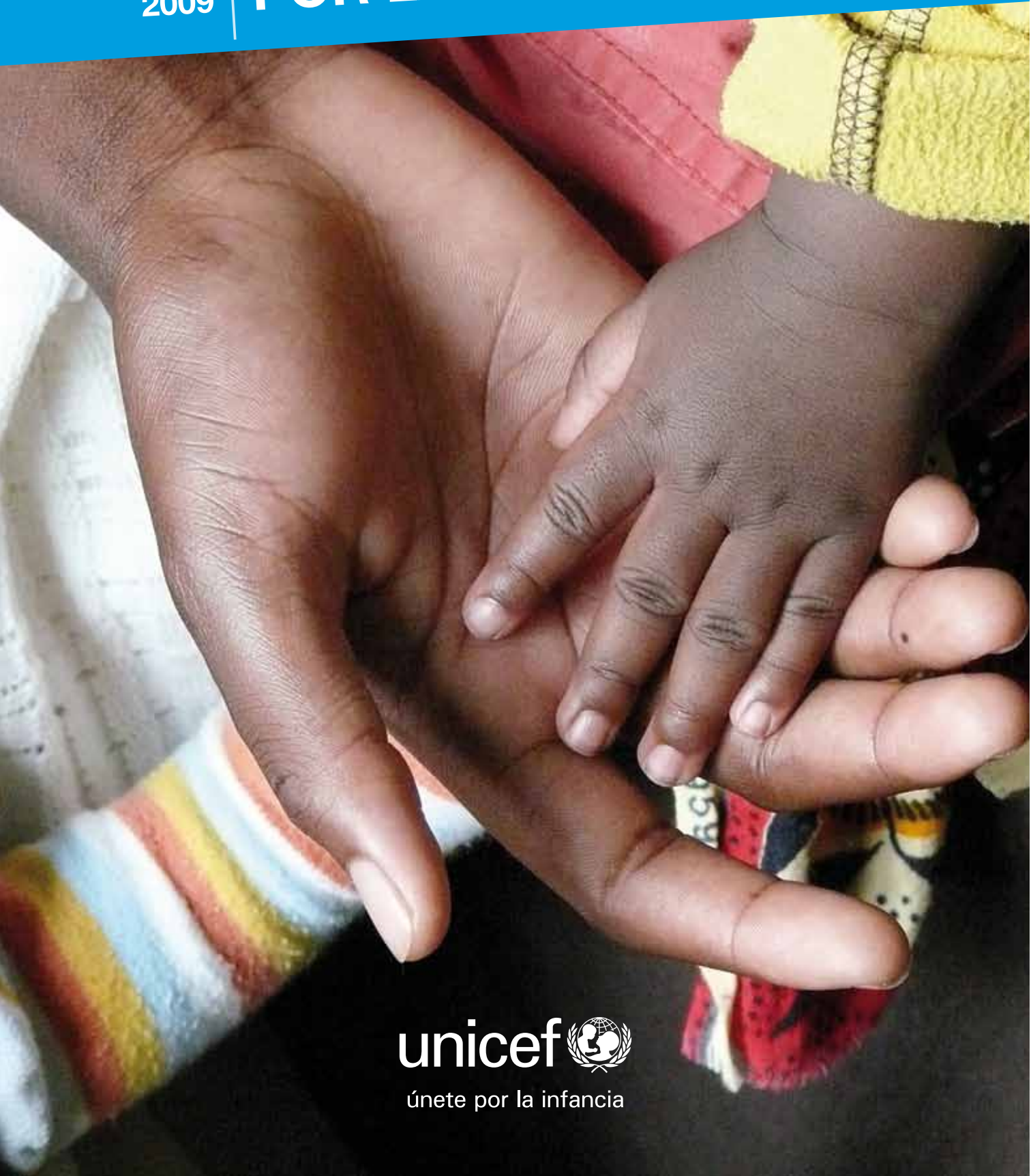


MEMORIA  
ANUAL  
2009

# ALIANZAS CORPORATIVAS POR LA INFANCIA



unicef   
únete por la infancia



Estimados colaboradores y amigos,

Es una satisfacción tener la oportunidad de destacar, a través de estas líneas, la enorme importancia de su apoyo al trabajo de UNICEF.

