bosco Mission de Bonn (dont le Directeur P. Clemens, le sub-directeur Mr. Penedo et le reste de l'équipe) pour la créativité et appui considérable donné à cette rencontre et à sa réussite. Egalement nous remercions tous les directeurs des principales Procures et toute autre personne ayant contribué à la réussite de la rencontre.

Réunis de tous les continents, notre réflexion a commencé sur le rôle des PM dans le cadre du contexte ecclésial globalisé de l'Eglise Universelle et des multiples défis relevés au sein de la Congrégation Salésienne dans ces temps de rapides changements. y los desafíos de que vive las Congregación Salesiana es estos tiempos de rápido cambio. Nous nous confirmons sur ce que notre réponse spécifique salésienne à la pauvreté globale environnante est notre mission éducatrice et évangélisatrice en faveur des jeunes, surtout les plus pauvres.. En cherchant les racines culturelles de la pauvreté, nous avons réfléchi sur l'efficacité et la le caractère durable de notre mission. Nous avons reconnu comme principal atout le fait d'être une association éducative à caractère mondial, avec une forme spécifique propre d'évangéliser qui est marquée par le Système Préventif de Don Bosco. Nous avons su profiter de cet avantage pour approfondir l'identité salésienne de chaque PM dans les échanges et la collaboration avec les institutions civiles et ecclésiales. Pour appuyer nos missions il nous faut pourtant intervenir plus activement dans les domaines du lobbying et advocacy. En même temps il y a une indication précise à suivre: Nous devons faire une meilleure utilisation des ressources financières et humaines (les gens du pays, les jeunes, les collaborateurs laïcs missionnaires) En tant qu'éducateurs nous voulons former les jeunes pour qu'ils deviennent les protagonistes de leur vie et les évangélisateurs de leurs propres camarades : jeunes, missionnaires des jeunes.

L'PM doit être un des visages attrayants de la Congrégation devant tout le monde. En conséquence, les résultats et la communication, et en particulier la collecte des fonds, doivent se faire en tenant compte l'identité propre salésienne et à l'exemple de Don Bosco pour pouvoir demander, de façon humble mais permanente, des moyens pour la mission, tout en vivant radicalement la pauvreté évangélique.

1. PROCESSUS DE CROISSANCE DES PROCURES PROVINCIALES DE MISIONES

Dans les dernières années.

Le mouvement de la Congrégation pour créer et développer la croissance des Procures peut être suivi depuis 1984, avec le début des rencontres annuelles des Directeurs des PM et le nouveau article n° 24 du Règlement Général des SDB. (Procura missionaria : ofizzi salesiani delle missioni).

Parmi les réussites mentionnées, l'amélioration de la communication à l'intérieur de la Société Salésienne et de l'Église, avec l'emploi, surtout, des nouvelles technologies de la communication et des réseaux sociaux. À travers une organisation plus performante, la distribution des fonds pour des projets étant mieux contrôlés, les PM ont gagné en confiance pour elles mêmes et pour toute la Congrégation. La Procure Salésienne s'est convertie en point de référence ou interface pour les missionnaires et pour les personnes qui veulent s'engager dans la mission. La PM a stimulé la Délégation Provinciale de l'Animation Missionnaire et les groupes intéressés dans l'action salésienne (paroissiens, volontaires...) Nous voulons dire toute notre gratitude à tous ceux qui ont contribué au développement des procures (internationales, nationales ou provinciales) en ces dernières années

D'autre part, une compréhension limitée des PM pourrait être considéré comme une faiblesse. Il faut prêter une attention spéciale à la relation entre PM et OPD. Leurs fonctions doivent être clairement définies. Encore dans plusieurs provinces il n'y a pas eu de position officielle par rapport et fonction de la propre PM.

Il existe des cas de fragmentation, même des rivalités, entre les Procures et les ONG Salésiennes d'un pays ou d'une province. La Procure doit suivre pour la captation des fonds les lignes d'action tracées par la Province SDB. De même, elles doivent garantir que ces lignes directrices soient connues et respectées par les organisations partenaires et les institutions non appartenant à la Province.

Les différentes étapes ou les différents modèles décrits par les provinces mettent en évidence l'évolution des PM provinciales, surtout dans les pays développés.

