

PLAN GENERAL PARA SOCIOS COLABORADORES



FUNDACIÓN ITAKA-ESCOLAPIOS



ÍNDICE:

	PÁG
1. INTRODUCCIÓN	3
2. FILOSOFÍA DE LA VINCULACIÓN DE UNA PERSONA COMO SOCIA-COLABORADORA	3
3. OBJETIVOS	4
4. ITINERARIO	5
4.1. CONCIENCIACIÓN Y CONVOCATORIA	
4.2. ACOGIDA	
4.3. ACOMPAÑAMIENTO CONTINUO	
4.4. FINALIZACIÓN DE LA COLABORACIÓN	
5. ANEXOS	9
-ARTÍCULO: ¿CÓMO SABEMOS SI LA COMUNICACIÓN CON NUESTROS DONANTES ES BUENA?	
-PLANTILLA DE FICHA DE ACOGIDA PARA SOCIOS COLABORADORES	

1. INTRODUCCIÓN

La Fundación Itaka-Escolapios va desarrollando su misión cada vez en más lugares y con más acciones, y **este aumento constante de actividad va unido a la disposición de más recursos** humanos y económicos destinados a hacer posibles los proyectos educativos y sociales que impulsamos para luchar por un mundo más justo.

Uno de los modelos de colaboración con Itaka-Escolapios es el de **Socio/a colaborador/a**, que consiste en participar en las iniciativas educativas y sociales que llevamos adelante a través de una aportación económica estable y una comunicación con Itaka-Escolapios sobre el desarrollo de los proyectos.

Esta figura, impulsada especialmente desde el año 2007, se ha ido convirtiendo en una **parte importante de nuestra entidad**, por su apoyo a los proyectos que requieren cada año de más presupuesto y para los que no siempre es fácil conseguir financiación a través de las subvenciones públicas o privadas.

La relación con los Socios colaboradores quiere **potenciar la difusión de los ideales por los que trabajamos** y, al mismo tiempo, el hecho de disponer de sus aportaciones económicas continuas hace posible que podamos **asegurar muchos proyectos vitales** para distintas presencias escolapias sin depender de la inestabilidad de las subvenciones.

Por esta razón, uno de nuestros objetivos como organización es **convocar y aumentar el número de personas que colaboran de esta forma con la misión escolapia**. Así lo recoge como meta nuestro Plan Estratégico 2011-15 dentro de la Línea estratégica I: Crecer en número e implicación de las personas que participan de distintas formas en Itaka-Escolapios y sus proyectos.

A continuación explicamos **la filosofía, los objetivos y el itinerario** que realizamos en Itaka-Escolapios para nuestros Socios colaboradores.

2. FILOSOFÍA DE LA VINCULACIÓN DE UNA PERSONA COMO SOCIA COLABORADORA

Itaka-Escolapios quiere implicar al mayor número posible de personas en la construcción de un mundo mejor. Por esta razón, ofrece la figura de Socio/a colaborador/a como vinculación a nuestra entidad desde una **llamada a la solidaridad con los más excluidos**.

Esta solidaridad va especialmente dirigida hacia los niños, niñas y jóvenes más pobres desde nuestro carisma escolapio, que trabaja por su integración y promoción, y que quiere sensibilizar sobre la situación en la que viven potenciando iniciativas concretas que visibilicen su realidad.

Desde esta óptica, trabajamos para que cualquier persona que concuerde con estas inquietudes y desee **participar de esta misión** pueda sentirse implicada y colaborar económicamente con nuestros proyectos, mediante un compromiso estable según sus posibilidades, como forma de vincularse a nuestros fines fundacionales.

Ante esta meta, damos importancia al **acompañamiento cercano** de nuestros Socios colaboradores a través de las sedes locales, contemplando un itinerario específico a fin de cubrir sus necesidades como persona vinculada a Itaka-Escolapios.

Lo primero que pretendemos como entidad es que el propio Socio/a pueda **conocer y sensibilizarse** con la misión de Itaka-Escolapios para que realice una reflexión personal y se implique más con la lucha contra la desigualdad y la pobreza. Por lo tanto, la concienciación social del propio Socio/a es la primera meta que queremos lograr en su camino con nosotros, intentando promover desde ese momento un **efecto multiplicador** en el entorno más cercano del propio Socio/a en el que transmita los valores y la labor social de Itaka-Escolapios.

