



## A N E X O T

---

### EJEMPLOS DE INICIATIVAS

- **SOCIEDAD DE LA CRUZ ROJA FINLANDESA**  
Venta de tarjetas postales, tarjetas de felicitaciones y tarjetas de Navidad
  
- **SOCIEDAD DE LA CRUZ ROJA DE ZAMBIA**  
Ingresos en concepto de arriendo de edificios
  
- **SOCIEDAD DE LA CRUZ ROJA DE FIJI**  
Lotería: "Club de los 500"
  
- **BAPHALALI, SOCIEDAD DE LA CRUZ ROJA DE SUAZILANDIA**  
Cursos de primeros auxilios y venta de botiquines de primeros auxilios
  
- 
  
- 
  
- 
  
- 
  
- 
  
-

## **EJEMPLOS DE INICIATIVAS: GENERACIÓN DE INGRESOS**

### **CRUZ ROJA FINLANDESA: TARJETAS POSTALES, TARJETAS DE FELICITACIÓN Y TARJETAS DE NAVIDAD**

En cooperación con el mayor fabricante de tarjetas de Finlandia y con la Administración Nacional de Correos, la Cruz Roja Finlandesa vende tarjetas postales, tarjetas de felicitación y tarjetas de Navidad. Anualmente se venden cerca de 4 millones de tarjetas. Las tarjetas ya llevan impreso el franqueo y el precio de venta incluye el franqueo a cualquier parte del mundo.

La Cruz Roja Finlandesa tiene una posición destacada en el mercado de las tarjetas de Navidad que se venden con fines de beneficencia y controla un tercio del mercado de las tarjetas de Navidad que se venden a las empresas. La Cruz Roja Finlandesa se ha hecho una clientela en el curso de los años mediante la comercialización directa de sus tarjetas de Navidad de la Cruz Roja a las 140.000 compañías de Finlandia. A las compañías pequeñas se les envía una carta general y, en el caso de compañías más grandes, de más de 20 empleados, las cartas se envían a los ejecutivos más importantes. Las tarjetas se venden también al público en más de 3.000 establecimientos, incluidas las oficinas de correo y papelerías. Se estima que cerca del 10% de la población de Finlandia adquiere las tarjetas de Navidad de la Cruz Roja Finlandesa, pero la Cruz Roja Finlandesa no vende tarjetas exclusivamente en la época de Navidad.

La Cruz Roja Finlandesa ha comenzado también a explotar el lucrativo mercado de las tarjetas especiales. Gracias a la publicidad por televisión de las tarjetas para el Día de los Enamorados la venta de ese tipo de tarjetas se ha decuplicado en cuatro años. La Cruz Roja produce también tarjetas de felicitación sencillas que han resultado un vehículo de publicidad y de obtención de fondos muy satisfactorio. La Cruz Roja Finlandesa trata de que los diseños sean de primerísima calidad, con conceptos imaginativos, y utiliza una estrategia de comercialización eficaz para obtener cuantías considerables de recursos

A juicio de la Cruz Roja Finlandesa, para que este tipo de actividad resulte satisfactorio en un entorno sumamente competitivo, las actividades del programa básico de la Cruz Roja deben ser eficaces y estar en conocimiento del público. Sólo entonces se interesará al público para que dé apoyo a la organización mediante el envío de tarjetas de la Cruz Roja a sus amistades. Sólo entonces considerarán los talleres gráficos, los vendedores y las compañías compradoras que el pequeño emblema de la Cruz Roja es un elemento de valor agregado que confiere al producto un atractivo especial para el consumidor.

## EJEMPLOS DE INICIATIVAS: GENERACIÓN DE INGRESOS

**SOCIEDAD NACIONAL:** Cruz Roja de Zambia

**TÍTULO DE LA ACTIVIDAD:** Ingresos en concepto de arriendo de edificios

### 1. DESCRIBA LA ACTIVIDAD Y SUS OBJETIVOS

Alquiler de oficinas y apartamentos para sufragar los costos básicos y los gastos de los programas de la Cruz Roja de Zambia.

### 2. ¿POR QUÉ ELIGIÓ ESTA ACTIVIDAD Y QUÉ INGRESOS PRODUCE?

Debido al actual deterioro de la situación económica de Zambia, ésta era la única manera segura de obtener un ingreso garantizado para la Sociedad.

### 3. ¿QUÉ IMPORTANCIA TIENE ESTA ACTIVIDAD PARA LA SOCIEDAD NACIONAL? ¿POR QUÉ?

Es la fuente principal de recursos de la Cruz Roja de Zambia, pues solventa todos los costos básicos, más del 50% del presupuesto anual.