Nous constatons un long chemin parcouru depuis la situation des PM "non organisées" dans les provinces, (modèle 0), en passant par la PM simple (modèle 1), traversant une PM avec captation de fonds systématisée, (modèle 2), jusqu'à trouver la PM provincial « mûre », (modèle 3). Cette route de croissance n'est pas nécessairement un parcours pas à pas, et encore on a connu des modèles « hybrides » avec des différentes appellations. Parmi ceux-là, ils sont peu nombreux les cas fonctionnant en quelques provinces comme une PM avec une seule maison, ou avec un seul secteur de mission ou un seul projet, ou une PM exclusivement vouée à l'attention des missionnaires d'origine.

Nous reconnaissons le rôle très important joué par les cinq Procures Principales (Bonn, Madrid, New Delhi, New Rochelle, Torino) autorisées par le Recteur Majeur (R. SDB n.24) qui participent activement dans la création et renforcement des capacités des procures nationales ou provinciales.

Les principaux défis et les atouts qui émergent de ce processus

L'objectif des Salésiens est le développement intégral et holistique des jeunes, spécialement des plus pauvres parmi les pauvres. Nous privilégions les valeurs du Règne et nous travaillons pour qu'elles se réalisent au moyen d'une spiritualité inspirée dans le Système Préventif de Don Bosco.

Puisqu'il n'existe pas un modèle individuel ou idéal de PM pour toutes les provinces salésiennes, chacune d'elles pourrait développer son modèle propre, tout en respectant les Constitutions SDB et les lignes directrices tracées par le Conseiller Général des Missions.

La PM a un rôle important à jouer dans l'animation missionnaire provinciale « ad extra et ad intra ». Pourtant, et pour qu'elle devienne effective, il faut bien qu'il existe quelques exigences « standard » minimales. Sous la conduite du Provincial, le Directeur de la PM doit appuyer toutes les initiatives d'évangélisation.

La PM doit être gérée par des Salésiens et des Laïcs missionnaires bien qualifiés. Ils doivent promouvoir une mentalité solidaire et responsable parmi les salésiens en formation initiale, développer des capaci-

tés de créativité et répandre le charisme salésien dans l'Église Locale et dans la Société. Cela aidera à donner continuité, stabilité et identité à la PM et à la Province.

Dans la situation actuelle d'une économie globalisée, tant dans le monde séculier comme dans la propre Congrégation Salésienne, chaque OM cherche des ressources en forme de « know how », capacités, argent ou d'autre type selon sa propre condition locale, de la part des gouvernements à tous les niveaux, des entreprises publiques ou privées, des donateurs ou des fondations non salésiennes, des communautés et groupes, et de toutes les personnes de bonne volonté. Dans un effort de croissance, la PM veillera pour que tous ses associés partagent les mêmes valeurs compatibles avec notre identité salésienne et chrétienne.

La PM définit ses modes d'agir sous la guide du provincial et, en accord avec le Conseiller Général des Missions, ayant à la base l'identité salésienne, la pratique de chaque jour sera orientée par les critères d'une gestion effective et transparente.

Sous la conduite du Provincial, la PM, ensemble avec d'autres entités de la Province (OPDs, ONGs), poursuit une action concertée, promouvant le développement humain, spirituel et social dans les projets salésiens. Cela doit se faire dans un échange régulier et en networking.

2. 2. FEUILLE DE ROUTE 2015

En reconnaissant les opportunités qui ont apparues les dernières années, nous devons être conscient du besoin de réinstaurer les piliers requis par n'importe quelle PM. Ces points fondamentaux établissent un cadre commun quelles que soient les différentes réalités de chaque Province salésienne. Dans les années d'avenir jusqu'à 2015, il se présente comme un beau cadeau pour le bicentenaire de la naissance de Don Bosco, un autre critère axé, outre manière universelle suggéré localement pour atteindre la PM.

a) La Procure de Missions – rôle et identité

La PM est une entité juridique, ou d'outre nature, institué et propre de la communauté salésienne provincial (C.44, C.58 Constitutions salésiennes), au service du charisme Salésien. Elle facilite la propagation du message de l'Évangile dans la société, en croissant l'intérêt pour la mission salésienne par le monde entier et travers les différentes formes de collecte de fonds, elle permet la durabilité du ministère salésien, la vocation et la formation dans les lieux les plus nécessiteux.

Chaque PM Provincial devrait contribuer de façon proportionnelle à la Solidarité du Recteur Majeur- spécialement avec des fonds destinés aux besoins de formation.