Aunque se han alcanzado progresos notables hacia el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) para 2015, los resultados son todavía muy desiguales. Terminar con la carencia de oportunidades que afecta aún a millones de personas en el mundo requiere un esfuerzo concertado de todos. Y la empresa privada juega un papel primordial como pieza clave de innovación, inversión y creación de empleo.

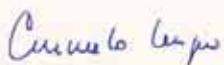
Como ustedes bien saben, UNICEF trabaja para llegar a los sectores más pobres y vulnerables de la población mundial e involucra en esta misión a los distintos sectores de la sociedad.

Por diversas razones, cada vez son más los actores implicados en modelos de negocio que invierten en favor de países y poblaciones en desarrollo. Empresas de todo el mundo han introducido innovación destinada a proporcionar acceso a los servicios de atención sanitaria, agua potable, saneamiento, tecnología de las comunicaciones o servicios financieros. Del mismo modo, numerosas iniciativas -entre las que se encuentran las asociaciones público-privadas- buscan mejorar el acceso a la educación, la salud y la autonomía de la mujer.

Trabajar juntos en el logro de los ODM para el año 2015 es una oportunidad histórica en la que debemos invertir todos nuestros esfuerzos. Una doble razón, ética y práctica, impulsa este empeño: conseguir la universalización de las oportunidades y el cumplimiento de los Derechos Humanos. Lo que será, sin ninguna duda, el mejor escenario para todos.

Deseo, junto a nuestro agradecimiento, transmitirles también la confianza de que persistimos en nuestro esfuerzo diario de multiplicar los mejores resultados para la infancia. Pese a las dificultades, garantizar los derechos de todos los niños del mundo puede ser una realidad con la valiosa ayuda que todos ustedes nos prestan.

En nombre de UNICEF, gracias por acompañarnos y apoyarnos en nuestra misión.



Consuelo Crespo Bofill  
Presidenta de UNICEF España

# ALIANZAS CORPORATIVAS PARA UNA TRANSFORMACIÓN SOCIAL

## Unidos construimos un futuro mejor para la infancia

Con su aporte de conocimientos, experiencia y recursos, las empresas pueden convertirse en destacados actores de una transformación que persigue mejorar las condiciones de vida de muchos niños y construir las bases para un desarrollo humano sostenible.

Una alianza con UNICEF no tiene como objetivo exclusivo la obtención de recursos económicos. Queremos hacer realidad un **compromiso conjunto** orientado a la promoción de **valores**, de **derechos** y de **transformación de la sociedad**.

Consideramos que una alianza ideal es aquella que:

- Construye compromisos a largo plazo, hacia un objetivo común
- Apunta hacia la promoción de valores y la movilización de recursos
- Integra a todo el entorno de la compañía, especialmente a los empleados
- Promueve un cambio real en la política de la empresa

4

## Un compromiso conjunto, un beneficio mutuo

En UNICEF entendemos que un compromiso conjunto conlleva un beneficio mutuo. Trabajamos con nuestros aliados a través de acuerdos de colaboración que, además de responder a los objetivos de la entidad, contribuyan al logro de nuestra misión.

A partir de un conocimiento profundo de nuestro futuro aliado, desarrollamos planes de actuación teniendo en cuenta los objetivos de la empresa:

- **Afinidad** con su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y/o acción social
- **Orientación a resultados**, apuntando a sus objetivos de marketing y de negocio
- **Mejora de la reputación corporativa**, la fidelidad de sus clientes y la motivación de sus empleados
- **Rentabilidad de su inversión social** con programas de alto impacto en las condiciones de vida de la infancia
- **Transparencia y visibilidad** con informes detallados sobre la utilización de los fondos y los resultados obtenidos

## Crear una alianza integral con UNICEF

La experiencia nos demuestra que las alianzas más exitosas son aquellas que tienen un enfoque integral, esto es, que involucran a diferentes áreas de la empresa y desarrolla un plan de colaboración que incluye las diferentes formas de colaboración que ofrece UNICEF.

