



Guía para patrocinadores de la Asociación Católica de la Salud

EXPLICACIÓN DEL PROPÓSITO, CALIFICACIONES, ESTRUCTURAS Y COMPETENCIAS

Introducción

La Biblia está llena de ejemplos de llamados. Dios llamó a Noé para que construyera un arca y salvara a su familia; Dios llamó a Moisés desde la zarza ardiendo y Moisés respondió “Heme aquí”. Dios llamó a los reyes (David y Salomón) y a los profetas (Isaías, Ezequiel y Jeremías).



En casi todos los casos, el destinatario de este llamado se confundía (Samuel tuvo que oír al Señor llamarlo tres veces en la noche antes de entender); algunas veces, se mostraban abiertamente reacios (Jeremías protestó diciendo que era demasiado joven, a Moisés le preocupaba que era tarde en el habla y un don nadie, además, “¿Quién me escuchará?”). A pesar de dudar y no sentirse aptos, Dios los llamó aun así y les dio lo que necesitaban. Su llamado se convirtió en su vocación.

La tradición del llamado continúa en la Biblia cristiana. Simón Pedro es el primero que Jesús llama en los Evangelios sinópticos; Mateo, Andrés, Santiago y Juan también son mencionados por sus nombres. Pero Jesús llamó al recaudador de impuestos y a muchos más. Más tarde, llamó al apóstol Pablo de una manera tan dramática que lo derribó al suelo. En Pentecostés, el Espíritu Santo descendió sobre un grupo para habilitarlos para llevar a cabo juntos el ministerio.

Jesús era muy franco sobre las exigencias del discipulado, pero cuando decía “Sígueme”, todos lo seguían. Ellos aceptaron el llamado a un nuevo ministerio, que se convirtió en su vocación.

Los patrocinadores también han sido llamados a un nuevo ministerio, uno que ni siquiera tenía nombre hasta hace poco. Apenas comenzamos a entender las exigencias de este ministerio, pero sabemos que para nosotros, al igual que para los discípulos, es una manera específica de predicar el Evangelio. Aquellos de ustedes que son o podrían ser patrocinadores de la Asociación Católica de la Salud sin duda habrán tenido muchos “momentos de vocación” en su vida. Esos momentos dieron forma a la persona que usted es. Ser un patrocinador es otro momento de esa trayectoria vocacional.

Esperamos que esta guía los ayude a usted y al organismo patrocinador del cual forma parte a entender mejor que la Asociación Católica de la Salud es parte del Evangelio.

Cómo utilizar esta guía y a quién puede beneficiar

Esta guía será más útil si se usa en un grupo, con un facilitador que pueda dirigir a los participantes, aclarar dudas y contestar preguntas. Dado que es relativamente corta, no incluye toda la historia y complejidad del patrocinio actual. Hay diversos modelos de patrocinio. Por lo tanto, la guía deberá adaptarse a la cultura y estructura particulares de cada ministerio.

Esta guía se basa en las *Competencias básicas del patrocinador* de CHA y tiene el propósito de aclarar lo que hemos aprendido del desarrollo del patrocinio en la Asociación Católica de la Salud. Fue creada en consulta con abogados del derecho canónico, patrocinadores y otros líderes.¹ Esperamos que oriente a los miembros patrocinadores a medida que evolucionen hacia una mayor conciencia de su llamado, así como a quienes los reclutan, los preparan y evalúan su eficiencia. Esperamos que ayude también a los líderes a entender las responsabilidades únicas del organismo patrocinador y la junta administrativa.

Los nuevos miembros de los organismos patrocinadores encontrarán útil esta guía a medida que se familiarizan con sus obligaciones y responsabilidades. **Los miembros experimentados de los organismos patrocinadores** pueden considerarla un buen repaso, particularmente a medida que surgen nuevos modelos de patrocinio. Además, pueden usarla para las actividades regulares de capacitación. **Los miembros patrocinadores religiosos tradicionales** pueden encontrarla útil al relacionarse de nuevas maneras con juntas, equipos ejecutivos y obispos o si consideran establecer una nueva persona jurídica para sus ministerios o comienzan un proceso de transición de un modelo de patrocinio a otro. **Los posibles miembros patrocinadores** pueden usarla para entender mejor la función del patrocinador que se les ha pedido considerar.

Los CEO y otros altos ejecutivos que se relacionan regularmente con el patrocinador entenderán mejor la función del patrocinador y obtendrán algunas ideas sobre la manera en que el patrocinador afecta sus propias funciones.

Los asociados del cuidado de la salud pueden usar esta guía para entender mejor la función del patrocinador en la Asociación Católica de la Salud.