Simultáneamente, la razón de ser del Socio/a es **aumentar los ingresos propios de Itaka-Escolapios**, con la finalidad de garantizar la viabilidad de muchos de los proyectos por medio de las aportaciones económicas. Esta aportación tiene un destino flexible, por lo que la persona Socia puede apoyar un proyecto concreto con el que se siente más identificado o puede hacer la donación para aquellos que tengan mayores dificultades de financiación.

Entendemos al Socio/a colaborador como **parte importante de nuestra base social**, y queremos ver a las personas que tienen esta vinculación como aliadas con las que compartir planes de futuro para mejorar la realidad.

3. OBJETIVOS

1. Sensibilizar a los Socios colaboradores en la importancia que tiene la Educación como elemento de promoción de las personas y transformación social.
2. Convocar a personas y a entidades a colaborar económicamente con la Fundación Itaka-Escolapios, dando a conocer el trabajo que realiza en sus diferentes ámbitos y países, para mejorar su sostenibilidad y solvencia de cara a afrontar más iniciativas educativas y sociales.
3. Fidelizar y acompañar en cada sede a los Socios colaboradores ofreciéndoles la posibilidad de profundizar, si lo desean, en otros modelos de vinculación tales como el voluntariado y la misión compartida.

4. ITINERARIO

La mayoría de sedes de Itaka-Escolapios trabajan con Socios colaboradores y realizan un acompañamiento durante todo su itinerario. Es necesario que este itinerario se haga correctamente para que la persona o entidad que colabora se sienta reconocida y atendida. Para ello, deberá haber una persona responsable, ya sea voluntaria o liberada, que realice las diferentes tareas que necesita cada etapa del itinerario que explicamos a continuación.

4.1. CONCIENCIACIÓN Y CONVOCATORIA

La estrategia para convocar a nuevos Socios colaboradores debe ser liderada por los equipos de sede junto al responsable de este tema. Es importante que en la sede se haga una **reflexión a principio de curso** sobre cómo plantear la convocatoria a nuevos Socios dentro de su planificación anual, involucrando a las Fraternidades, grupos del catecumenado y Colegios para llevar adelante las acciones.

Siempre debemos partir de que la persona Socia tiene que concienciarse y motivarse con la misión escolapia antes de pensar en su colaboración. Para esto, se debe tratar el tema en algunas reuniones con los equipos correspondientes para concretar los pasos a dar en esta línea.

Algunas sedes tienen pocas manos para todo el trabajo que realizan y el esfuerzo que les exige este tipo de labores es mayor. En ese caso, es bueno apoyarse en el trabajo de las sedes cercanas con más fuerza, así como en la Comisión Ejecutiva.

A continuación presentamos algunos materiales y acciones que podemos desarrollar para la difusión de Itaka-Escolapios y la convocatoria a nuevos/as Socios colaboradores.

MATERIALES:

Triptico-boletín

La idea es potenciar la convocatoria de Socios difundiendo el trabajo y las necesidades de los proyectos de Itaka-Escolapios, y dejando abierta la posibilidad de participar de otras formas, no sólo la económica. Tendrá una parte común, que haga referencia a lo local, para facilitar la identificación de las personas. Se elaborarán varios formatos, algunos sobre los proyectos en los países del sur, otros sobre los proyectos en países del norte y también sobre la figura específica de proyectos confesionales de apoyo eclesial.

E-mail

Se mantendrá una cuenta de correo específica para la relación con los Socios, desde la que se distribuirá a aquellas personas que posean correo electrónico toda la información necesaria de la Fundación Itaka-Escolapios (colabora@itakaescolapios.org). Las posibilidades de difusión son muy altas con poco trabajo. Dependiendo del destinatario sería bueno escribir en el e-mail unas palabras introductorias cuando se mande, firmadas por alguna persona del equipo de sede para que sea más cercano. Es importante mandar las direcciones de la gente ocultas para no tener quejas.

Video de presentación

Se trata de disponer de un material audiovisual en el que se visualice nuestro trabajo. A la fecha, hay dos videos realizados colgados en Youtube; uno del 2010 de 10:00 minutos que desarrolla las diferentes áreas y otro del 2011 de 2:30 minutos más sintético y visual.

Página web

La idea es acceder a la información fundamental con el objetivo de que uno pueda hacerse Socio/a directamente desde la web dejando sus datos o pueda hacer una donación, recomendar la web a la familia o a los y las amigos, o bajarse un fondo de escritorio para publicitarnos en su centro de estudios o de trabajo.