Agua y alcantarillado	K57.960.000 por año
Banco Mundial	68.820 dólares de los EE.UU. por año
Apartamentos	45.360 dólares de EE.UU. por año

### 4. ¿HUBO REVESES IMPORTANTES? EN CASO AFIRMATIVO, ¿CÓMO SE ENCARARON ESOS REVESES?

Sólo hubo reverses en el caso de apartamentos en que debimos ir a juicio para desalojar a arrendatarios improductivos con los que habíamos firmado un contrato de arrendamiento por 20 años con un arriendo fijo bajo.

### 5. ¿HUBO ADELANTOS IMPORTANTES?

Después del desalojo de los arrendatarios de los apartamentos, negociamos un contrato de arrendamiento por 3 años que nos da derecho a negociar anualmente el arriendo. Otro adelanto importante fue la construcción de una nueva Casa de la Cruz Roja financiada con recursos de la Cruz Roja Finlandesa.

### 6. ¿CÚALES SON SUS PROYECCIONES A CORTO Y LARGO PLAZO RESPECTO DE ESA ACTIVIDAD?

Una vez que hayamos terminado de amortizar el préstamo en condiciones favorables concedido por la Cruz Roja Finlandesa (CHF 150.000), podremos financiar más programas con nuestros propios

medios. La actividad produce un ingreso garantizado para la Cruz Roja de Zambia.

**7. ¿CÚALES SON LAS LECCIONES MÁS IMPORTANTES QUE HAN APRENDIDO?**

Cuando se trata de actividades de obtención de ingresos, cada Sociedad Nacional tiene que determinar las modalidades que resultan más apropiadas para su entorno. En nuestro caso, se trata de los inmuebles.

## EJEMPLOS DE ACTIVIDADES: GENERACIÓN DE INGRESOS

### SOCIEDAD DE LA CRUZ ROJA DE FIJI

#### **ACTIVIDAD: Club de los 500**

Esta actividad de obtención de recursos es una minilotería sencilla que sólo necesita el concurso de voluntarios para vender los billetes. No requiere patrocinio ni donaciones de premios, etc. Los billetes se venden a particulares que no necesariamente son donantes de la Cruz Roja. En nuestro caso, está orientada específicamente a personas que acaso no sean miembros o hagan donaciones para el Día de la Bandera u otro acontecimiento especial de obtención de fondos, pero que comprarán un billete con la idea de ganar un premio en efectivo.

#### **¿POR QUÉ SE ELIGIO ESTA ACTIVIDAD?**

Para producir "capital inicial" para los primeros gastos de la Semana Nacional de la Cruz Roja o generar recursos muy necesarios para una actividad determinada o un caso individual.

#### **¿QUÉ INGRESOS PRODUCE LA ACTIVIDAD?**

Esta lotería produce un ingreso neto garantizado de 2.778 dólares de Fiji si se venden todos los billetes. Los billetes son fáciles de vender porque dan al comprador la posibilidad de ganar PREMIOS EN EFECTIVO. Además, los compradores saben que sólo se venderán 500 billetes, de ahí el nombre de CLUB DE LOS 500 (véase el presupuesto que se acompaña).

#### **¿CUANTO CUESTA ESTA ACTIVIDAD?**

El gasto inicial en efectivo es mínimo:

- a) Costo del permiso de lotería, en caso necesario; 22.00 dólares de Fiji;
- b) Gastos de impresión de 500 billetes;
- c) Costo de los avisos en periódicos para anunciar a los ganadores (véase el presupuesto que se acompaña).

#### **¿QUÉ FUNCION DESEMPEÑA ESTA ACTIVIDAD EN EL CUADRO TOTAL DE SUS FINANZAS?**

Esta actividad genera dinero en efectivo sin solicitar donaciones. Entre la fecha en que se inicia el CLUB DE LOS 500 y la fecha en que se sortean los premios transcurren sólo de seis a ocho semanas; en consecuencia, sin dificultad cada año podrían celebrarse cuatro sorteos de lotería del CLUB DE LOS 500, que producirían 10.000 dólares, lo que para nosotros representa el 6,7% de la meta total de obtención de fondos de este año.

