



Consejo Económico y Social

Distr.
LIMITADA

E/ICEF/1994/AB/L.4
30 de marzo de 1994
ESPAÑOL
ORIGINAL: INGLÉS

FONDO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA INFANCIA
Comité de Administración y Finanzas
Segundo período ordinario de sesiones de 1994
25 a 29 de abril de 1994

INFORMACION

OPERACION DE TARJETAS DE FELICITACION Y ACTIVIDADES CONEXAS

Informe provisional sobre el período comprendido entre el
1° de mayo de 1993 y el 30 de abril de 1994

Resumen

En el presente documento figuran los resultados provisionales de la Operación de Tarjetas de Felicitación y actividades conexas del UNICEF (OTF) correspondientes al ejercicio terminado el 30 de abril de 1994.

En los gráficos I y II se comparan el volumen de venta y las recaudaciones brutas proyectados para 1993 por región de ventas con las cifras efectivas de 1992 y con el presupuesto para 1993.

En el cuadro 1 se comparan los resultados financieros provisionales de 1993 con el presupuesto de 1993 y las cifras efectivas de 1992.

Según las proyecciones, durante la temporada de 1993 se habrán vendido 156.500 millones de tarjetas de felicitación (lo que representa un aumento de 6,4 millones en comparación con 1992) y las recaudaciones brutas ascenderán a 140,2 millones de dólares (o sea, una disminución de 10,8 millones de dólares en comparación con 1992 imputable en su totalidad a fluctuaciones cambiarias desfavorables).

Se estima que los ingresos de funcionamiento netos derivados de los productos de la OTF serán de 60 millones de dólares, con 43 millones de dólares procedentes de actividades de recaudación de fondos en el sector privado. El total de los ingresos de funcionamiento netos consolidados se ha estimado en 102 millones de dólares, tras tener en cuenta gastos de 1 millón de dólares correspondientes al Programa de Desarrollo de los Comités Nacionales de Europa Central y Oriental.

Después de descontar un ajuste de 9 millones de dólares por fluctuaciones cambiarias, necesario para cubrir las pérdidas efectivas y previstas atribuibles a fluctuaciones cambiarias en la revaluación del activo y el pasivo calculada en monedas distintas del dólar de los EE.UU. (sobre todo en la partida de cuentas por cobrar pendientes), y un ajuste de 2 millones de dólares correspondiente a años anteriores, se calcula que la contribución total de la OTF a los recursos generales del UNICEF (ingresos netos consolidados) será de 91 millones de dólares, lo cual representa una disminución de 16,2 millones de dólares respecto de las cifras efectivas de 1992 y una disminución de 9,6 millones de dólares respecto del presupuesto de 1993.

/...

INDICE

	<u>Párrafos</u>	<u>Página</u>
I. INTRODUCCION	1 - 4	4
II. TARJETAS DE FELICITACION Y PRODUCTOS CONEXOS . . .	5 - 13	6
III. RECAUDACION DE FONDOS EN EL SECTOR PRIVADO	14 - 17	9
IV. CIFRAS PROVISIONALES CONSOLIDADAS	18 - 20	10

Lista de cuadros

1. Estado de ingresos correspondiente a 1992, presupuesto para 1993 y cifras provisionales de 1993	5
2. Recaudación de fondos en el sector privado: estado de ingresos correspondiente a 1992, presupuesto para 1993 y cifras provisionales de 1993	9

Lista de gráficos

I. Ventas por región en 1993: cifras provisionales en comparación con las cifras efectivas de 1992	6
II. Ventas por región en 1993: cifras provisionales en comparación con las del presupuesto para 1993	7
<u>Anexo.</u> Programa de fomento de la recaudación de fondos: informe sobre la situación - 1° de mayo de 1991 a 31 de diciembre de 1993	12

/...

I. INTRODUCCION

1. El mandato de la Operación de Tarjetas de Felicitación y actividades conexas (OTF) abarca dos sectores cuyo objetivo es obtener para el UNICEF los máximos ingresos posibles del público en general. Esos sectores son: a) tarjetas de felicitación y otros productos, y b) actividades de recaudación de fondos en el sector privado, con inclusión de actividades especiales de recaudación de fondos.
2. El informe provisional sobre la OTF correspondiente al período comprendido entre el 1° de mayo de 1993 y el 30 de abril de 1994 se basa en estimaciones de ingresos recibidas hasta el 31 de enero de 1994 de los comités nacionales pro UNICEF y las oficinas exteriores del UNICEF en cada una de las seis regiones de venta. Los gastos se han estimado para el período de 12 meses que termina el 30 de abril de 1994.
3. Los resultados de cada una de las esferas de actividades que generan ingresos se presentan por separado en el presente informe y luego se consolidan en el cuadro 1, que muestra los resultados provisionales de la OTF correspondientes a 1993 en comparación con las cifras efectivas de 1992 y las del presupuesto y plan de trabajo aprobados para 1993.
4. En el cuadro 2 figura la proyección de las recaudaciones netas y los gastos correspondientes a las actividades de recaudación de fondos del sector privado y actividades especiales.