Los miembros de la junta se pueden beneficiar a medida que crean relaciones con nuevas entidades patrocinadoras que difieren de los patrocinadores religiosos tradicionales con los cuales están más familiarizados.

Los obispos y enlaces diocesanos para el cuidado de la salud pueden usar esta guía para aclarar sus propias funciones como miembros de los organismos patrocinadores o para entender la función eclesiástica de los patrocinadores que tienen presencia en sus diócesis y tienen una cantidad importante de laicos en el organismo patrocinador.

Por último, los **líderes de misiones**, especialmente aquellos cuya descripción de tareas incluye las relaciones con los patrocinadores, encontrarán una orientación útil sobre cómo se relacionan con el patrocinador y lo apoyan en su responsabilidad para la misión y la identidad católica.

Evolución del patrocinio

El patrocinio no es nada nuevo. Ha existido *de facto* durante siglos, pero el término no se encuentra en el derecho canónico. Hasta hace poco tiempo, era una función implícita de quienes fundaron nuestras obras apostólicas de educación, cuidado de la salud y servicios sociales. Los fundadores eran generalmente institutos religiosos de hombres y mujeres. Como eran reconocidos oficialmente por la Iglesia, las obras que patrocinaban eran obras de la Iglesia.

El concepto del patrocinio se hizo más claro en los Estados Unidos en la década de 1970, cuando empezó a disminuir la cantidad de miembros en las instituciones religiosas y sus prioridades comenzaron a cambiar. El término se siguió usando como una manera de reconocer el papel importante que las instituciones religiosas fundadoras querían seguir jugando en sus ministerios. Cuando las juntas asesoras asumieron responsabilidades fiduciarias, los patrocinadores religiosos fueron legalmente reconocidos como “miembros” que ejercían influencia a través de poderes reservados. Cuando hablamos de patrocinadores, nos referimos a un grupo, no a individuos.

El patrocinio comenzó a reflejar el nuevo énfasis en la función del laicado en la vida y misión de la Iglesia que fue el sello distintivo del Segundo Concilio Vaticano. La evolución del patrocinio podría ser el ejemplo más importante de la nueva función del laicado establecida por el Concilio.

El Santo Padre Juan Pablo Segundo entendió esta dirección emergente del patrocinio del ministerio cuando dijo: “No es raro que la participación de los laicos lleve a descubrir inesperadas y fecundas implicaciones de algunos aspectos del carisma, suscitando una interpretación más espiritual, e impulsando a encontrar válidas indicaciones para nuevos dinamismos apostólicos”.²

El término patrocinio comenzó a usarse ampliamente en la Asociación Católica de la Salud después de 1991 cuando se estableció la Federación católica de la salud (Catholic Health Care Federation), la primera persona jurídica (PJP) que no era una congregación religiosa. Este nuevo modelo creó expresamente la idea del patrocinio y la necesidad de explicarlo y mostrar cómo se diferenciaba de los antiguos modelos más tradicionales. El uso de la persona jurídica como patrocinador ha aumentado desde 1991. Vea una lista completa de las personas jurídicas del ministerio católico de la salud en la página de Patrocinadores en el sitio web de CHA (chausa.org/sponsorship/overview).

Hoy día, el patrocinio es más que solo una idea jurídica o de una organización. Es una nueva oportunidad sin precedentes para todos los miembros patrocinadores de profundizar en sus propias vidas espirituales y para los católicos de encontrar su llamado bautismal a una vocación de liderazgo. Ellos responden a este llamado para continuar el ministerio de sanación de la Iglesia acorde con sus fundadores. Es también un momento en el que la Iglesia reconoce nuevos dones del Espíritu Santo para los nuevos tiempos y hace un llamado a los laicos a aceptar estos dones al servicio del ministerio de sanación de la Iglesia y para el bien común de todas las personas.

“Por lo cual los laicos, en cuanto consagrados a Cristo y ungidos por el Espíritu Santo, son admirablemente llamados y dotados, para que en ellos se produzcan siempre los más ubérrimos frutos del Espíritu”.

CONSTITUCIÓN DOGMÁTICA SOBRE LA IGLESIA, CAPITULO IV, N.º 34

Definición de patrocinio

El derecho canónico no nombra ni define el patrocinio y la manera en que entendemos el término está en evolución. Durante años, CHA ha usado la siguiente definición, que ve el patrocinio como una relación. Es la definición básica de la que partiremos en esta guía.

“El patrocinio es una relación estructurada a través de la cual el patrocinador, a nombre de la Iglesia, dirige e influye en un ministerio que atiende una necesidad apostólica y promueve la misión de Jesús”.