Entre ellas, las más destacadas son:

**Inversión en infancia** - Los fondos aportados por la empresa se traducen en un cambio real en la vida de muchos niños, ya que se destinan a alguno de los programas y proyectos que UNICEF desarrolla en más de 150 países en todo el mundo.

La alianza con UNICEF consolida el compromiso de la empresa con la sociedad, refuerza su imagen corporativa y fortalece su relación con clientes y empleados.

**Marketing social** - La empresa oferta una serie de productos y/o servicios a sus clientes y proveedores que están ligados a la alianza con UNICEF y cuyo beneficio revierte en la organización.

**Movilización de empleados y clientes** - El compromiso entre la empresa y UNICEF implica a sus empleados y clientes. De esta forma, se ofrece a los trabajadores la oportunidad de participar en el compromiso social de la empresa.

**Regalos y tarjetas UNICEF** - La empresa adquiere regalos de UNICEF o envía nuestras tarjetas de Navidad, lo que aporta a sus acciones un enfoque solidario y contribuye a la difusión y conocimiento del mensaje de UNICEF en su entorno.

**Campañas especiales** - La empresa participa activamente en la difusión del mensaje de UNICEF a través de sus diferentes canales, convirtiéndose en un actor clave en la difusión y movilización de recursos en llamamientos especiales como las emergencias.

## El impacto de la alianza en la infancia

Gracias al compromiso con nuestros aliados, hemos alcanzado grandes logros en la mejora de las condiciones de vida de la infancia. Trabajamos día a día para que decenas de millones de niños en todo el mundo tengan una vida mucho más sana y productiva.

- **En 1980, sólo el 20% de los niños habían sido vacunados.** Los niveles de inmunización alcanzan hoy a más población infantil que nunca. En la actualidad 100 millones de niños reciben los beneficios de la vacunación cada año.
- **Hace 30 años, menos de la mitad de los niños acudían a la escuela** en los países en desarrollo. Ahora, la matriculación en la enseñanza primaria alcanza al 84%.
- **Hace 50 años, sólo el 10% de las familias podían acceder a fuentes de agua limpia y segura.** Hoy lo hacen el 87% de ellas.

UNICEF trabaja a los gobiernos y contrapartes locales de más de 150 países y territorios, para garantizar la supervivencia, el desarrollo y la protección de TODOS los niños. Trabajamos con nuestros aliados para que NI UN SOLO NIÑO vea sus derechos vulnerados en ninguna parte del mundo.

# SUPERVIVENCIA Y DESARROLLO DEL NIÑO

8,1 millones de niños menores de cinco años mueren anualmente por causas que se pueden prevenir

© UNICEF/NYHQ2005-2251/Morocco



## ¿Qué hace UNICEF con tu apoyo?

- Distribuye vacunas esenciales para niños menores de cinco años y mujeres embarazadas.
- Promueve la lactancia materna exclusiva hasta los seis meses.
- Posibilita que los niños puedan tener agua potable cerca de sus hogares.

6

## INVERSIÓN EN INFANCIA

Desde noviembre de 2007, **Alsa** apoya a UNICEF en su objetivo de reducir la mortalidad neonatal en Marruecos, donde 16.000 niños pierden la vida cada año. **Alsa** contribuye a mejorar la salud infantil mediante su implicación en un proyecto de promoción de la lactancia materna en este país. Una intervención gratuita que asegura la alimentación equilibrada del niño.

**Eroski**, aliado de UNICEF desde hace más de 8 años, también se ha sumado al desafío de reducir la mortalidad infantil apoyando el trabajo de UNICEF en esta prioridad estratégica.

Los tres años de alianza entre UNICEF y **Cajasol** han hecho posible que 5.450 mujeres marroquíes embarazadas reciban atención prenatal y servicios obstétricos, además de proporcionar cuidados pediátricos a los recién nacidos. La acción ha mejorado las tasas de mortalidad materno-infantil en el país vecino.

Desde el año 2006, coincidiendo con su 25 aniversario, **Almacenes Rubio** se compromete con UNICEF aportando fondos a las distintas prioridades de la organización.