Redes sociales: Canal Youtube, Facebook, Tuenti, Twitter, iniciativas de *crowdfunding*...

Itaka-Escolapios quiere aprovechar las oportunidades de las nuevas tecnologías y redes sociales para difundir su misión, por lo que abre espacios en las diferentes plataformas que existen en Internet.

TIPOS DE DESTINATARIOS Y 15 ACCIONES POSIBLES:

– Familias de los colegios

1. Mandar por correo postal a cada familia el boletín en el que se presenta lo que hace Itaka-Escolapios con la propuesta de participar como Socio/a con una carta a través del colegio en la fecha más adecuada: ¿Es mejor hacerlo en un momento diferente a las campañas? ¿Correo postal o a través de los chavales? ¿Podemos aprovechar algún envío oficial del colegio?
2. Enviar a las familias que podamos el e-mail que lleva la información de Itaka-Escolapios con el enlace de la web y poner los boletines en la plataforma virtual de los colegios: ¿Se podrían enviar a los alumnos motivando a que lo enseñen en casa a sus padres?
3. Hacer la propuesta con el vídeo y el boletín en las reuniones generales de familias y en las reuniones de familias con hijos/as en los grupos: ¿En todos los cursos cada cierto número de años o en el mismo curso todos los años? ¿En qué momento del año es más interesante?
4. Hacer en el patio del colegio alguna actividad de difusión para las familias preparada por el catecumenado: carteles, un stand... y poner boletines permanentes en lugares estratégicos: secretaría, portería, salas de visitas,...: ¿Exposición y paneles permanentes de la actividad de las áreas en alguna zona del colegio?
5. Preparar alguna acción de difusión para convocar a la participación con las APYMAS.

– Exalumnos

6. Enviar el e-mail que lleva la información de Itaka-Escolapios y el enlace de la web a todos los exalumnos que podamos.
7. Mandar por correo postal a familias de exalumnos el boletín en el que se presenta lo que hace Itaka-Escolapios con la propuesta de participar como Socio/a o voluntario/a con una carta a través del colegio en la fecha más adecuada. ¿A cuántos mandar, qué generaciones? ¿Identificar exalumnos ilustres, famosos o con alta capacidad económica que puedan colaborar especialmente?

– Comunidad Cristiana Escolapia

8. Repartir los boletines correspondientes aprovechando la eucaristía del fin de semana y dejar algunos permanentes en la eucaristía (mesa de salida, hall...).
9. Dar avisos sobre Itaka-Escolapios al final de cada eucaristía, invitar a todos los eventos que se organicen (campañas, charlas, semanas especiales...) y hacer recogidas de dinero en alguna eucaristía especial para algún proyecto concreto explicándolo.

– Personal de los colegios y de Itaka-Escolapios

10. Vídeos y boletines para el proyecto "en clave de identidad" para invitar a ser Socios colaboradores y/o voluntarios/as. Claustros de formación escolapia, misión compartida del colegio e Itaka y Curso de Educadores Escolapios.

– Familiares y amigos de la Fraternidad y de los grupos de catecumenado

* Modalidad de financiación de proyectos de forma colectiva a través de pequeñas donaciones, normalmente a través de Internet.

11. Concienciar a los grupos de catecumenado y a la Fraternidad a que inviten personalmente a su gente más cercana a ser Socios colaboradores. Impulsar desde el equipo de sede que los consejos locales llamen a este tema dedicando algunas reuniones a pensar sobre ello viendo los materiales que tenemos. Recopilar en todas las sedes los correos electrónicos de gente cercana y familiares de las personas que forman parte de las Fraternidades y del catecumenado con el objeto de aumentar la red colabora@.
- **Personas que estuvieron en los procesos o en la Fraternidad**
 12. Mandar el e-mail a personas que han estado en los grupos de catecumenado y en comunidades para plantear algún tipo de colaboración. Habría que pensar un texto de introducción para el e-mail que transmita cariño y a la vez la posibilidad de reacerarse un poco a Itaka-Escolapios.
 - **Empresas y comercios cercanos**
 13. Hacer en cada sede un listado de empresas proveedoras de los colegios y de Itaka-Escolapios, de empresas cercanas de familias del colegio, etc. con el objeto de presentar personalmente a sus responsables los proyectos. La sede se responsabilizará de solicitar una cita a las empresas proveedoras a nivel local. Las empresas suministradoras de servicios comunes a Itaka-Escolapios y a los colegios serán responsabilidad de la persona responsable de captación de fondos. A las empresas se les podrán ofertar dos formas de colaboración: la donación en especie (siempre y cuando sea un producto consumido por Itaka-Escolapios) y la aportación económica.
 - **Para todo tipo de destinatarios**
 14. Invitar a unirse al Facebook de Itaka-Escolapios para potenciar la difusión a todos los contactos que tengamos. Pedir que lo hagan los chavales de los grupos, Fraternidad, profesores, amigos,...
 15. Generar una lista de "tareas sencillas de voluntariado local" que pueda ofrecerse a los colaboradores que lo deseen