En pocas palabras, el patrocinio implica una relación con la Iglesia. Se refiere a la supervisión y orientación de un ministerio asumido a nombre de la Iglesia y a través de la perspectiva del carisma de los fundadores.³ Las PJP son una manera importante de preservar estos ministerios para el futuro.

PATROCINIO – UNA RELACIÓN CON LA IGLESIA

El trabajo apostólico a menudo trasciende las capacidades y las vidas de los individuos. Para lograr la continuidad y estabilidad en el tiempo, el sistema legal de la Iglesia Católica, al igual que otros sistemas legales, crea entidades artificiales, conocidas como personas jurídicas, a las cuales la ley otorga determinados derechos similares a los de las personas naturales (por ej., el derecho de celebrar contratos, tener propiedades, incurrir en deudas) y sobre las cuales la ley impone ciertas obligaciones (Código del Derecho Canónico, c. 113.1 y 2).

Estas entidades se definen de una manera muy parecida a como se define una corporación en el derecho angloamericano: Una persona jurídica eclesiástica es una persona artificial, diferente a las personas naturales que la establecen, administran o para cuyo beneficio esta existe. Está compuesta por una autoridad eclesiástica para un propósito apostólico (c. 114.2), con la capacidad de existencia continua y con derechos y obligaciones canónicas que se le confieren, ya sea por la ley universal o por decreto de la autoridad de la Iglesia que la constituye (ya sea un obispo diocesano, una conferencia de obispos o la Santa Sede (c. 114.1)

Las personas jurídicas cumplen “en nombre de Dios” la misión que se les encomienda en vista del bien común de acuerdo con las normas de la ley (c. 116.1). Esto significa que las actividades de la persona jurídica pública (PJP) son el trabajo de la Iglesia y no simplemente el trabajo de los individuos que actúan a nombre del grupo.

Una PJP consta de personas que están autorizadas a actuar a nombre de esta, ya sea por ley o a través de estatutos especiales. Su propiedad es propiedad o “bienes” de la Iglesia (eclesiásticos) (c. 1257.1) y se rige por los cánones en el Libro Quinto del *Código de Derecho Canónico* de los bienes temporales. Participa en la misión de la Iglesia y es reconocida como católica. Por consiguiente, debe mantener la comunión con la Iglesia y está sujeta a cierto grado de supervisión por parte de la autoridad eclesiástica. Una persona jurídica pública es una estructura que conecta un ministerio a la Iglesia.

Persona jurídica es el término genérico para un tipo de corporación de la Iglesia. Pueden ser asociaciones de personas, como en el caso de un instituto religioso, o una asociación de cosas, tales como los activos de un ministerio educativo o del cuidado de la salud. Esta última se conoce como una persona jurídica ministerial (MJP) o una persona jurídica pública ministerial (MPJP), para indicar que se fundó principalmente con un fin ministerial en lugar de ser para la santificación de sus miembros, como podría ser un instituto religioso. Si bien el título de persona jurídica ministerial (MJP) no está reconocido en el *Código de Derecho Canónico*, actualmente se usa para describir las PJP establecidas para la supervisión de los ministerios de la Asociación Católica de la Salud. Este documento usará las siglas MJP para distinguir las personas jurídicas establecidas para el ministerio de salud de otras personas jurídicas tales como diócesis, parroquias u órdenes religiosas.

La relación entre las obras patrocinadas y la Iglesia se aborda en distintas partes del *Código de Derecho Canónico*, particularmente en los cánones 113 a 123 sobre las personas jurídicas. Por ejemplo:

- + “Se constituyen personas jurídicas a un fin congruente con la misión de la Iglesia que trasciende el fin de los individuos” (c. 114.1).
- + Estos fines corresponden a “obras de piedad, apostolado o caridad, tanto espiritual como temporal” (c. 114.2).
- + Las personas jurídicas “cumplen en nombre de la Iglesia, a tenor de las prescripciones del derecho, la misión que se les confía mirando al bien público” (c. 116.1).
- + Las obras patrocinadas son “obras católicas” y no solo “obras de católicos”. Esto significa que se asumen en nombre de la Iglesia (c. 116.1), respaldadas por todas las garantías de la Iglesia. Las obras de católicos son buenas obras realizadas por católicos que no llevan el mismo sello “oficial”.