Cuadro 1

Estado de ingresos correspondiente a 1992, presupuesto para 1993 y cifras provisionales de 1993

	1992 Cifras efectivas ^a		1993 Presupuesto		1993 Cifras provisionales		Variación	
							Cifras provisionales de 1993 respecto de las cifras efectivas de 1992	Cifras provisionales de 1993 respecto del presupuesto para 1993
	Millones de dólares EE.UU.	Porcentaje de recaudaciones brutas	Millones de dólares EE.UU.	Porcentaje de recaudaciones brutas	Millones de dólares EE.UU.	Porcentaje de recaudaciones brutas	Millones de dólares EE.UU.	Millones de dólares EE.UU.
Tarjetas vendidas (en millones)	150,1		162,0		156,5		6,4	-5,5
Recaudaciones brutas: Productos de la OTF	151,0	100,0	154,0	100,0	140,2	100,0	-10,8	-13,8
Menos: comisiones y gastos directos de las oficinas exteriores	38,3	25,4	38,2	24,8	35,2	25,1	-3,1	-3,0
Ventas netas	112,7	74,6	115,8	75,2	105,0	74,9	-7,7	-10,8
Menos: costo total de la mercadería entregada	29,5	19,5	29,5	19,2	29,5	21,0	0,0	0,0
Menos: gastos de funcionamiento	17,7	11,7	23,8	15,5	23,0	16,4	5,3	-0,8
reserva para cuentas por cobrar incobrables	0,8	0,5					-0,8	0,0
Más: otros ingresos	7,3	4,8	7,8	5,1	7,5	5,3	0,2	-0,3
Utilidades de funcionamiento netas: productos de la OTF	72,0	47,7	70,3	50,1	60,0	42,8	-12,0	-10,3
Utilidades de funcionamiento netas:								
Recaudación de fondos del sector privado (cuadro 2)	40,6		31,3		43,0		2,4	11,7
Programa de Desarrollo de los Comités Nacionales de Europa Central y Oriental	-1,2		-1,0		-1,0		0,2	0,0
Ingresos de funcionamiento netos: cifras consolidadas	111,4		100,6		102,0		-9,4	1,4
Menos:								
Ajustes por fluctuaciones cambiarias	4,3				9,0		4,7	9,0
Ajustes respecto de años anteriores	-0,1				2,0		2,1	2,0
Ingresos netos consolidados	107,2		100,6		91,0		-16,2	-9,6

* Se han consignado nuevamente las cifras correspondientes a 1992 a fin de reflejar la presentación en el presupuesto y plan de trabajo para 1993.

/...

II. TARJETAS DE FELICITACION Y PRODUCTOS CONEXOS

5. A raíz de las intensas actividades de sus entidades asociadas en la venta de tarjetas, en su campaña de 1993 la OTF proyecta lograr un aumento de 6,4 millones de tarjetas en comparación con los resultados efectivos de 1992. Sin embargo, la continuación de la recesión mundial, las difíciles circunstancias económicas y políticas reinantes en los países de Europa central y oriental y la fortaleza del dólar de los EE.UU. han repercutido en forma negativa en los resultados de la OTF en cuanto a volumen de ventas. Se calcula en 17 millones de dólares el efecto desfavorable de los tipos de cambio sobre la recaudación bruta de 1993. El rendimiento de las operaciones de la OTF, que está sujeta a los efectos de fluctuaciones cambiarias que no dependen en absoluto de sus decisiones (véase E/ICEF/1993/AB/L.6, párr. 18), se vio afectado además por ajustes de 9 millones de dólares calculados para cubrir pérdidas previstas ocasionadas por la fortaleza del dólar y su repercusión en la revaluación del activo de la OTF en monedas distintas del dólar de los EE.UU. (véase el párrafo 19 más adelante).

A. Volumen de ventas

6. Los informes de las seis regiones de venta indican un aumento del volumen de ventas de tarjeta estimado en 6,4 millones de tarjetas respecto de las cifras efectivas de 1992. En el gráfico I, que aparece a continuación, figuran las ventas por región correspondientes a 1993 en comparación con las cifras efectivas de ventas de 1992; se estima que se producirá un aumento en cinco de las seis regiones (E/ICEF/1994/AB/L.5).

Gráfico IVentas por región en 1993: cifras provisionales
en comparación con las cifras efectivas de 1992

(En millones de tarjetas y millones de dólares EE.UU.)

Región	1992 cifras efectivas		1993 cifras provisionales		Variación Aumento/ (disminución)	
	Tarjetas vendidas	Valor	Tarjetas vendidas	Valor	Tarjetas vendidas	Valor
I. América del Norte	14,5	13,4	15,4	13,8	0,9	0,4
II. América Latina	9,3	7,8	10,8	7,9	1,5	0,1
III. Asia	10,0	7,9	10,4	9,2	0,4	1,3
IV. Pacífico, India y Pakistán	7,6	3,3	8,3	3,1	0,7	(0,2)
V. Europa	103,9	113,5	106,9	102,3	3,0	(11,2)
VI. Africa y Oriente Medio	4,8	5,1	4,7	3,9	(0,1)	(1,2)
Total de todas las regiones	150,1	151,0	156,5	140,2	6,4	(0,8)

/...

7. En el gráfico II, que aparece a continuación, se comparan los resultados provisionales correspondientes a 1993 de las ventas en las seis regiones de ventas con las cifras del presupuesto para 1993 (véase E/ICEF/1993/AB/L.6); se puede observar una variación negativa del volumen de ventas de 5,7 millones de tarjetas.