4.2. ACOGIDA

Sabemos que la acogida a una persona cuando entra a formar parte de nuestra misión es muy importante. La primera imagen **marca el desarrollo de la relación a futuro** y sitúa a la persona en cuál va a ser su papel e implicación. Por esta razón, cuando una persona muestra interés en ser Socio/a colaborador/a debemos atenderla bien y a tiempo siguiendo estos pasos.

- Lo primero que hace un Socio/a es rellenar un cupón con los datos correspondientes y/o preguntar por las condiciones generales de su vinculación con nosotros. Debemos facilitarle las respuestas que necesite y ser ágiles en adquirir sus datos.
- Un vez recibimos esa información el responsable local le debe enviar una carta (ver anexo) de acogida y presentación de la entidad donde se explican claramente de nuevo las condiciones de su colaboración y cómo se van a gestionar sus datos personales. Quizás este sería el momento de establecer cuál va a ser el medio de comunicación habitual a utilizar con cada socio/a (e-mail, carta...).
- Al mismo tiempo, es bueno adjuntarle la información que veamos interesante sobre Itaka-Escolapios (últimas memorias, boletines,...) para que vaya conociendo y situándose en la misión que llevamos a cabo.
- El responsable local apunta sus datos en el Excel de seguimiento y señala la fecha de comienzo de su aportación económica.

4.3. ACOMPAÑAMIENTO CONTINUO

Una vez que el Socio/a colaborador está fidelizado es importante no perder la relación con él y **mantener su implicación**, informándole de los nuevos pasos y avances que vamos teniendo.

Cada curso, el responsable local tendrá que realizar algunas tareas de forma sistemática que aseguren el acompañamiento:

- Enviar una carta al inicio de curso comentando la programación general del año: actividades de sensibilización, formaciones, proyectos nuevos, campañas que puedan ser de su interés,...
- Envío de los boletines y memorias a medida que se van publicando.
- Informar especialmente si colabora específicamente con un proyecto o un área (fotos, actividades concretas, etc.).
- Pasar las cuotas según la periodicidad que se haya marcado. El seguimiento económico y de las comunicaciones a los Socios se realizará mediante el Excel específico, que deberá estar permanentemente actualizado.
- Sería conveniente enviar una felicitación por Navidad a los socios.

4.4. FINALIZACIÓN DE LA COLABORACIÓN

Cuando un Socio/a colaborador decide desvincularse de Itaka-Escolapios debemos realizar una serie de gestiones que permitan **una desvinculación correcta** que deje una buena sensación de la experiencia que ha vivido con Itaka-Escolapios. Al igual que en la acogida, es importante realizar este trámite de forma ágil y con actitud de agradecimiento hacia la persona que ha colaborado con nosotros.

- Hacer una llamada de teléfono preguntando el motivo y agradeciendo el tiempo de vinculación.
- Anotar la fecha de baja en el Excel de seguimiento. Sus datos se mantendrán en la Excel durante todo el año natural, dado que los donativos efectuados hasta esa fecha darán derecho a deducción en el ejercicio siguiente.

5. ANEXOS

ANEXO: ARTÍCULO

¿Cómo sabemos si la comunicación con nuestros donantes es buena?

Artículo de Agustín Pérez Fuentes (director de Ágora Social)

Sabemos que nuestra labor como recaudadores de fondos no termina con la captación de donantes. Es nuestra responsabilidad incentivarlos y fidelizarlos para que aporten más dinero durante más tiempo. Nuestro programa de comunicación con los donantes ha de evaluarse en relación a este doble objetivo.