## MARKETING SOCIAL

**Dodot** mantiene su alianza con UNICEF para terminar con el tétanos neonatal. Esta enfermedad, que se puede prevenir, mata cada año a 140.000 recién nacidos. Bajo el lema Juntos por un nacimiento feliz, la iniciativa ha involucrado a matronas y madres españolas en una importante labor de concienciación social. Por cada niño que nace en España, **Dodot** dona dos vacunas para países en desarrollo, una para la madre y otra para el bebé. El balance en 2009 ha sido muy positivo: se donaron 2.264.151 vacunas.

Los “depósitos con causa” de **Unicaja** contribuyen a salvar vidas infantiles. Los clientes de Unicaja que han abierto un depósito de este tipo, además de obtener una rentabilidad para sus ahorros, sus clientes contribuyeron a que 30.000 niños y niñas de 0 a 11 meses recibieran las vacunas preceptivas en tres regiones de Mauritania.

*Tu ayuda vale más de lo que cuesta* es la propuesta del **Igualatorio Médico Quirúrgico**. Al adquirir una póliza con esta entidad, cuyo coste es de un euro al mes, sus clientes apoyan programas de nutrición, agua potable y protección para los niños.

*“Mi primera reacción fue considerar que se trataba de una alianza natural, ya que tanto UNICEF como Dodot son dos referentes en el cuidado de la infancia. Esta unión significa para nosotros una extensión al cuidado y la atención de los niños y niñas en países en vías de desarrollo.”*

Gloria Codinas,  
Directora de Comunicación de Dodot

El **Grupo UNIDE** y UNICEF luchan juntos contra la malnutrición infantil en Etiopía. Un mal que afecta al desarrollo físico, emocional y cognitivo del niño. La entidad ha destinado el 2% de las ventas de productos de marca propia de los supermercados UDACO, GAMA y MAXCOOP a los programas de nutrición de UNICEF en Etiopía.

## MOVILIZACIÓN DE EMPLEADOS Y CLIENTES

Muchas de nuestras empresas aliadas han contribuido a reforzar la voz y el trabajo de UNICEF en la sociedad española durante el año 2009:

- **Alsa** ha cedido un espacio publicitario en sus autobuses y su página web para hablar de la infancia y sus derechos.
- **Arborea Ausonia** ha incorporado información de UNICEF a sus felicitaciones corporativas online para que sus empleados las distribuyan entre clientes y colaboradores.
- Las campañas de **Cajasol** y **Unicaja** destinadas a sensibilizar a sus clientes con la supervivencia infantil o la malnutrición.
- **Dodot** ha puesto en marcha un microsite La máquina de los Derechos de Kandoo, dentro de la web de las toallitas Kandoo explicando a los niños cuáles son sus derechos y para qué sirven.

## DESDE EL TERRENO...

### La Educación en Ajmou

Unos 50 niños, de entre 4 y 5 años, acuden diariamente a una guardería creada de forma conjunta por UNICEF y una asociación local en el pueblo marroquí de Ajmou, situado en la región de Meknes-Tafilalet. “En esta escuela, además del Corán, se aprenden muchísimas cosas”, asegura el educador Abdullah Bouady. “Entre ellas, ¡se aprende a jugar!”, exclama.

# EDUCACIÓN BÁSICA E IGUALDAD ENTRE GÉNEROS

1 de cada 3 niños en África subsahariana no puede ir al colegio

© UNICEF/NYHQ2009-0326/Angola



## ¿Qué hace UNICEF con tu apoyo?

- Asegurar una educación de calidad para toda la infancia.
- Crear colegios con clases adecuadas, provistos de baños, agua potable y servicios de salud y nutrición.
- Formar a los profesores y proporcionarles materiales para la enseñanza.
- Educar a los niños en la prevención de enfermedades y la adquisición de hábitos saludables.

## INVERSIÓN EN INFANCIA

**Grefusa** es un socio sólido de UNICEF. En 2009, la compañía renovó un año más su compromiso con la educación universal de todos los niños. Todavía quedan más de 100 millones de niños que no están escolarizados, y UNICEF trabaja, con el apoyo de aliados como **Grefusa**, para que esta cifra sea menor año tras año.