Gráfico II

Ventas por región en 1993: cifras provisionales
en comparación con las del presupuesto para 1993

(En millones de tarjetas y millones de dólares EE.UU.)

Región	1993 Presupuesto		1993 Cifras provisionales		Variación Aumento/ (disminución)	
	Tarjetas vendidas	Valor	Tarjetas vendidas	Valor	Tarjetas vendidas	Valor
I. América del Norte	17,2	14,0	15,4	13,8	(1,8)	(0,2)
II. América Latina	11,2	8,5	10,8	7,9	(0,4)	(0,6)
III. Asia	10,1	9,3	10,4	9,2	0,3	(0,1)
IV. Pacífico, India y Pakistán	9,0	3,2	8,3	3,1	(0,7)	(0,1)
V. Europa	109,5	113,9	106,9	102,3	(2,6)	(11,6)
VI. Africa y Oriente Medio	5,2	5,1	4,7	3,9	(0,5)	(1,2)
Total de todas las regiones	162,2	154,0	156,5	140,2	(5,7)	(13,8)

B. Recaudaciones brutas

8. Las recaudaciones brutas de 1993 se calculan en 140,2 millones de dólares, o sea, 10,8 millones de dólares menos que la cifra efectiva de 1992 y representan una disminución de 13,8 millones de dólares en comparación con el presupuesto de 1993. Esta diferencia entre el resultado y el presupuesto es consecuencia en su mayor parte de la fortaleza del dólar de los EE.UU. (véase el párrafo 5 supra). Las repercusiones de las fluctuaciones cambiarias en las recaudaciones brutas percibidas en los principales mercados se calculan en 17 millones de dólares, o sea 10.8 por cierto.

C. Comisiones y gastos directos de las oficinas exteriores

9. Las comisiones se calculan en 35,2 millones de dólares, cifra que incluye los fondos retenidos por los comités nacionales pro UNICEF y otros copartícipes en las ventas, los gastos efectuados en las oficinas exteriores y las comisiones pagadas a los consignatarios. Se calcula que las comisiones y los gastos directos de las oficinas exteriores representarán el 25,1% de las recaudaciones

/...

brutas, o sea, 0,3% menos que la proporción efectiva de 1992, pero 0,3% más que la prevista en el presupuesto para 1993.

D. Gastos

Costo de la mercadería entregada, los fletes, los derechos e impuestos y el material de promoción

10. Se estima que esta partida de gastos ascenderá a 29,5 millones de dólares, suma igual que la cifra efectiva de 1992 y la cifra prevista en el presupuesto para 1993. Se calcula que el costo de la mercadería entregada, los fletes, los derechos e impuestos y el material de promoción representarán un 21% de los ingresos brutos, o sea, 1,5% más que la cifra efectiva de 1992 y 1,8% más que la cifra prevista en el presupuesto para 1993. Este aumento porcentual obedece a la rebaja de las recaudaciones brutas ocasionada por lo desfavorable de los tipos de cambio (calculada en 17 millones, véase el párrafo 5 supra).

Gastos de funcionamiento

11. Se prevé que los gastos de funcionamiento de 1993 ascenderán a 23 millones de dólares, lo que representa una disminución de 0,8% millones de dólares respecto de lo previsto en el presupuesto para 1993 y un aumento de 5,3 millones de dólares respecto de la cifra efectiva de 1992. Este aumento obedece en gran parte al costo de la investigación de mercado en los países con posibilidades óptimas, al costo de la creación de nuevas líneas de productos y a los gastos relacionados con las actividades iniciales para el traslado a una nueva computadora.

E. Otros ingresos

12. Se calcula que en 1993, estos ingresos, generados principalmente por regalías procedentes de la venta de productos bajo licencia y la venta de productos por los comités nacionales, ascenderán a 7,5 millones de dólares, lo que representa una disminución de 0,3 millones de dólares respecto de lo previsto en el presupuesto para 1993 y un aumento de 0,2 millones de dólares respecto de la cifra efectiva de 1992.

F. Ingresos de funcionamiento netos: productos de la Operación de Tarjetas de Felicitación

13. Se calcula que los ingresos de funcionamiento netos de los productos de la OTF para 1993 serán de 60 millones de dólares, lo que representa una disminución de 12 millones de dólares respecto de 1992 de 10,3 millones de dólares respecto de lo previsto en el presupuesto para 1993. Como se ha explicado en el párrafo 8, esta disminución es atribuible a los tipos de cambio desfavorables vigentes en 1993.

/...

III. RECAUDACION DE FONDOS EN EL SECTOR PRIVADO

A. Ingresos

14. De conformidad con lo solicitado por la Junta Ejecutiva, los ingresos provenientes de actividades de recaudación de fondos en el sector privado y gastos conexos se presentan en forma separada de los ingresos relacionados con los productos de la OTF (cuadro 2). También se incluyen en esta partida los ingresos provenientes de actividades especiales de recaudación de fondos.

15. Las recaudaciones netas de 1993 se calculan en 54,8 millones de dólares, lo cual representa un aumento de 4,5 millones de dólares respecto de las cifras efectivas de 1992 y un aumento del 11,7 millones de dólares respecto de la cifra prevista en el presupuesto para 1993.