### **¿QUÉ RELACIÓN TIENE ESTA ACTIVIDAD CON LAS ACTIVIDADES DEL PROGRAMA?**

La lotería no está vinculada directamente con las actividades del programa; sin embargo, cuando se inicia la venta de billetes y se efectúa el sorteo se da publicidad a los programas de la Cruz Roja. Cada billete puede ir acompañado de un volante o en el reverso del billete se pueden imprimir los detalles para informar al comprador acerca del programa o caso individual al que se destinarán los ingresos producidos por la lotería. Por ejemplo, el billete puede llevar la siguiente leyenda: "Gracias por comprar este billete.. que permitirá que la Cruz Roja adquiera una silla de ruedas para Jone Sainisoli, de Newtown."

### **¿CÚALES SON LAS PROYECCIONES A CORTO Y LARGO PLAZO RESPECTO DE ESTA ACTIVIDAD?**

Las proyecciones a corto plazo son obtener la suma de dinero que se necesita.

Las proyecciones a largo plazo son divulgar información sobre las actividades de la Cruz Roja a la comunidad, de modo de motivar a la gente para que se interese en el servicio voluntario o haga donaciones en efectivo a los programas en curso

Por ejemplo, antes de la Semana Nacional de 1993 se vendieron 50 billetes del CLUB DE LOS 500 a los socios de un importante club social de Suva. Por esa razón, el club celebró una velada social durante la Semana Nacional y recaudó 500 dólares para la Sociedad. Al presentarnos el cheque, el Presidente sugirió la posibilidad de hacer una campaña de donaciones de sangre en el club. No hice un seguimiento de esa idea con nuestro coordinador de servicios de donantes de sangre porque la mayor parte de los socios del club social se interesan justamente en ese aspecto del club, su carácter social. El club, sin embargo, continúa exhibiendo los impresos que recibe de nosotros en su cartelera.

Todos los socios siguen teniendo gran interés en las actividades de la Cruz Roja.

### **DESCRIBA LOS REVESES**

En el caso de esta lotería para obtener fondos, los reverses podrían ser que el promotor u organizador:

- 1) No distribuya los billetes a sus vendedores,
- 2) No se preocupe de que los vendedores y distribuidores vendan los billetes, en lugar de dejarlos en sus casas;
- 3) No recoja todos los billetes sin vender o vendidos la semana anterior al sorteo para poder redistribuirlos a otros sitios;
- 4) No se ocupe de que los vendedores y distribuidores sean voluntarios consagrados y que vendan todos los billetes antes de la fecha del sorteo

el principal problema podría ser que se venda un número de billetes (por ejemplo, 50%) que sea insuficiente para sufragar el costo de los premios en efectivo.

**¿CÚALES SON LAS LECCIONES MÁS IMPORTANTES QUE HA APRENDIDO?**

Como ocurre con todas las actividades de obtención de fondos y los acontecimientos especiales, tiene que haber un coordinador o promotor dedicado que vigile la distribución y venta de los billetes. Los billetes de esta lotería son muy populares en Fiyi y no es necesario convencer a los compradores; SIN EMBARGO, el vendedor tiene que tenerlos disponibles en todo momento para ofrecerlos.

Vinaka Vakalevu

(Firmado) Alison A. Cupit  
Coordinador de obtención de fondos  
23 de mayo de 1994

## PRESUPUESTO DEL CLUB DE LOS 500

### GASTOS (DÓLARES DE FIJI):

Permiso	22,00
Impresiones (billetes)	100,00
Publicidad	100,00
Premios (200 dólares x 5=1.000, + 1.000)	<u>2.000,00</u>
	<b>\$2.222,00</b>

### INGRESOS (DÓLARES DE FIJI):

VENTA DE BILLETES (500 billetes x 10,00 dólares)	5.000,00
Menos Gastos	<u>2.222,00</u>
INGRESO NETO	<b>\$2.778,00</b>

<p style="text-align: center;"><b>500 CLUB</b> In Aid of Fiji Red Cross (1st of 4 in 1994)</p> <p>NAME.....</p> <p>ADDRESS .....</p> <p>.....</p> <p>Ticket No</p> <p>Permit No DOS 19/94</p> <p>Promoter Stanley Negatalevu</p> <p style="text-align: center;"><b>Nº 0003</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>500 CLUB</b> </p> <p style="text-align: center;">In Aid of Fiji Red Cross (1st of 4 in 1994)</p> <p>Name: .....</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; border-bottom: 1px dashed black;">1 - 5th DRAW</td> <td style="width: 50%; border-bottom: 1px dashed black;">JACKPOT DRAW</td> </tr> <tr> <td>1st - \$100</td> <td>1st - \$500</td> </tr> <tr> <td>2nd - \$70</td> <td>2nd - \$300</td> </tr> <tr> <td>3rd - \$30</td> <td>3rd - \$200</td> </tr> </table> <p style="text-align: right;"><b>Ticket: \$10.00</b></p> <p>To be drawn at QVSOB Club on the 4<sup>th</sup> May 1994 at 6 00 p.m.</p> <p>Permit No DOS 19/94</p> <p>Promoter Stanley Negatalevu</p> <p style="text-align: right;"><b>Nº 0003</b></p>	1 - 5th DRAW	JACKPOT DRAW	1st - \$100	1st - \$500	2nd - \$70	2nd - \$300	3rd - \$30	3rd - \$200
1 - 5th DRAW	JACKPOT DRAW								
1st - \$100	1st - \$500								
2nd - \$70	2nd - \$300								
3rd - \$30	3rd - \$200								