Sa place et son travail est reconnu dans le Répertoire de la Province avec l'approbation du Conseil Provincial.

b) La PM – croyances, valeurs et principes

La PM, dans le travail d'aide à la sensibilisation sur la double nature de la mission salésienne, l'éducation et l'évangélisation, est guidée par les valeurs de l'Évangile avec la mentalité d'Emmaüs (en écoutant et en partageant des échanges ensemble), à travers la Doctrine sociale de l'Église Catholique, le Système Préventive Salésien, les Constitutions Salésiennes, la Déclaration Universelle des Droits de l'homme, ainsi que les besoins sociaux de l'Église et de la jeunesse

c) La PM - partenaires

La PM suivre les directives de la Congrégation. La PM cible son public pour susciter l'intérêt dans l'Église et dans la société pour la mission des Salésiens de Don Bosco, l'encourager et la soutenir. La PM invite à tous les hommes de bonne volonté (bénévoles, donateurs, sympathisants, supporteurs, ...) a faire partie de la solidarité à travers le monde missionnaire.

d) La PM – programme et services

La PM a l'engagement d'étudier les différents systèmes de durabilité de la Mission Salésienne pour rendre possibles les programmes de la Province et contribuer à la solidarité missionnaire de la Congrégation au niveau mondial. Plus concrètement, la PM est en charge des suivantes activités:

- L'information et l'éducation du public sur la situation désespérée de beaucoup de jeunes dans monde entier;;
- Renseigner et éduquer le public sur les besoins des tâches de l'Église mondiale et les activités des Salésiens;
- Soutenir le travail des Salésiens en faveur de la jeunesse par moyen des bourses d'études, collectes de fonds et la sensibilisation du public;
- La promotion des vocations et l'appui aux besoins de formation;
- Diffusion de matériel éducatif et technologique pour la pastoral de la jeunesse et l'orientation spirituelle, la formation et l'éducation des jeunes.

e) La PM – position de la Communauté Provincial

La PM travaille sous la direction et la supervision du Conseil provincial. Elle travaille avec les délégués de Pastoral et Communication social dans une atmosphère de travail d'équipe, le respect et le soutien mutuel. Elle prend part des discussions avec les organes d'animation provinciales et locaux pertinentes, dans les questions concernant son mandat.

Grâce au dialogue avec les provinces bénéficiaires, le PM partage des attentes, des idées et des points de vue sur le développement de projets pour les jeunes. Le PM favorise la prise de conscience de l'Église mondiale dans les communautés locales et diffuse la mission salésienne dans le monde.

f) La PM – ressources humaines

Tout le monde à la PM, en particulier les Partenaires Missionnaires Laïcs, construisent une communauté engagée avec le développement pastoral des bailleurs de fonds (Évangéliser à travers la collecte de fonds et collecter des fonds à travers l'évangélisation).

La PM est dirigé par professionnelles, compétentes et engagés, avec une formation approprié sur l'analyse sociale, de gestion financière et de projets, Salésianité et outre formation technique et salésien lié aux activités de la PM. La PM reconnaît la valeur de leurs employés en respectant les lois nationales de travail.

g) La PM – procédures

Le PM doit adopter des règlements, manuels opérationnelles et un code de conduit pour ses activités internes, ses relations avec les partenaires et les groupes cibles, en particulier, concernant la collecte de fonds, la distribution, la participation des donateurs et leur intentions, la transparence, la durabilité et la l'impact des projets salésiens. La PM doit envoyer un rapport annuel á l'Économe Général.

h) La PM – sources de financement

La PM a pour objectif la recherche de fonds obtenus grâce à la solidarité salésienne (Provinciale et Congregationelle) et des efforts locaux, nationaux et internationaux.

Nous pouvons dire clairement que la PM ne peut exister d'une façon importante et fructueuse que lorsque le Provincial et son Conseil facilitent son intégration dans la vie de la Province.