Cuadro 2

Recaudación de fondos en el sector privado: estado de
ingresos correspondiente a 1992, presupuesto para 1993
y cifras provisionales de 1993

(En miles de dólares EE.UU.)

	1992 Cifras efectivas	1993 Presu- puesto	1993 Cifras provisio- nales	Variación	
				Cifras provisio- nales de 1993 respecto de las cifras efectivas de 1992	Cifras provisio- nales de 1993 respecto del pre- supuesto para 1993
Recaudaciones netas	50 252	43 050	54 757	4 505	11 707
Menos:					
Gastos de funcionamiento	3 168	4 574	4 538	1 370	-36
Gastos de investigación y desarrollo	388	1 350	1 350	962	0
Gastos del Programa de fomento de la recaudación de fondos	3 575	5 851	5 851	2 276	0
Costos de producción y organización de espectáculos	2 502			-2 502	0
Total de gastos	9 633	11 775	11 739	2 106	-36
Ingresos netos de funcionamiento	40 619 ^a	31 275	43 018	2 399	11 743

^a Se han consignado nuevamente las cifras correspondientes a 1992 a fin de que se ajusten a la presentación del presupuesto de 1993.

/...

B. Gastos

16. Los gastos de funcionamiento se estiman en 4,5 millones de dólares y los gastos de investigación y desarrollo en 1,4 millones de dólares, cifras iguales a las presupuestadas. Los gastos del Programa de fomento de la recaudación de fondos se calculan en 5,9 millones de dólares, cifra igual a la que figura en el presupuesto. El aumento de la inversión en el Programa (en comparación con las cifras efectivas de 1992) tiene una repercusión positiva en los ingresos provenientes de actividades de recaudación de fondos en el sector privado para 1993 y se prevé que proporcionará una base sólida para que los ingresos sigan aumentando en los próximos años (véase el párrafo 15 supra). En el anexo del presente documento se incluye un informe sobre la situación del Programa de fomento de la recaudación de fondos.

C. Ingresos netos de funcionamiento

17. Se estima que los ingresos netos de funcionamiento serán de 43 millones de dólares, o sea, 2,4 millones de dólares por encima de la cifra efectiva para 1992 y 11,7 millones de dólares por encima de la cifra prevista en el presupuesto para 1993. Estos aumentos obedecen a la mayor participación de los comités nacionales y de las oficinas exteriores del UNICEF en las actividades de recaudación de fondos en el sector privado con apoyo de la OTF. La aplicación del Programa de fomento de la recaudación de fondos a lo largo de tres años, a partir de 1991, ha dado por resultado un aumento de la base de donantes de los comités nacionales y las oficinas exteriores, lo cual ha dado lugar a un aumento de los ingresos en 1993/1994 y ha proporcionado una base sólida para prever incrementos sostenidos en los próximos años.

IV. CIFRAS PROVISIONALES CONSOLIDADAS

A. Ingresos de funcionamiento netos consolidados

18. Después de tener en cuenta los gastos del Programa de Desarrollo de los Comités Nacionales de Europa Central y Oriental que ascendieron a 1 millón de dólares, se estima que para 1992 los ingresos de funcionamiento netos consolidados de la OTF ascenderán a 102 millones de dólares (véase el cuadro 1), o sea, 9,4 millones de dólares menos que la cifra efectiva de 1992 aunque 1,4 millones de dólares más que lo presupuestado para 1993.

B. Ajustes por fluctuaciones cambiarias y ajustes de años anteriores

19. Se aplica un ajuste negativo de 9 millones de dólares por fluctuaciones cambiarias para tener en cuenta las pérdidas prevista en razón de la revaluación del activo y el pasivo de la OTF en monedas distintas del dólar de los EE.UU. Esa cifra resulta en su mayor parte de cuentas por cobrar de las entidades asociadas en la venta de tarjetas en las cuales la OTF tiene una exposición crediticia a raíz de las fluctuaciones cambiarias. Incluye además pérdidas efectivas por el mismo motivo producidas antes del 31 de enero de 1994. Los ajustes de años anteriores se calculan en 2 millones de dólares.

/...

C. Ingresos netos consolidados

20. Tras restar de los ingresos de funcionamiento netos (102 millones de dólares) 9 millones de dólares por concepto de fluctuaciones cambiarias y 2 millones de dólares por concepto de ajustes de años anteriores, los ingresos netos consolidados de la OTF se calculan en 91 millones de dólares, lo que representa una disminución de 16,2 millones de dólares respecto de la cifra efectiva de 1992 y de 9,6 millones de dólares respecto de la cifra prevista en el presupuesto para 1993.

/...