“Se constituyen personas jurídicas, o por la misma prescripción del derecho o por especial concesión de la autoridad competente dada mediante decreto, los conjuntos de personas (corporaciones) o de cosas (fundaciones) ordenados a un fin congruente con la misión de la Iglesia que trasciende el fin de los individuos”. (c. 114.1)

Cualidades que deben tener las obras patrocinadas de la Iglesia

Para que una actividad apostólica sea una obra de la Iglesia debe tener ciertas cualidades. Estas obras funcionan “en nombre de la Iglesia” (c. 116.1).

Estas cualidades que se mencionan aquí no se explican en un lugar específico del *Código del Derecho Canónico*, sino que se derivan de los principios canónicos intercalados en la legislación de la Iglesia. Estos son:

- + Primero, una obra patrocinada tiene que tener un **fin espiritual** (c.114). Dicho fin puede ser una obra de piedad, una obra de apostolado o una obra de caridad. El canon 676 habla de los institutos laicales que participan en la misión pastoral de la Iglesia mediante las obras de misericordia espirituales y corporales. No es difícil ver de qué manera los ministerios de educación y cuidado de la salud encajan en varias de estas categorías de “misericordia”.
- + En segundo lugar, una obra que se lleva a cabo en nombre de la Iglesia tienen que **responder a una necesidad**. El canon 114 incluso habla de que una persona jurídica debe perseguir un “fin verdaderamente útil”. Por supuesto, una necesidad particular en el paso puede que ya no lo sea porque las circunstancias cambian. Las evaluaciones regulares de las necesidades de salud de la comunidad nos ayudan a dar seguimiento a las necesidades reales que requieren actuar. Eventos sociales graves, como el caso de la pandemia, pueden sugerir una nueva necesidad o un nuevo enfoque sobre una necesidad existente.
- + Una tercera condición mencionada en el Código es que el proyecto tenga **medios suficientes** para alcanzar sus fines (cc.114.3 y 610). Los medios necesarios no se limitan a recursos financieros; un espíritu de fe y la disposición de trabajar de manera diligente son parte también de los medios necesarios. De la misma manera, una cantidad adecuada de empleados calificados es un prerrequisito.
- + Cuarto, se espera que las obras que se llevan a cabo en nombre de la Iglesia tengan cierta **perpetuidad o estabilidad**. No nos involucramos en operaciones poco fiables. Lleva tiempo cultivar un brote hasta que se convierte en un árbol en plena floración. Establecer una MJP es una manera de asegurar la perpetuidad y la estabilidad.
- + Quinto, el canon 116.1 se refiere a una tarea o misión que se le “confía” a aquellos que tienen que llevar a cabo una obra. Aquellos a quienes se les ha “confiado” llevar a cabo estas tareas, deben hacerlo como **buenos administradores**, cuidando la obra y vigilando sus bienes (c.1284.1). La administración responsable de los bienes temporales confiados a una obra de la Iglesia y la necesidad resultante de la contabilidad correspondiente son los componentes principales de un buen patrocinio.

- + Una sexta característica, muy importante, se encuentra en el canon 806.2, el cual se refiere a la educación católica y se puede aplicar de manera análoga al cuidado católico de la salud. Esta requiere que las obras en nombre de la Iglesia, bajo la supervisión de un obispo diocesano (cc. 394 y 678), se lleven a cabo de acuerdo con las normas que la hacen una **obra de calidad**, como mínimo con la misma excelencia de aquellas en instituciones similares. De hecho, si una actividad no es de la más alta calidad, debe ponderarse si debe continuar. Entidades externas como Press-Ganey y Joint Commission llevarán a cabo evaluaciones regulares de la calidad del cuidado católico de la salud. Además, la calidad es necesaria para asegurar el potencial sacramental del cuidado de la salud.⁴
- + Además, una obra de calidad requiere una **preparación especial**. El canon 229.1 se refiere indirectamente a la preparación. Al igual que no dejaríamos practicar a un médico que no se haya preparado y tenga las debidas licencias y permanezca al día, los encargados de una misión y áreas relacionadas tienen que estar preparados y bien informados. Todos los líderes y asociados deben participar en programas de formación adecuados que los fortalezcan espiritualmente para el ministerio del cuidado de la salud, comenzando con los mismos miembros patrocinadores.