3. FIN DU SÉMINAIRE - QUELQUES REMARQUES SPÉCIFIQUES POUR L'AVENIRO

- Nous remercions à ceux qui ont contribué à l'élaboration et ont partagé les matériaux pour le séminaire sur les PM, en particulier à «Missions salésiennes de Madrid», qui a pris en charge la publication des PVs du Séminaire en anglais et en espagnol. Nous aimerions que toutes les Provinces puissent se bénéficier du séminaire travers la communication des bonnes pratiques, approfondissement dans la connaissance des résultats et nous nous engageons à rendre cette information disponible.
- On suggère que la PM devient une partie intégrée dans l'animation Provincial Salésien et dans structures de gouvernance, à travers le Plan Opérationnel de la Province (POI) et le Répertoire Provincial, lesquelles doivent être approuvés par les Chapitres Provinciaux 2012- 2013.
- On invite aux Provinces Salésiennes et les principaux PM à la poursuite de sa contribution avec le renforcement de capacités des PM Provinciales et l'établissement des autres nouveaux.
- Nous proposons que la formation du Directeur de la PM et son équipe couvre une nouvelle vision sur la mission et la Doctrine sociale de l'Église catholique, Salésianité et la spiritualité, ainsi que la collecte de fonds et de compétences liées à la communication sociale de façon professionnalisée.
- Nous encourageons aux PM à comprendre la terminologie Salésienne, tel comme il est montre dans la page web: <http://www.sdb.org/pmwiki/pmwiki.php>.
- Nous encourageons le networking entre les PM de chaque région Salésienne, en vue de faciliter le soutien mutuel et l'échange de bonnes pratiques dans chaque Province.

PROCURAS MISIONERAS INSPECTORIALES
AL SERVICIO DEL CARISMA SALESIANO

GLOSARIO & PUBLICACIONES



SEMINARIO

BONN 26-28 NOVIEMBRE 2012

GLOSARIO

ANIMACIÓN MISIONERA: (Cfr. Guía Salesiana de Animación Misionera, Roma ed. 1998; Animación Misionera es “toda acción llevada a cabo para crear y mantener viva en la Iglesia la conciencia de haber sido enviada a proclamar a Jesucristo entre las gentes, y suscitar en los cristianos la necesidad de comportarse como sus testigos con generosidad, incluso renunciando a sí mismos.” (Cfr. Beato Juan Pablo II, Encíclica Redemptoris Missio n. 83).

CAPÍTULO INSPECTORIAL: Cfr. Constituciones SDB art.170. Es la reunión fraterna donde las comunidades locales refuerzan su sentido de pertenencia a la comunidad Inspectorial, mediante la solicitud común por los problemas generales. Es, asimismo, la asamblea representativa de los hermanos y de las comunidades locales. De manera ordinaria, se convoca cada tres años. (C 170-172).

CONSEJO INSPECTORIAL: Cfr. Constituciones SDB art. 164. El Consejo ayuda al Inspector en todo lo referente a la animación y al gobierno de la Inspectoría. Está formado por el Vicario, el Ecónomo y, ordinariamente, por tres o cinco Consejeros.

DICASTERIO PARA LAS MISIONES: Es uno de los seis sectores del organigrama de gobierno, al que se le asigna el “sector” de las Misiones Salesianas, conforme al art. 133 de las Constituciones SDB donde se enumeran los seis sectores: Formación, Pastoral Juvenil, Comunicación Social, Misiones y Ecónomo general. Las Constituciones

SDB en el art. 138 describe la función y obligaciones del Consejero de Misiones, [pero no hay una definición específica de l “Departamento de Misiones” en las Constituciones SDB].

ELENCO O ANUARIO: (=Anuario en italiano) – Agenda Salesiana mundial, publicada en dos volúmenes cada año.

FAMILIA SALESIANA: Cfr. Constituciones SDB art. 5. De Don Bosco deriva un vasto movimiento de personas que, de diferentes formas, trabajan por la salvación de la juventud. Las tres Sociedades fundadas por Don Bosco (SDB, FMA, ASC) viven en comunión entre sí, comparten el mismo espíritu y, continúan, con vocaciones específicas y diferentes, la Misión que él empezó. Junto con esos grupos, y otros nacidos posteriormente, formamos la familia Salesiana. Actualmente hay 30 grupos oficiales diferentes en la Familia Salesiana de Don Bosco.

INSPECTOR: Constituciones SDB arts. 161-162: El Inspector está al frente de una Inspectoría en unión con el Rector Mayor; en términos de derecho canónico es el Superior principal y un Religioso ordinario para los Salesianos de Don Bosco.

INSPECTORÍA: Constituciones SDB arts. 58, 157: La Inspectoría une en una comunidad más amplia, varias comunidades locales (provinciales). Actualmente, existen 89 Inspectorías Salesianas en el mundo.