Anexo

PROGRAMA DE FOMENTO DE LA RECAUDACION DE FONDOS

INFORME SOBRE LA SITUACION, 1° DE MAYO DE 1991 A
31 DE DICIEMBRE DE 1993

1. El Programa de fomento de la recaudación de fondos ha estado en funcionamiento 32 meses de los tres años proyectados. En él se ha prestado apoyo a un total de 34 programas en 14 países. Hasta la fecha el Programa ha beneficiado a 11 Comités Nacionales pro UNICEF y a tres oficinas exteriores. Se ha prometido un total de 9,8 millones de dólares y se han desembolsado 5,1 millones de dólares. Está en curso el proceso de ejecución de varios programas a un costo estimado en 4,7 millones de dólares. En 1995 se presentarán los informes correspondientes a la Junta Ejecutiva.
2. La inversión de 5,1 millones de dólares realizada hasta la fecha ha producido un rendimiento inmediato de 11 millones de dólares para el UNICEF. Lo que es más importante, se ha obtenido un total de más de 220.000 nuevos donantes, entre los que se cuentan 27.000 donantes que han hecho promesas de donaciones mensuales y se espera inscribir a un número mucho mayor en el futuro. Se calcula que el total de ingresos netos imputables a esos donantes en el futuro será de 36 millones de dólares en cinco años y de 51 millones de dólares en diez años.
3. Las cifras dadas en el presente informe se basan en información recibida hasta el 31 de diciembre de 1993 por la Dependencia de Apoyo a la Recaudación de Fondos de la OTF, por los comités nacionales y por las oficinas exteriores del UNICEF.
4. Se definen los "fondos recaudados" como los ingresos generados por la campaña que son directamente proporcionales a las inversiones efectuadas.
5. Los "nuevos donantes" son los obtenidos a partir de listas externas de nombres y direcciones que por primera vez efectúan contribuciones al UNICEF. Los nuevos "donantes que han prometido contribuciones mensuales" pueden ser o bien donantes ya activos que han cambiado de condición, o bien donantes recién inscritos en las listas del UNICEF que aportan donaciones mensuales.
6. Se calculan los "ingresos netos futuros" utilizando proyecciones basadas en los antecedentes conocidos de los donantes en países seleccionados en los cuales el UNICEF lleva a cabo sus actividades de recaudación de fondos entre el público en general.

Programa de fomento de la recaudación de fondos: informe sobre la situación en el período comprendido entre mayo de 1991 y diciembre de 1993

País	Programa	Fecha de aprobación	Objetivos aprobados	Total prometido (dólares EE.UU.)	Total desembolsado (dólares EE.UU.)	Observaciones	Fondos recaudados atribuibles directamente al Programa (dólares EE.UU.)	Nuevos donantes atribuibles directamente a la financiación del Programa
Alemania	Programa directo por correo para obtener promesas de donaciones mensuales	15/11/91	Llegar a 500.000 hogares. Agregar 7.500 nuevos donantes, con ingresos brutos procedentes de nuevos donantes en un período de cuatro años calculados en 1.871.000 dólares de los EE.UU.	298 000	301 205	La campaña permitió obtener 7.160 nuevas promesas de donaciones a partir de la lista interna	316 000	4 737
Alemania	Campaña directa por correo en relación con el informe anual	15/11/91	Aumentar la tasa de constancia y disminuir la tasa de desgaste entre los afiliados inscritos en la lista interna. Llegar a 160.000 de los mejores donantes con un informe anual de calidad y promover el aumento de las donaciones.	21 000	20 482	Se utilizaron fondos del Programa como capital inicial para subvencionar una campaña relacionada con el informe anual (20%).	175 000	
Alemania	Campaña para obtener donantes realizada con diarios de bolsillo para 1993	26/10/92	Aumento de las listas internas del Comité Nacional en más de 90.000 donantes. Llegar a obtener ingresos netos de 550.000 dólares de los EE.UU. por encima del costo de la campaña.	968 000	866 227	Se utilizaron fondos del Programa para subvencionar la campaña de adquisición a un costo de 3 millones de dólares que contribuyó considerablemente a aumentar la lista interna de envíos por correo del Comité.	1 455 000	53 052

/...

País	Programa	Fecha de aprobación	Objetivos aprobados	Total prometido (dólares EE.UU.)	Total desembolsado (dólares EE.UU.)	Observaciones	Fondos recaudados atribuibles directamente al Programa (dólares EE.UU.)	Nuevos donantes atribuibles directamente a la financiación del Programa
Alemania	Campaña para el estudio de perspectivas realizada con diarios de bolsillo para 1994	29/7/93	Aumentar de 980.000 a 1.036.000 el número de direcciones comprendidas en la lista interna del Comité. Llegar a obtener ingresos netos de 142.000 dólares de los EE.UU.	1 000 000		Campaña en curso.		
Australia	Programa integrado de envíos directos por correo	15/11/91	Aumentar el número de inscritos en la lista interna de 17.000 a por lo menos 50.000 para 1995. Mejorar la categoría de las direcciones nuevas y existentes para llevarlas al nivel de donantes principales o de donaciones mensuales. Aumentar los ingresos anuales obtenidos del envío directo por correo de 250.000 dólares de Australia a 1,5 millones de dólares de Australia por año.	451 000	157 806	Se revisaron los objetivos iniciales a raíz de los cambios de personal. En 1992 las campañas recaudaron 159.000 dólares de los EE.UU. y obtuvieron 4.928 nuevos donantes. Están en curso actualmente las campañas de 1993-1994.	159 000	4 928