Estos principios, que se encuentran en varios lugares del Código, pueden servir como guías para las MJP que están llevando a cabo su misión en nombre de la Iglesia. Esta misión no es solo una actividad personal; por el contrario, es parte de un plan mucho más amplio que participa directamente en la misión de la Iglesia para predicar el Evangelio y uno que llevará en última instancia a aquellos que participan en él a la plenitud de una vida de fe y regocijo.⁵

Modelos de patrocinio

Los requisitos generales del patrocinio se pueden cumplir de distintas maneras. Hoy día, las personas jurídicas ministeriales que patrocinan las obras de la Iglesia generalmente están dentro de una de estas cinco categorías:

- + **Congregación** Este es el modelo más tradicional en el cual un instituto religioso o un grupo de institutos religiosos retienen el patrocinio oficial de una obra de la Iglesia, como una institución educativa o del cuidado de la salud. Este modelo no requiere el establecimiento de una nueva MJP porque la congregación o el instituto ya es una persona jurídica pública reconocida por la Iglesia. CHRISTUS Health sigue siendo patrocinado por las dos congregaciones fundadoras de las Hermanas de la Caridad del Verbo Encarnado, así como por una tercera congregación, las Hermanas de la Sagrada Familia de Nazaret.
- + **Diócesis** Las diócesis son personas jurídicas públicas también y sirven como patrocinadores de ministerios educativos o del cuidado de la salud. Entre los ejemplos de esta estructura están: Catholic Health, patrocinado por la Diócesis de Buffalo, en Buffalo, Nueva York, y Catholic Health Services of Long Island, patrocinado por la Diócesis de Rockville Center, Nueva York.
- + **Separada** En este modelo, se establece una nueva MJP como patrocinadora, separada de la junta directiva de la corporación civil. Los miembros patrocinadores no forman parte del consejo de administración de las corporaciones civiles. Ascension Sponsor, el patrocinador de Ascension, es un ejemplo del modelo separado.
- + **Espejo** Este modelo establece una nueva MJP que se compone del mismo grupo de personas que constituyen la junta directiva de la corporación civil. Este grupo actúa en diversas capacidades al ejercer sus responsabilidades civiles y canónicas. Catholic Health Care Federation, patrocinador de CommonSpirit Health, es un ejemplo del modelo espejo.
- + **Híbrido** En este modelo, la MJP establecida canónicamente es un organismo patrocinador separado cuyos miembros también pertenecen a la junta directiva de la corporación civil. Por lo tanto, la junta directiva de la corporación civil está compuesta por todos los miembros del organismo patrocinador, así como por los miembros que pertenecen únicamente a la junta directiva de la corporación civil. SSM Health Ministries, patrocinador de SSM Health, es un ejemplo del modelo híbrido.

En cada modelo, la relación entre la junta patrocinadora y la junta directiva civil es única. La división y la coincidencia de responsabilidades entre estos dos organismos puede variar ampliamente. En una estructura espejo, todos los miembros prestan servicio en ambas capacidades y, por tanto, requiere competencias como miembros de la junta directiva y como patrocinadores.

Responsabilidades esenciales del patrocinador

Un patrocinador de un ministerio de la Iglesia tiene deberes específicos que generalmente se conocen como “poderes reservados” Los deberes de patrocinador difieren en alguna medida de un ministerio a otro, pero prácticamente todos especifican algunos deberes en las siguientes categorías generales. Esta lista no es normativa, sino una descripción de lo que se encuentra en los estatutos y reglamentos de muchas personas jurídicas ministeriales existentes.

Estas responsabilidades incluyen:

- + Asegurar fidelidad hacia la misión y las enseñanzas de la Iglesia, especialmente en el servicio de los pobres y marginados;
- + Asegurar que se entiendan y se cumplan las *Directivas éticas y religiosas para los servicios católicos de cuidado de la salud* (ERD);
- + Asegurar fidelidad a la misión, visión y valores del ministerio para fomentar la sanación, actuar con compasión y promover el bienestar de todas las personas y comunidades;
- + Aprobar o modificar la declaración de misión y los reglamentos del ministerio;
- + Asegurar, supervisar y evaluar las actividades de formación a través del ministerio, comenzando por el mismo organismo patrocinador;
- + Ejercer una buena administración del patrimonio estable, los bienes eclesiásticos y la reputación de la obra como lo dicta el derecho canónico;
- + Nombrar o aprobar los miembros de la junta o el CEO, según se especifique en el reglamento;
- + Preparar informes escritos o en persona regularmente a la Congregación para los Institutos de Vida Consagrada y las Sociedades de Vida Apostólica;
- + Asegurar buenas relaciones con los obispos en cuyas diócesis está presente el ministerio; y
- + Asegurar la relación adecuada entre el patrocinador y el liderazgo de misión del sistema.

“La voz profética no se basa en los problemas. Cumple con una tarea más difícil y necesaria, la de redefinir todo el panorama de lo que está en juego, de manera que podamos asimilar la realidad de nuestro momento de una nueva manera, con un nuevo sentido de las posibilidades. Los profetas nos ayudan a conectar el mundo como es con el mundo como debería ser”.