La **institución SEK** ha mantenido su apoyo en el departamento de Sédhiou, situado en la región senegalesa de Kolda. La aportación de la entidad contribuye a asegurar que los niños, y particularmente las niñas, puedan acudir a escuelas equipadas con servicios de agua y saneamiento y profesores formados, además de proporcionar un entorno protegido a la infancia del lugar.

*"Hoy no tengo ninguna duda en continuar y consolidar la alianza emprendida hace seis años con UNICEF, de la que hemos aprendido mucho y pretendemos seguir aprendiendo juntos. Nuestra unión contribuye a la concienciación social de los jóvenes sobre la importancia de los derechos de la infancia".*

Agustin Gregori Bernabeu,  
Consejero Delegado de Grefusa

## MARKETING SOCIAL

La campaña anual de *La vuelta al cole* de **El Corte Inglés** ha dado la oportunidad a los padres y clientes de productos escolares de colaborar en otras vueltas al cole. Gracias a la venta de miles de marca páginas solidarios, la entidad donó 62 escuelas en una maleta que permitirán la enseñanza a más de 4.000 niños. La escuela en una maleta es un kit fácilmente transportable y de bajo coste, que contiene material escolar para 80 niños y un profesor. Se utiliza sobre todo en emergencias para restablecer la enseñanza cuando las escuelas han sido destruidas o están inhabilitadas.

La alianza entre UNICEF y **Grefusa** incluyó también una promoción de coleccionables para los jóvenes, a través de la compra del Regalo Azul (artículos como vacunas, material escolar o juguetes que puedes comprar y regalar a amigos o familiares y que pueden cambiar la vida de muchos niños). En 2009, la compañía lanzó la campaña Zlango Xpresa-t, con la que animaba a sus consumidores a expresarse con un divertido lenguaje de iconos. Gracias a esta acción, **Grefusa** compró 350.000 lápices y 750 pelotas de fútbol, que UNICEF envió a países en desarrollo con el objetivo de apoyar la educación de los niños.

## MOVILIZACIÓN DE EMPLEADOS Y CLIENTES

Alumnos, padres, profesores y directores de la institución educativa **SEK** se han implicado también en cambiar la situación de la infancia vulnerable en Senegal. Durante el año 2009 emprendieron acciones como la organización de una campaña de sensibilización sobre las minas antipersonales. A través de la pulsera “Contra las minas antipersona en Senegal, Salvemos Vidas”, recaudaron fondos destinados a sensibilizar sobre esta temática a la población de la zona de Casamance (Senegal) y organizaron actos

simbólicos para reforzar su compromiso con el proyecto educativo en Kolda, como la grabación de un DVD con canciones e imágenes que apoyaban el trabajo de UNICEF.

Con el apoyo de **Fundación La Caixa** se ha conseguido que unos 60.000 niños de tres estados (Bhar el Gazal, Warab, y zona Ecuatorial del Oeste) de Sur Sudán pudieran acudir a escuelas que les proporcionaron un entorno favorable, protector y sostenible.

## DEPORTE PARA EL DESARROLLO

El deporte tiene una enorme capacidad de convocatoria, participación y movilización. La II edición del partido de fútbol Champions for Africa movilizó a 32.000 personas para multiplicar el bienestar de la infancia. Los fondos recaudados con esta iniciativa posibilitaron que más de 20.000 niños pudieran acudir a la escuela en Mozambique y Mali. La suma de muchos esfuerzos propició el éxito del encuentro. El **BBVA** y **Paradores de Turismo**

proporcionaron apoyo económico; futbolistas como Frédéric Kanouté o Sergio Ramos se involucraron en su desarrollo y en su promoción; el **Real Madrid** cedió el estadio Santiago Bernabéu; la cadena de televisión **laSexta** emitió el partido en directo, que alcanzó una audiencia de 1,4 millones de espectadores; y el periódico **Marca**, con una tirada media de 413.252 ejemplares diarios, contribuyó a su difusión pública.