País	Programa	Fecha de aprobación	Objetivos aprobados	Total prometido (dólares EE.UU.)	Total desembolsado (dólares EE.UU.)	Observaciones	Fondos recaudados atribuibles directamente al Programa (dólares EE.UU.)	Nuevos donantes atribuibles directamente a la financiación del Programa
Bélgica	Campaña directa por correo de promoción de donaciones generosas	20/8/92	Aumento de la lista interna del Comité Nacional en 12.000 donantes. Llegar a obtener ingresos netos inmediatos de 1,9 millones de francos belgas (60.000 dólares de los EE.UU.).	220 000	220 000	El total de los ingresos fue de 533.000 dólares, de los cuales el 57% es atribuible al Programa.	305 000	15 886
Brasil	Campaña directa por correo de obtención de donantes ECO-92	20/8/92	Aumentar la lista interna existente de 40.000 a 55.000 direcciones. Generar 300.000 dólares de los EE.UU. en recaudaciones brutas de campañas directas por correo en 1992.	135 000	135 000	La campaña generó ingresos netos considerables y 11.000 donantes.	238 000	10 980
Brasil	Campaña directa por correo de promoción de donaciones generosas	20/8/92	Aumentar la lista interna existente a 75.000 direcciones. Proporcionar una base para la organización del programa de donaciones mensuales en 1993. Generar recaudaciones brutas de 450.000 dólares de los EE.UU. en 1992, procedentes de los envíos directos por correo.	175 000	175 000	La campaña superó los objetivos fijados. Generó ingresos considerables y nuevos donantes.	978 000	32 002

/...

País	Programa	Fecha de aprobación	Objetivos aprobados	Total prometido (dólares EE.UU.)	Total desembolsado (dólares EE.UU.)	Observaciones	Fondos recaudados atribuibiles directamente al Programa (dólares EE.UU.)	Nuevos donantes atribuibiles directamente a la financiación del Programa
Brasil	Campaña directa por correo para acrecentar el número de participantes	5/10/93	Aumentar el número de direcciones en la lista interna a 120.000. Llegar a obtener ingresos netos de 940.000 dólares de los EE.UU. en el año en curso.	178 000		Campaña en curso.		
Estados Unidos	Campaña en los distintos medios de difusión, incluida la televisión y la telecomercialización	15/11/91	Llegar a un nivel de donaciones considerablemente más alto en los llamamientos lanzados a la lista de 1.850 donantes principales. Ensayar el llamamiento a donantes en la escala de donaciones de 100 dólares de los EE.UU. a 999 dólares de los EE.UU. a fin de determinar si sería posible un mejoramiento considerable.	100 000	100 000	La campaña logró un gran éxito puesto que aumentó la tasa de respuesta en más del 40% y la donación media en 100 dólares de los EE.UU. La tasa de respuesta más elevada procedió de los donantes de los escalones más bajos (los que contribuyen con 250 dólares de los EE.UU. o menos); sin embargo, el nivel de la donación fue mucho más bajo.	375 000	

País	Programa	Fecha de aprobación	Objetivos aprobados	Total prometido (dólares EE.UU.)	Total desembolsado (dólares EE.UU.)	Observaciones	Fondos recaudados atribuibles directamente al Programa (dólares EE.UU.)	Nuevos donantes atribuibles directamente a la financiación del Programa
Estados Unidos	Campaña "Corramos por el UNICEF" de recaudación de fondos en las escuelas.	6/3/92	Realizar un programa experimental para inscribir a 100 escuelas primarias para que participen en la campaña "Corramos por el UNICEF". Aumentar la contribución media por escuela de 200 dólares de los EE.UU. a 1.000 dólares de los EE.UU. Introducir la promoción y la enseñanza relacionadas con el UNICEF para la preparación de materiales escolares.	35 637		La campaña se extendió hasta 1994. El Comité de los Estados Unidos aprendió que se recauda dinero con las carreras, y se encuentra en la actualidad sometiendo a prueba distintos criterios para encontrar una forma efectiva en función de los costos de lograr la participación de más escuelas.		
Estados Unidos	Campaña de recaudación de fondos del Día Nacional del UNICEF (incremento)	10/7/92	Aumentar la tasa de participación y las utilidades de la inversión de donantes a la campaña de la Víspera de Todos los Santos.	96 765	79 831	Los nuevos planteamientos aplicados a las campañas directas por correo demostraron que ese método tradicional de la campaña es el más eficaz en función de los costos. Sin embargo, la introducción de la telecomercialización es muy prometedora si esa actividad la realizan los funcionarios y voluntarios locales del Comité de los Estados Unidos.		

País	Programa	Fecha de aprobación	Objetivos aprobados	Total prometido (dólares EE.UU.)	Total desembolsado (dólares EE.UU.)	Observaciones	Fondos recaudados atribuibles directamente al Programa (dólares EE.UU.)	Nuevos donantes atribuibles directamente a la financiación del Programa
Estados Unidos	Actividades de extensión de las donaciones planificadas.	26/10/92	Establecer un programa satisfactorio de donaciones planificadas en el Comité de los Estados Unidos para aumentar la posible base de donantes de contribuciones planificadas y las donaciones que se reciben efectivamente. Aumentar los programas de comercialización y donaciones planificadas. Investigación amplia de los principales donantes.	68 000	68 000	El saldo para la organización de principales asociaciones de donantes fue arrastrado a 1994. Resultados: ocho donativos irrevocables por un total de 117.628 dólares de los EE.UU.; se lograron 300 nuevas averiguaciones sobre donaciones planificadas, 290 más que en los cinco años anteriores y se recibieron 50 notificaciones de inclusión en testamentarias.		
Estados Unidos	Campaña directa por correo de obtención de donantes para la situación de emergencia en Somalia.	26/10/92	Para responder al llamamiento de emergencia lanzado por el UNICEF en favor de Somalia mediante el aumento de 2 millones de piezas adicionales a la campaña de envío por correo de prospectos en enero de 1993.	404 000	404 000	La campaña originó nuevos donantes e ingresos a niveles aproximados a los proyectados.	472 000	17 556