Cuando determinamos qué clase de información les vamos a enviar y a través de qué medio (boletín impreso, cartas, correo electrónico, etc.) no podemos contentarnos con la vaga idea de que tenemos que mantenerles al tanto de nuestras actividades. La información sin más o su abundancia no bastan para mantener a los donantes vinculados a la organización y ni para conseguir que incrementen su compromiso. Hemos de diseñar nuestro programa de comunicación y los materiales que lo componen con estos nueve criterios:

El donante en el centro. Nada de hablar todo el tiempo de nuestra organización y de sus bondades. Resaltemos la importancia del donante: "Sin la ayuda de personas como tú no podríamos haber realizado este programa". Utilicemos testimonios de donantes que expresan satisfacción por su colaboración. Retratemos a donantes con nombres y apellidos para que los demás vean que la organización es el fruto del apoyo de personas como ellos mismos. Que no parezca que la organización es una maquinaria impersonal en la que el donante cuenta muy poco.

Amenidad. A pesar del gran interés humano que tienen la mayoría de las causas que defienden las ONG, abundan las comunicaciones aburridas, demasiado sesudas y uniformes. Apostemos por la simplicidad y el tono coloquial, aderezados con toques de frescura, humor, ironía u otros recursos que sean capaces de sorprender gratamente a un lector habituado a unas comunicaciones que equiparan a menudo la seriedad con un discurso monocorde, técnico y excesivamente formal.

Llamamientos a la colaboración. Para que te den, primero tienes que pedir. No es suficiente con exponer todas las tareas y desafíos que tiene la organización entre manos. No basta con indicar que aún se necesitan más recursos para afrontarlos. Hay que pedir colaboraciones concretas, indicar su cuantía para que tengan una orientación clara, señalando su urgencia si la actuación ha de acometerse ya. Los donantes rara vez toman la iniciativa de forma espontánea. La inercia es enemiga de la captación de fondos. No temas pedirles más dinero y decirles que lo necesitas de inmediato. La sensación de urgencia es un acelerador de la disposición a donar. Pero no abuses de ella. Primero, por una cuestión elemental de honestidad. Pero también porque el recurso continuado a ella desgasta su eficacia.

Facilitar la respuesta. Junto con la inercia, la pereza de los donantes es otro gran enemigo de la captación de fondos. Pueden estar inclinados a actuar, pero si tienen que buscar un sobre y un sello, desplazarse a su oficina bancaria o escribir un mensaje indicando cómo van a colaborar es probable que su impulso se pierda por el camino. De manera que los llamamientos a la acción tienen que ir acompañados de facilidades de todo tipo (formularios que pueden depositarse en el buzón con franqueo en destino, cupones de respuesta que les ahorran tener que escribir un mensaje personal, donaciones online que ahorran esfuerzo en la transacción, posibilidad de donar con sólo llamar por teléfono, etc.).

Pérdidas y ganancias. Una comunicación centrada en el donante se preocupa por resaltar a menudo los beneficios que obtiene el donante al apoyar tu causa. Comúnmente se tratará de la satisfacción por hacer el bien por otras personas o por la sociedad en su conjunto. Pero también puede ver cubiertas otras necesidades psicológicas. No obstante, en lugar de hablar de beneficios también podemos enfocarlo desde el punto de vista de lo que se pierde si el donante no actúa. Es la imagen en negativo de las consecuencias de no actuar, que según un experto es un enfoque más persuasivo que la promesa de un beneficio.

Diálogo con el donante. Muchas comunicaciones se escriben en primera persona del plural o en tercera persona. Lo primero da una impresión de egocentrismo. Y lo segundo, de lejanía. Escribamos no sólo las cartas o correos electrónicos, que con medios de comunicación de persona a persona, sino también los boletines u otros materiales como si estuviéramos dialogando con el donante. Háblenosles de tú: "Quiero que seas uno de los primeros en conocer un problema que nuestra organización pretende resolver mediante un programa (...)". Repasa tus comunicaciones y anota cuántas veces se ha utilizado el pronombre "tú" o sus equivalentes (Vd., vosotros).

Lo esencial de un vistazo. Por más que el donante esté interesado en la labor de la organización, a menudo siente que no tiene tiempo para prestar atención a sus comunicaciones. Muchas de éstas no se leen en profundidad. Se ojean o se lee con detenimiento sólo una parte. Sucede como con los periódicos, a los que dedicamos treinta minutos o a lo sumo una hora diaria, cuando leerlos de principio a fin nos llevaría las 24 horas del día. Por esta razón, conviene estructurar la información y resaltar las ideas esenciales de forma en que una lectura superficial pueda ser suficiente para captar el mensaje esencial. En el caso de un boletín, es cuestión de poner buenos sumarios y titulares internos. En un folleto, lo que más se lee es el titular de portada, los titulares internos y los pies de foto. En una carta, puedes subrayar las ideas clave.