PASTORAL JUVENIL: Cfr. Constituciones SDB art. 136. Significa “la acción educativo-apostólica Salesiana en sus diversas expresiones”.

PROCURA MISIONERA: Cfr. Reglamentos SDB art. 24: Una Institución Salesiana fundada con el objeto de “apoyar la actividad misionera” especialmente en dos campos de acción: 1. Ayuda material a las misiones y a los proyectos misioneros; 2. Compromiso de dar a conocer las actividades misioneras Salesianas en su territorio, a través de los medios de la comunicación social (metas educativo-pastorales) cfr. ACG 323 (Octubre- Diciembre 1987), p. 47-48, P. Luc Van Looy “Animación Misionera Salesiana”.

PROCURA MISIONERA INSPECTORIAL: Procura a nivel Inspectorial, cfr. Reglamentos SDB art. 24.

PROCURA MISIONERA NACIONAL: (=Procura a nivel nacional)
cfr. Reglamentos SDB art. 24.

PROCURADOR: Responsable de la Procura de Misiones.

SOLIDARIDAD MISIONERA SALESIANA (SMS): Término general que engloba todas las agencias relacionadas con el apoyo a la actividad misionera Salesiana, como las Procuras, Oficinas de Planificación y Desarrollo, y ONGs para las misiones, para el Desarrollo de toda la Congregación Salesiana, a nivel nacional o provincial.

VICARIATO APOSTÓLICO: Forma de jurisdicción territorial de la Iglesia Católica Romana establecido en las regiones misioneras y países donde no se ha establecido todavía una diócesis. (Su naturaleza es provisional, aunque puede durar un siglo o más, cfr. CIC 371,1).

SIGLAS

CG: Capítulo general de la Congregación Salesiana. Const. SDB art.171

RG: Reglamento general

OPD: Oficina de planificación y desarrollo

SMS: Solidaridad misionera salesiana

ACG: Acta del Consejo general

PM: Procura misionera

POI: Plan orgánico Inspectorial

PUBLICACIONES DEL DICASTERIO PARA LAS MISIONES (1980-2012)

1. Il Missionario.

Alcuni Estratti di testi e documenti. April 1980, ROMA 80pp. Italian.

2. Africa Salesiana.

Youth Pastoral in Africa Nairobi.

May 1986, ROMA. 108pp. English, French.

3. Pastoral Amazonica.

Semna De Estudos Missionarios Camp Grande.

Nov 1988, ROMA. 281pp. Spanish.

4. Africa Salesiana.

Visita d'insieme LUSAKA.

Nov 1988, ROMA. 239pp. Italian, English, French, Spanish.

5. Evangelization in India.

Study sessions for the Salesian Family on Evangelization in Tribal Areas of India SHILLONG. Dec. 1987, ROMA. 121pp. English.

6. Spiritualità Missionaria Salesiana I.

La Concezione Missionaria di Don Bosco.

March 1988, ROMA. 128pp. Italian.

7. Spiritualità Missionaria Salesiana II.

La L'Educazione Cristiana e Missionaria di Don Bosco.

March 1988, ROMA. 113pp. Italian.

8. Salesian Missionary Spirituality III.

Prayer and the Salesian Missionary. March 1988, ROMA. 89pp. English.

9. Espiritualidad misionera salesiana IV.

The Ideal of Mission. March 1988, ROMA. 158pp. Spanish.

10. Spiritualite Missionnaire Salesienne V.

The Missionary Project of the Salesians of DB.

Dec 1988, ROMA. 112pp. French.

11. Pastorale Salesiana in contest Islamico.

Cairo 30-02-1988-89. Gen 1989, ROMA. 196pp. Italian.

12. Animazione Missionaria Salesiana II.

Secondo incontro di studi per DIAM- MADRID.

July 1989, ROMA. 176pp. Italian.

13. Pastoral Mapuche.

Encuentro DIAM Salesiano- Junin de los Andes.

March 1989, ROMA 141pp. Spanish.

14. The Far East.

Cultures, Religions, and Evangelization Hua Hin 1989.

1989, ROMA. 287pp. English.

15. Lettura Missionaria di "educate i giovani alla fede" CG XXIII.

Incontro di procuratori e DIAM dell' Europa.

April 1991, ROMA. 226pp. Italian.

16. Animacion misi onera Salesiana.

Primer Encuentro de DIAM de America Latina- LIMA.