País	Programa	Fecha de aprobación	Objetivos aprobados	Total prometido (dólares EE.UU.)	Total desembolsado (dólares EE.UU.)	Observaciones	Fondos recaudados atribuibles directamente al Programa (dólares EE.UU.)	Nuevos donantes atribuibles directamente a la financiación del Programa
Estados Unidos	Campaña de eliminación de las dolencias con la deficiencia de yodo en colaboración con Kiwanis International	16/12/92	Recaudar fondos para eliminar dichas dolencias hasta el año 2000. Hasta junio de 1994: a) 2 millones de dólares de los EE.UU. netos y recepción de 3 millones de dólares de los EE.UU. a 5 millones de dólares de los EE.UU. en promesas de las asociaciones de Kiwanis en cinco distritos, tres en los Estados Unidos y b) obtener la participación activa de 800 asociaciones.	248 300	131 600	Campaña en curso.		
Estados Unidos	Llamamientos de emergencia en favor de Bosnia y el Sudán	11/6/93	Aumentar la base de donantes del Comité de los Estados Unidos en unos 39.600 donantes. Responder a los llamamientos de emergencia lanzados por el UNICEF en favor de Bosnia y el Sudán.	828 000		Campaña en curso.		
Estados Unidos	Programa de envío directo de prospectos por correo.	18/11/93	Aumentar la base de donantes del Comité de los Estados Unidos en unos 9.480 donantes.	250 000		Campaña en curso.		

País	Programa	Fecha de aprobación	Objetivos aprobados	Total prometido (dólares EE.UU.)	Total desembolsado (dólares EE.UU.)	Observaciones	Fondos recaudados atribuibles directamente al Programa (dólares EE.UU.)	Nuevos donantes atribuibles directamente a la financiación del Programa
Francia	Campaña múltiple por televisión y prensa escrita	15/11/91	Agregar nuevos donantes a la lista interna mediante la combinación de llamamientos directos por correo, avisos en televisión y avisos publicados en la guía de programa de televisión.	60 000	60 000	Se utilizaron fondos del Programa como capital inicial para subvencionar una campaña de gran envergadura que permitió que el Comité de Francia adquiriera más de 100.000 donantes nuevos.	168 000	2 472
Hong Kong	Campaña directa por correo de promoción de donaciones generosas	20/8/92	Fortalecimiento de la lista interna de envíos por correo con 10.000 nombres adicionales.	176 660	176 660	Se superaron los objetivos fijados para la campaña. La campaña permitió obtener considerables ingresos, nuevos donantes y valiosa información sobre las listas postales existentes.	922 000	16 000
Hong Kong	Semana para la infancia de China	9/12/93	Recaudar fondos para la erradicación de la poliomielitis en China hasta fines de 1995. Despertar la conciencia sobre las necesidades permanentes de la infancia de China. Aumentar la base interna de donantes de 30.000 a 33.750.	171 546		Campaña en curso.		

País	Programa	Fecha de aprobación	Objetivos aprobados	Total prometido (dólares EE.UU.)	Total desembolsado (dólares EE.UU.)	Observaciones	Fondos recaudados atribuibles directamente al Programa (dólares EE.UU.)	Nuevos donantes atribuibles directamente a la financiación del Programa
Japón	Campaña directa por correo de promoción de donaciones generosas.	26/10/92	Aumentar la lista interna de envíos por correo en 2.750 donantes a un costo situado en el umbral de rentabilidad. Ensayar la fortaleza comparativa de los paquetes de diarios de bolsillo y de otra índole para utilizarlos como parte del programa anual de adquisición de donantes en el Japón.	150 000	125 536	Se superaron los objetivos de la campaña, creando considerables ingresos, nuevos donantes e información sobre los envíos directos por correo en el Japón.	670 000	6 600
Japón	Campaña de 1994 para obtener nuevos donantes	9/12/93	Obtener 65.000 nuevos donantes para aumentar la lista interna de donantes a 200.000 personas, 500 nuevas empresas donantes, 10.000 donantes nuevos y generar 500.000 dólares de los EE.UU. de ingresos adicionales de la publicidad de apoyo publicada en los principales periódicos.	900 000	320 300	Campaña en curso.		

País	Programa	Fecha de aprobación	Objetivos aprobados	Total prometido (dólares EE.UU.)	Total desembolsado (dólares EE.UU.)	Observaciones	Fondos recaudados atribuibles directamente al Programa (dólares EE.UU.)	Nuevos donantes atribuibles directamente a la financiación del Programa
México	Campaña directa por correo de promoción de donaciones generosas	26/10/92	Aumentar la lista interna en 2.250 donantes a un costo situado en el umbral de rentabilidad. Ensayar varias listas postales que se pueden adquirir utilizando el diario de bolsillo del UNICEF como paquete anual para la obtención de donantes.	100 000	107 850	La campaña logró sus objetivos y generó 2.000 donantes nuevos. Proporcionó información valiosa sobre las posibilidades de las campañas directas por correo.	102 000	2 052
México	Campaña directa por correo para aumentar la base de donantes	5/10/93	Aumentar el número de direcciones de 800 a 3.000. Llegar a recaudar ingresos netos de 63.000 dólares de los EE.UU.	70 000	80 754	Campaña en curso.		
Nueva Zelandia	Campaña directa por correo de promoción de donaciones generosas	25/8/92	Aumentar la lista postal interna en 3.500 nombres. Ampliar el programa de envíos directos por correo a fin de incluir la campaña del diario de bolsillo como característica anual.	65 000	59 574	Esta campaña fue un proceso de aprendizaje para el Comité. Ofreció información valiosa sobre envíos directos por correo y una gran exposición de posibilidades para futuras campañas.	26 000	1 893