KRISTA TIPPIT CON WALTER BRUEGGEMANN

“La tarea del profeta consiste en propiciar, alimentar y evocar una conciencia y una percepción de la realidad alternativas a las del entorno cultural dominante. La vocación y la tarea del profeta es señalar la realidad desde la perspectiva de Dios, traspasar el adormecimiento de la cultura dominante, proporcionar una visión alterna y alentar a las personas para que confíen”.

TOMADO DE “LA IMAGINACIÓN PROFÉTICA” DE WALTER BRUEGGEMANN

CALIFICACIONES PERSONALES DE LOS MIEMBROS



COMPROMISO CON
LA MISIÓN



COMPROMISO CON
LA DOCTRINA SOCIAL
CATÓLICA



DISPOSICIÓN PARA
TRABAJAR EN EQUIPO



DESEO DE CRECER



MADUREZ
ESPIRITUAL



IMAGINACIÓN
PROFÉTICA



FORMACIÓN
ESPIRITUAL



ENTENDER EL PAPEL
DEL PATROCINADOR



PRUDENCIA

Calificaciones personales de los miembros del organismo patrocinador

El ejercicio eficaz de las responsabilidades requiere ciertas cualidades personales y compromisos de cada miembro del organismo patrocinador. La siguiente lista no es exhaustiva, pero enumera algunas calificaciones básicas que los miembros individuales del organismo patrocinador deben tener:

- + Compromiso con la misión sanadora de Jesús y la misión y valores del ministerio patrocinado en particular;
- + Compromiso y capacidad para defender la Doctrina social católica, particularmente la dignidad humana, la justicia, el bien común, la solidaridad y una opción preferencial para los pobres;
- + Madurez espiritual arraigada en la práctica regular de la fe y una vida de oración personal (para los católicos, esto significa una vida sacramental y litúrgica regular) y compromiso con el carisma del ministerio;
- + Participación en la formación espiritual personal y comunitaria para el ministerio adecuada para el papel de patrocinador. Las actividades regulares de formación son una parte integral del patrocinio;
- + Prudencia, esto es, buen juicio y capacidad para aplicar los principios generales a las situaciones específicas y hacer las preguntas correctas. Esta prudencia guía las decisiones específicas que se le pida tomar al patrocinador, así como la capacidad para fomentar relaciones productivas y de colaboración tanto con los obispos y la Santa Sede como con grupos cívicos y políticos;
- + Capacidad para entender y ejercer la función del patrocinador separada de la gerencia y administración;
- + Capacidad para ejercer “imaginación profética” al promover la visión más amplia del Evangelio para el ministerio y asumir riesgos y hablar con audacia cuando sea necesario;⁶
- + Disposición para adquirir conocimientos de las distintas áreas de especialidad citadas en la matriz de competencia a continuación; y
- + Disposición para trabajar como grupo y tomar el tiempo necesario para un discernimiento cuidadoso como organismo patrocinador.



COMPETENCIAS
BÁSICAS DEL ORGANISMO
PATROCINADOR



Matriz de competencia

Además de las calificaciones personales que debe tener cada miembro del organismo patrocinador, hay ciertas habilidades o áreas de especialidad que deben estar representadas en el organismo patrocinador en conjunto. Si bien no todos los miembros poseerán conocimiento en todas estas áreas, el patrocinador como grupo debe buscar personas o tener acceso a personas expertas en cada área, según corresponda. El patrocinador en conjunto debe mostrar tanta diversidad de género, raza y cultura como sea posible.

Las competencias del organismo patrocinador incluyen:

TEOLOGÍA

- + Entendimiento avanzado de los conceptos teológicos, tales como la Iglesia, misión, ministerio, escatología, cristología, sacramentalidad, escrituras y la Doctrina social católica, y capacidad para aplicarlos al ministerio del cuidado de la salud
- + Familiaridad con el derecho canónico y las estructuras de la Iglesia, particularmente con la estructura canónica particular y los reglamentos del patrocinador

ÉTICA

- + Conocimiento de la ética en el cuidado de la salud, tanto a nivel clínico como de la organización
- + Conocimiento y comprensión de la tradición moral católica y de las *Directivas éticas y religiosas para los servicios católicos de cuidado de la salud*
- + Experiencia con el discernimiento ético a nivel del sistema

FORMACIÓN MINISTERIAL

- + Conocimiento de los principios de la formación espiritual, especialmente para los laicos adultos
- + Capacidad para contribuir a una comunidad patrocinadora dinámica y piadosa
- + Capacidad para apoyar el crecimiento espiritual de otras personas al iniciar, supervisar y evaluar actividades de formación
- + Experiencia con el proceso de discernimiento en la toma de decisiones