Comunicar los logros. Podemos hablar sin parar a los donantes de los problemas que nuestra organización trata de resolver, de los nuevos casos que necesitan nuestra intervención. Pero el donante no sólo puede escuchar los problemas, necesita también oír que algunos de ellos se han solucionado. De otro modo, sentirá que la causa es noble, pero que no se puede hacer nada o que la organización en cuestión es ineficaz. De manera que hay que comprobar que se le comunican con suficiente frecuencia los logros de la organización. Si ésta no se los puede atribuir en exclusiva, al menos puede resaltar su contribución.

Inspirar confianza. Los logros son un elemento importante para la credibilidad de la organización. Pero la confianza del donante se basa también en que la organización se mantenga fiel a sus principios y en que gestione sus recursos de manera honesta y profesional. Los recientes escándalos que han afectado a dos conocidas ONG han puesto de manifiesto que se puede poner en tela de juicio la gestión de una organización sin que ello vaya en demérito de que hayan realizado en muchos casos un buen trabajo. Por eso, las comunicaciones con los donantes deben hablar de la forma en la que la organización trabaja y gestiona sus recursos de una manera comprensible, de modo en que se refuerce su confianza. Tiene que demostrar que aplica la máxima de Benjamín Franklin: "No sólo hay que hacer el bien, sino hacerlo bien".

ANEXO: PLANTILLA DE FICHA DE ACOGIDA

V, a de de 2012

Estimado/a :

Nos ponemos en contacto contigo para agradecerte sinceramente tu ayuda económica en nombre de todas las personas que se beneficiarán de ella por medio de Itaka-Escolapios. Nos alegra contar con tu confianza y generosidad para apoyar la misión escolapia.

Con esta carta queremos comunicarte nuestros compromisos contigo como Socio/a-colaborador/a:

- Te llegará **información** sobre nuestro trabajo a favor de la infancia y juventud más desfavorecida aquí y en países del sur varias veces al año.
- Gestionaremos el dinero recibido con **transparencia y eficacia**, destinándolo siempre al área de trabajo de tu elección, si la hubiera, e informándote sobre su utilización. La Fundación ITAKA-ESCOLAPIOS trabaja en red con otras ONGDs participando en distintas Coordinadoras Territoriales y asumiendo sus Códigos de conducta. Anualmente, por decisión de nuestro patronato, somos auditados por una empresa externa.
- Te ofreceremos, si lo deseas, **cauces de participación más allá de la aportación económica**: posibilidades de voluntariado, participación en campañas de sensibilización, colaboración en la difusión de los proyectos, etc.

Te pedimos que compruebes si son correctos los datos que hemos incorporado a nuestra base de datos, de uso confidencial y exclusivo, tal y como recoge la ley, para el envío de la documentación informativa y para el cobro de la cantidad que has decidido aportar a Itaka-Escolapios.

Nombre y Apellidos:	
DNI / NIF:	Fecha de nacimiento:
Teléfono:	E-mail:
Dirección postal:	
Provincia:	CP:
Cantidad donada:	
Forma de colaboración:	Destino elegido:

Si nos has facilitado una dirección e-mail, éste será el medio que utilizaremos habitualmente para mantenerte informado. Si prefieres recibir las publicaciones por correo ordinario, te rogamos nos lo comuniqués. Cuando lo desees puedes acceder a los datos, modificarlos o cancelarlos escribiendo a: Fundación ITAKA-ESCOLAPIOS, C/

En torno al mes de marzo de cada año te enviaremos el certificado fiscal correspondiente al donativo del ejercicio anterior para que puedas adjuntarlo a tu declaración de la renta y desgravar así tus aportaciones. También te invitamos a visitar nuestra página web donde puedes encontrar información actualizada de todos nuestros proyectos e invitar a tus familiares y amigos/as a visitarla por medio de un mensaje que encontrarás en la sección "qué puedes hacer tú": www.itakaescolapios.org

Reiteramos nuestro más sincero agradecimiento y quedamos a tu disposición para cualquier consulta o sugerencia que quieras hacernos llegar, tanto acercándote a nuestra sede como por e-mail.

Un cordial saludo,

Responsable de la sede.