País	Programa	Fecha de aprobación	Objetivos aprobados	Total prometido (dólares EE.UU.)	Total desembolsado (dólares EE.UU.)	Observaciones	Fondos recaudados atribuibles directamente al Programa (dólares EE.UU.)	Nuevos donantes atribuibles directamente a la financiación del Programa
Países Bajos	Siete programas de televisión para obtener patrocinadores para el programa "Destino de un Niño".	15/11/91	Obtener entre 10.000 y 20.000 nuevas promesas de contribuciones mensuales que aporten una contribución anual bruta aproximada de 750.000 dólares de los EE.UU. a 1,5 millones de dólares de los EE.UU.	1 000 000	781 285	El Programa financió 50% del programa de obtención de donantes con el cual se consiguió un total de 46.679 donantes nuevos y a la fecha se ha remitido al UNICEF la suma de 7.425.000 dólares de los EE.UU.	3 713 000	23 239
Países Bajos	Programa "Destino de un Niño"	18/11/93	Véase la partida anterior.	54 814	54 814	Financiación complementaria para compensar las fluctuaciones cambiarias en la campaña 001.		
Reino Unido	Campaña "Cambio para bien" con British Airways	18/11/93	Lanzar la campaña "Cambio para bien" en toda la red de British Airways en enero de 1994, tras la etapa de ensayo de noviembre a diciembre de 1993.	373 500		Campaña en curso.		

País	Programa	Fecha de aprobación	Objetivos aprobados	Total prometido (dólares EE.UU.)	Total desembolsado (dólares EE.UU.)	Observaciones	Fondos recaudados atribuibles directamente al Programa (dólares EE.UU.)	Nuevos donantes atribuibles directamente a la financiación del Programa
República de Corea	Campaña directa por correo de obtención de donantes en relación con el Día del Niño	30/3/92	Reforzar la lista interna de donantes de Corea al UNICEF. Ensayar un paquete postal directo basado en el concepto de que las donaciones al UNICEF constituyan una forma apropiada de conmemorar el Día del Niño. Agregar 5.000 nuevas direcciones a la lista interna.	95 000	95 171	La campaña generó nuevos donantes y ofreció información valiosa sobre las listas postales disponibles en la República de Corea.	119 000	4 700
República de Corea	Campaña directa por correo de obtención de donantes en relación con el Día de Acción de Gracias.	20/8/92	Aumentar la lista postal interna en 5.000 donantes nuevos. Generar ingresos que excedan del costo de la campaña. Ensayar un paquete de bajo costo y menos complicado dentro de la campaña del Día de Acción de Gracias. Ensayar el uso de 20.000 nuevas direcciones en la campaña de Navidad.	140 000	133 399	Se superaron los objetivos de la campaña y se consiguió información valiosa acerca de la recaudación de fondos en campañas directas por correo en la República de Corea.	190 000	7 414

País	Programa	Fecha de aprobación	Objetivos aprobados	Total prometido (dólares EE.UU.)	Total desembolsado (dólares EE.UU.)	Observaciones	Fondos recaudados directamente al Programa (dólares EE.UU.)	Nuevos donantes atribuibles directamente a la financiación del Programa
República de Corea	Campaña directa por correo de promoción de donaciones generosas	26/10/92	Lanzar un llamamiento directo por correo a 500.000 posibles nuevos donantes y a unos 11.000 donantes conocidos en la lista interna. Aumentar 8.750 nuevos donantes a la lista interna de envíos por correo. Llegar al umbral de rentabilidad en este programa.	335 000	343 409	Se superaron los objetivos fijados para la campaña. Se obtuvieron nuevos donantes y se recogió información valiosa sobre la recaudación de fondos directa por correo en la República de Corea.	464 000	20 180
República de Corea	Campaña de Navidad de 1993 con diarios de bolsillo.	18/11/93	Llegar a 1,4 millones de personas de la lista del UNICEF. Generar 25.000 nuevos donantes.	560 000	26 875	Campaña en curso.		
Suiza	Llamamiento directo por correo en relación con el examen anual.	15/11/91	Aumentar la tasa de constancia y disminuir la tasa de desgaste entre los afiliados inscritos en la lista interna. Llegar a 550.000 de los donantes más generosos con un informe anual de calidad y fomentar el incremento de las donaciones. Disminuir los costos del examen anual mediante el cálculo global de la producción.	60 000	54 420	El Programa financió el 20% del costo de la campaña.	178 000	
Total				9 788 222*	5 079 198*		11 024 000	223 691

* Aún estaban en curso campañas con un costo de 4.709.024 dólares de los EE.UU.