CLÍNICA

- + Conocimiento y capacidad para atender asuntos clínicos tales como calidad, estándares de cuidado, educación médica y asuntos éticos
- + Amplio conocimiento del sistema de cuidados de la salud

ORGANIZACIÓN

- + Experiencia en la manera de actuar, decidir y responder a la presión externa de las organizaciones
- + Conciencia de los factores sociales, económicos y políticos que afectan el cuidado de la salud en general y el cuidado católico de la salud en particular
- + Capacidad para articular claramente las razones para tomar las decisiones y establecer prioridades
- + Conciencia de los principios financieros y operativos en la medida que se relacionan con el cuidado de la salud

Al contratar y evaluar a los posibles patrocinadores, es apropiado tener una variedad de experiencias profesionales. Los siguientes tipos de experiencia se deben considerar relevantes:

- + Liderazgo en la Iglesia, los negocios o el cuidado de la salud
- + Liderazgo de misión en el cuidado de la salud, educación superior o servicios sociales
- + Ética en el cuidado de la salud
- + Investigación o enseñanza de teología
- + Formación espiritual religiosa o laica
- + Medicina clínica
- + Salud pública y de la población
- + Cuidado de ancianos
- + Justicia social y defensa
- + Estrategia del cuidado de la salud
- + Desarrollo de la organización

PUEDA ENCONTRAR UN GLOSARIO DE TÉRMINOS RELACIONADOS CON LOS PATROCINADORES EN EL ÁREA DE ENFOQUE EN EL PATROCINIO DEL SITIO WEB DE CHA.

Confiamos en que esta “Guía para patrocinadores de la Asociación Católica de la Salud” sea de utilidad en su importante trabajo para el ministerio de salud de la Iglesia católica. Puede encontrar recursos adicionales — publicaciones, videos, herramientas de formación y enlaces a muchos artículos que se han incluido en “Health Progress” — en chausa.org/sponsorship. Esperamos trabajar con usted y lo invitamos a comunicarse con nosotros en cualquier momento que podamos serle de ayuda.

P. CHARLES BOUCHARD, OP, S.T.D.
DIRECTOR GENERAL, TEOLOGÍA Y PATROCINIO

LORI ASHMORE-RUPPEL
DIRECTORA DE PATROCINIO

Recursos adicionales

Esta guía se debe usar en conjunto con otros recursos para patrocinadores de CHA, incluyendo:

- ✦ *Go and Do Likewise* (2017) es un video educativo que destaca el papel y la importancia de los patrocinadores en el ministerio católico de la salud para apoyar la formación de patrocinadores, la educación de la junta, el desarrollo de líderes y las iniciativas de capacitación. Teólogos, patrocinadores y líderes en el cuidado católico de la salud aportan conocimientos sobre el significado del patrocinio, las raíces históricas del ministerio, el papel de los laicos, las responsabilidades de los patrocinadores, el derecho canónico, las bases teológicas del patrocinio, la formación de patrocinadores y el futuro del patrocinio mientras respondemos al llamado en la parábola del buen samaritano: “Ve y haz tú lo mismo” (“Go and Do Likewise”).
- ✦ *The Guide to Understanding Public Juridic Persons in the Catholic Health Ministry* (2012) aborda los cambios en las estructuras de patrocinio y ayuda a los patrocinadores y personal administrativo a entender la responsabilidad canónica de los patrocinadores para un ministerio de la Iglesia Católica. Preparada por los destacados abogados de derecho canónico P. Jordan Hite, TOR, JCL, JD, LL.M.; Sr. Sharon Holland, IHM, JCD; y P. Francis Morrissey, OMI, JCD, la publicación fue creada como un recurso para los sistemas o institutos católicos de cuidado de la salud que están considerando nuevas formas de patrocinio y proporciona un resumen contemporáneo de las personas jurídicas públicas (PJP).
- ✦ *Temporal Goods at the Service of the Mission of Ministerial Juridic Persons* (2017) actualiza y amplía el documento de CHA de 1994, *Inventorying Church Property and Other Administrative Matters*, y proporciona mucha más información canónica básica y praxis en la administración de los bienes temporales. Escrita por P. Frank Morrissey, OMI, Ph.D., JCD, y Sr. Peggy Martin, OP, JCL, la publicación es parte de una serie de recursos de CHA para ayudar a los patrocinadores de la Asociación Católica de la Salud en el ejercicio eficaz de este importante ministerio de la iglesia. El Apéndice contiene tres documentos modelos de inventario para ayudar a los administradores a aplicar el material de este documento para mantener la exactitud de los inventarios de bienes eclesiásticos. El Apéndice incluye también una copia de una carta circular de El Vaticano de agosto de 2014, *Guidelines for the Administration of the Assets in Institutes of Consecrated Life and in Societies of Apostolic Life*, que proporciona gran parte de la base para el entendimiento y la práctica actuales.