## EJEMPLOS DE INICIATIVAS: GENERACIÓN DE INGRESOS

### SOCIEDAD NACIONAL: BAPHALALI, SOCIEDAD DE LA CRUZ ROJA DE SUAZILANDIA

#### TÍTULO DE LA ACTIVIDAD:

Cursos de primeros auxilios y venta de botiquines de primeros auxilios (la actividad comenzó en noviembre de 1993)

#### 1. DESCRIBA LA ACTIVIDAD Y SUS OBJETIVOS

Cursos de primeros auxilios para la industria: cursos de primeros auxilios para trabajadores industriales y venta de botiquines de primeros auxilios

#### OBJETIVOS

- a) Obtener ingresos para las divisiones y la sede, b) aumentar la preparación en primeros auxilios en el país y c) reducir el número de accidentes.

#### 2. ¿POR QUÉ ELIGIÓ ESTA ACTIVIDAD?

- a) Porque ha habido un aumento de los accidentes de vialidad y del trabajo.
- b) Porque tenía posibilidades de recaudar más ingresos para sufragar los costos básicos.
- c) Porque daba oportunidad para establecer contactos con el sector empresarial.

#### 3. ¿QUÉ INGRESOS PRODUJO LA ACTIVIDAD? ¿CUANTO COSTÓ ESTA ACTIVIDAD?

En los primeros 10 meses generó E80.000, con un costo de E40.000 para dar formación al instructor.

#### 4. ¿QUÉ IMPORTANCIA TIENE ESTA ACTIVIDAD PARA LA SOCIEDAD NACIONAL? ¿POR QUÉ?

- a) Elevó la visibilidad de la Sociedad Nacional y aumentó la financiación porque pudimos establecer contactos con un mayor número de personas.
- b) Da ocasión a la Sociedad Nacional de reducir la vulnerabilidad de grupos preferentes, pues incluye la prevención de accidentes.

#### 5. ¿QUÉ RELACIÓN TIENE ESA ACTIVIDAD CON LOS SERVICIOS PRESTADOS POR LA SOCIEDAD NACIONAL?

- a) Es un componente de la atención primaria de salud.
- b) Es también un componente de la preparación para casos de desastre y la reducción de desastres.
- c) Es una forma de divulgar y publicitar las actividades de la Sociedad, esto es, hacer saber al público qué hacemos.

**6. ¿HUBO REVESES IMPORTANTES? EN CASO AFIRMATIVO, ¿CÓMO SE ENCARARON ESOS REVESES?**

Hubo falta de recursos financieros para comenzar el proyecto. La Sociedad Nacional solicitó fondos a un donante.

**7. ¿HUBO ALGUNOS ADELANTOS IMPORTANTES?**

La Sociedad Nacional recaudó E80.000 en los primeros 10 meses y aumentó el número de personas que se enteraron de la obra de la Cruz Roja.

**8. ¿CUÁLES SON SUS PROYECCIONES A CORTO Y LARGO PLAZO RESPECTO DE ESTA ACTIVIDAD?**

En el corto plazo, continuaremos dando formación a los empleados y al público.

En el largo plazo:

- a) Todos los voluntarios recibirán formación en primeros auxilios;
- b) Se aumentará el número de instructores para atender la demanda;
- c) Se tratará de reformar las leyes respecto de la formación en primeros auxilios.

**9. ¿CUÁLES SON LAS LECCIONES MAS IMPORTANTES QUE HA APRENDIDO?**

La formación en primeros auxilios es una actividad comercializable en Suazilandia que nos permite ponernos en contacto con un mayor número de personas; la demanda es superior a la oferta y la Sociedad Nacional podría obtener así más fondos para sufragar sus gastos básicos.