Feb 1991, ROMA. 147pp. Spanish.

17. Missionary Animation.

First Meeting of the PDMA for Asia and Australia -Bangalore.

1992, ROMA. 110pp. English.

18. Spiritualite Missionnaire Slesianne.

DIAM -Les jeunes africains en quete de leut identite.

May 1992, ROMA. 142pp. Italian.

19. Evangelizacion y cultura.

DIAM -en el contexto de Pastoral Amazonica Cumbaya (ECUDOR).

Feb1994, ROMA. 151pp. Spanish.

20. Evangelizacion Y Cultura.

En el contexto de Pastoral Andina Cumbaya (ECUDOR).

Nov 1993, ROMA. 99pp. Spanish.

21. Evangelizacion Y Cultura.

En el contexto de Pastoral Mapuche DIAM-Ruca Choroi Argentina.

Oct 1993, ROMA. 128pp. Spanish.

22. Evangelization and Interreligious Dialogue.

DIAM-Batulao Philippines. Nov 1994, ROMA. 158pp. English.

23. Evangelization and Inter Religious Dialogue.

Hyderabad -DIAM (INDIA). Nov 1994, ROMA. 192pp. English.

24. Educare Alla Dimensione Missionaria.

Spiritualità Missionaria Salesiana.

Jan 1995, ROMA. 54pp. Spanish, Portuguese, English, French ,Italian.

25. The Volunteer Movement and Salesian Mission.

Mar 1995, ROMA. 51pp. Spanish, Portuguese, English, France, Italian.

26. Evangelizacion y Cultura.

En el contexto de Pastoral DIAM Mesoamericana Ayutla (Mexico).

April 1994, ROMA. 151pp. Spanish.

27a. Presenze dei Salesiani in Africa.

PROGETTO AFRICA 1986. Jan 1986, ROMA. 60pp. Italian.

27b. Presenze dei Salesiani in Africa.

PROGETTO AFRICA 1987. 1987, ROMA. 70pp. Italian.

27c. Presenze dei Salesiani in Africa.

PROGETTO AFRICA 1989. 1989, ROMA. 161pp. Italian.

27d. Presenze dei Salesiani in Africa.

PROGETTO AFRICA 1991. Mar 1991, ROMA. 161pp. Italian.

27e. Presenze dei Salesiani in Africa.

PROGETTO AFRICA 1992. Feb 1992, ROMA. 161pp. Italian.

27f. Presenze dei Salesiani in Africa.

PROGETTO AFRICA 1993.ROMA. Feb 1993, 161pp. Italian.

27g. Presenze dei Salesiani in Africa.

PROGETTO AFRICA 1994. Feb 1994, ROMA. 161pp. Italian.

27h. Presenze dei Salesiani in Africa.

PROGETTO AFRICA 1995. Feb 1995, ROMA. 161pp. Italian.

27i. Presenze dei Salesiani in Africa.

PROGETTO AFRICA 1996. Jan 1996, ROMA. 161pp. Italian.

28. Church –Communion and Mutual Missionary Relationship.

DIAM- Africa-Madagascar Region – Addis Adaba.

Sett 1997, ROMA. 110pp. English, French, Portuguese.

29. Incontro Europeo DIAM.

ROMA. June 1997, ROMA. 94pp. Spanish, Portuguese, German, French, Italian.

30. National Missionary Animation Meeting for PDMA.

Mumbai-India. May 1997, ROMA. 85pp. English.

31. Manual of the PDMA.

Jan 1998, ROMA. 50pp. Spanish, Portuguese, English, French, Italian, German, Poland.

32. Uniqueness of Salvation in Jesus Christ and Need of Primary Evangelization.

Animation and Missionary Formation Seminar SDB-FMA East Asia Oceania Hua Hin Thailand. October 1998, ROMA. 178pp. English.

33. Missionary Praxis and Primary Evangelization.

Animation and Missionary Formation Seminar SDB FMA Calcutta-Nitika Tengra. July 1999, ROMA. 121pp. Eng.

34. La primera Evangelización en Diálogo intercultural.

Seminario de animacion y formacion misionera en el contexto pastoral andino y mesoamericana Cumbaya- Ecuador 1999.

Feb 2000, ROMA. 112pp. Spanish.

35. Seminário sobre a práxis missionaria na regio Amazonica.

Seminario De animacao e Formacao Missionaria Manaus-1999.