Notas

1. Esta Guía fue preparada por el personal de CHA en el Departamento de Servicios para las Misiones, con el asesoramiento del Comité de Patrocinio y Derecho Canónico de CHA, Colectiva de Persona Jurídica Ministerial y varios grupos focales de miembros patrocinadores. Los siguientes sistemas y patrocinadores participaron en la consulta: Ascension, Avera, Bon Secours Mercy Health, Providence Health and Services, SSM Health, Mercy Health, Holy Redeemer Health, Common Spirit, Covenant Health, Hospital Sisters Health System, Trinity Health, Calais Ministries y CHRISTUS Health.
2. Juan Pablo II, *Vita Consecrata* [Sobre la vida consagrada y su misión en la Iglesia y en el mundo], 25 de marzo de 1996, http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/apost_exhortations/documents/hf_jp-ii_exh_25031996_vita-consecrata.html, 55.
3. Denise Colgan y Doris Gottemoeller, *Union and Charity: The Story of the Sisters of Mercy of the Americas* (Silver Spring, MD: Sisters of Mercy of the Americas, 2017), 38.
4. La calidad es particularmente importante como un aspecto de la naturaleza sacramental del cuidado de la salud. Cualquier realidad sacramental, esto es, que medie o “cause” la gracia, debe ser de calidad. Un cuidado de la salud de mala calidad ni es eficaz ni es sacramental. Por eso es que nuestros siete sacramentos usan elementos reales y auténticos, tales como pan, agua, aceite y el compromiso humano. Para una exploración más profunda de este asunto, vea Clarke E. Cochran, Ph.D., “Renewing the Sacramental,” *Health Progress*, noviembre-diciembre de 2003 (<https://www.chausa.org/docs/default-source/health-progress/renewing-the-sacramental-pdf.pdf?sfvrsn=2>)
5. Este resumen es una adaptación de P. Francis Morrissey, OMI, “Implications of Canon Law for Catholic Health Care Leaders and Organizations,” presentado en el Programa de formación de patrocinadores de CHA, 2016.
6. La articulación de esta visión del Evangelio para la sociedad en general es una forma de “predicación pública” que presenta nuestros valores como la base de la dignidad humana y el bien común. Vea Charles Bouchard, O.P., “Advocacy, Prophecy and the Common Good,” *Health Progress*, marzo-abril de 2020, <https://www.chausa.org/docs/default-source/health-progress/advocacy-prophecy-and-the-common-good.pdf?sfvrsn=0>

El Espíritu del Señor está sobre mí, por cuanto me ha ungido para dar buenas nuevas a los pobres.

LUCAS 4:18

“El patrocinio es un obsequio formidable para la gente y para la iglesia. Los patrocinadores son también regalos para la iglesia, ya que patrocinan ministerios que atestiguan la fidelidad de la iglesia, le edificación del Reino de Dios. El patrocinio vive la fe, la esperanza y la oración. Es un llamado que surge de una experiencia de Dios, una vocación, y un ministerio que cree que esas experiencias y esa presencia están con nosotros continuamente”.

“El patrocinio está abierto a desafíos y transformación. No tiene el mismo aspecto de hace 100 años y tampoco se verá igual en otros 10 años. En las historias de nuestros fundadores, hay una pasión persistente por la misión, no por la institución o la organización, sino por la misión”.

ADAPTADO DE LA OBRA DE LA HERMANA JULIANA CASEY



**ESTE RECURSO ESTÁ DEDICADO A LA MEMORIA DE P. FRANK
MORRISSEY, O.M.I., PH.D. (D. 2020), AMIGO, MENTOR Y
ACADÉMICO. EL PADRE MORRISSEY AYUDÓ A ESTABLECER LAS PJP
EN TODO EL MUNDO, Y GRAN PARTE DEL CONTENIDO DE ESTA GUÍA
PROCEDE DE SUS PROPIOS MENSAJES Y OBRAS ESCRITAS.**

Oficina de Washington

1625 Eye Street NW, Suite 500
Washington, DC 20006
(202) 296-3993

Oficina de St. Louis

4455 Woodson Road
St. Louis, Missouri 63134
(314) 427-2500

CHAUSA.ORG

©2021. Asociación Católica de la Salud de los Estados Unidos



A Passionate Voice for Compassionate Care®