Jan 2000, ROMA. 185pp. Portuguese.

36. Seminario de Pastoral em contexto Afro Americano.

Seminario De animacao e Formacao Missionaria Belo Horizonte – Brasil 1999. Oct 1999, ROMA. 252pp. Portuguese.

37. I fioretti D'un Missionario.

Paraguay Cuore d'America. July 1999, ROMA. 149pp. Italian.

38. Le Projet- Afrique face au Defi de la Premiere Evangelisation et de la Phase de Consolidation.

Seminaire D'animation et de Formation Missionnaire Yaounde Mbealmayo 1999. ROMA. Dec 1999, 158pp. French.

39. Missionari nel Paese del Sol levante Discepoli di D. Cimatti.

Figure che Parlano Ancora. June 2000, ROMA. 173pp. Italian.

40. Rio de Agua Viva.

Cartas de Pe. Antonio Scolaro Para a Missao e Testemunho.

Dec 2000, ROMA. 173pp. Spanish

41. Sprazzi di Vita.

Figure che Parlano Ancora. Oct 2000, ROMA. 100pp. Italian

42. Project Africa Between the Challenges of First Evangelization and the phase of consolidation Nairobi 2000.

Seminar on Missionary animation and formation.

Feb 2001, ROMA. 128pp. English.

43. Presenza Salesiana SDB-FMA in contest Ortodosso.

Seminario di Animazione e Formazione Missionaria.

Feb 2002, ROMA. 95pp. Italian.

44. SDB -FMA in contesto Islamico.

Animation and Missionary formation seminar sdb fma in Islamic Context ROMA. July 2001, ROMA. 226pp. Italian, English.

45. Salesian Family Missionary Seminar Port Moresby. Papua New guinea.

Mission animation Notes 1. Jan 2005, ROMA. 130pp. English.

46. East Asia and the Challenges of Mission Ad Gentes.

Mission animation Notes Salesian Family Missionary Seminar Hua Hin Thailand 2004. July 2005, ROMA. 107pp. English.

47. Les Defis De la Mission Ad Gentes en AfriQue.

Seminaire de Missiologie de la Famille Salesienne ngunda (Kinshasa).

July 2005, ROMA. 154pp. French.

48. Mission Ad Gentes today in Africa.

Challenges to mission Ad Gentes in the English Speaking Provinces of Afirca in the Light of the Ap. Exh. Ecclesia in Africa.

Apr 2006, ROMA. 124pp. English.

49. Planning and Development Office.

Proceedings of the Seminar Held in Rome 2005.

Aug 2005, ROMA. 104pp. English, Portuguese, Spanish, French, Italian.

50. Evangelizacion.

5to encuentro de misioneras y misioneros salesianos Wuito Cumbaya.

June 2006, ROMA. 246pp. Spanish.

51. Project Africa (1980-2005).

Salesians of Don Bosco.

Feb 2006, ROMA. 158pp. English, Portuguese, French, Italian, Spanish.

52. Impegno Salesiano Nel Mondo Islamico.

Dossier Feb 2008, ROMA. 165pp. Italian.

53. Voluntary Service in the Salesian Mission.

Hand Book and guidelines.

May 2008, ROMA. 64pp. English, Portuguese, French, Italian, Spanish, Poland.

54. Mantén viva tu llama Misionera.

2° Seminario Americano de Animacion Misionera SDB FMA Cumbaya

Ecu. Apr 2012, ROMA. 130pp. Spanish.

55. Planning and Development office at the Service of the Salesian Charism in the Province.

Seminar Hyderabad 2011.

2012, MADRID. 388pp. English, Italian, Spanish.



SEMINARIO

**PROCURAS MISIONERAS INSPECTORIALES
AL SERVICIO
DEL CARISMA SALESIANO**

Desde los tiempos de Don Bosco había un gran movimiento de personas que hacían posible el apoyo económico de las Misiones. La primera captación de fondos organizada y profesional fue en 1946. Ahora con el fin de llevar la misión Salesiana de la salvación de los jóvenes a las 87 provincias Salesianas, nos encontramos con una variedad de actividades de captación de fondos.



**DICASTERIO
PARA LAS MISIONES SALESIANAS**

DIREZIONE GENERALE OPERE DON BOSCO VIA DELLA PISANA, 1111 - 00163 ROMA