## DESDE EL TERRENO...

### La historia de Mary

“Mi madre me contó una vez que cuando era niña quería ir al colegio”, nos explica Mary, de 17 años, “pero sus padres concertaron su matrimonio con mi padre y no se lo permitieron”. Para mi madre, que nos sacó adelante sola tras la muerte de mi padre, es muy importante que yo termine mis estudios. Mary es una de las cinco niñas de su clase, de 141 niños, que sigue en el séptimo curso en la escuela Deng Nhial, en el sur de Sudán. La mayoría de sus compañeras abandonaron los estudios para casarse.

# EL VIH/SIDA Y EL NIÑO

2,1 millones de niños menores de quince años viven con VIH en todo el mundo

© UNICEF/NYHQ2010-0865/Zambia



## ¿Qué hace UNICEF con tu apoyo?

- Pone en marcha programas para prevenir la transmisión del VIH de madre a hijo.
- Proporciona servicios de información y prevención, y facilita que las mujeres embarazadas accedan al test del VIH.
- Refuerza la capacidad del personal sanitario en los hospitales, con el objetivo de mejorar los cuidados prenatales y la atención en el parto.
- Distribuye tratamientos antirretrovirales y presta apoyo y orientación a mujeres que viven con el VIH/SIDA.

10

## INVERSIÓN EN INFANCIA

La alianza que el **Fútbol Club Barcelona** mantiene con UNICEF desde el año 2006 prioriza la protección y el cuidado de los niños en tres de los países con mayor prevalencia del VIH/SIDA en África Subsahariana. En Swazilandia, el Barça se ha implicado en la mejora de los servicios de prevención de la transmisión del VIH/SIDA de madre a hijo. Con su ayuda, se ha instalado en el país un equipo especializado para la detección del virus en pocos días. La acción hace posible que cada vez más mujeres y niños inicien un tratamiento contra la enfermedad. En Malawi, ha apoyado la creación de centros para niños huérfanos a causa del SIDA en los que pueden jugar, aprender y estar protegidos.

El **Barça** contribuye también al sostenimiento de los programas de lucha contra el VIH/SIDA que UNICEF tiene en la región de África oriental y meridional, la más golpeada por la epidemia.

*“El deporte es uno de los medios más adecuados para movilizar a la población, para hablarle y enseñarle... Me enorgullece poder usar el fútbol y otros deportes como herramientas de ayuda a los niños, para enseñarles lecciones importantes sobre la vida y para ayudarles a divertirse y a disfrutar de su infancia”.*

Joan Laporta,  
Presidente del Fútbol Club Barcelona

Además del apoyo a los programas de UNICEF, el **Fútbol Club Barcelona** lleva el logo de nuestra organización en la camiseta de sus jugadores. Un gesto simbólico que contribuye a la presencia y visibilidad de UNICEF y la infancia en el contexto internacional.

## INVERSIÓN EN INFANCIA

El **Fondo MAC** contribuye a la financiación de la campaña de UNICEF *Unidos por la Infancia - Unidos contra el SIDA*, que protege y apoya a los niños afectados por esta pandemia. La aportación de esta alianza internacional se destina a la lucha contra el SIDA en Sudáfrica.

**MAC** y UNICEF han lanzado también una campaña global llamada *Las 10 realidades del SIDA*, con el objetivo de sensibilizar a los más jóvenes. Esta iniciativa, además de concienciarlos sobre cómo protegerse del VIH/SIDA, anima a los más jóvenes a respetar y no discriminar a las personas que viven con la enfermedad.



© UNICEF/NYHQ2010-0874/Zambia

## DESDE EL TERRENO...

### La historia de Thulani

En Swazilandia, alrededor de un 6% de los niños menores de 18 años han perdido a uno de sus padres a causa del SIDA. Miles de huérfanos como Thulani, de 13 años, tienen que hacerse cargo del hogar y cuidar a sus hermanos pequeños. Uno de cada cinco niños en edad de cursar primaria se ve obligado a dejar el colegio.

# PROTECCIÓN DE LA INFANCIA

Entre 500 y 1.500 millones de niños son víctimas de la violencia

© UNICEF/INDA2010-00091/India



## ¿Qué hace UNICEF con tu apoyo?

- Crear un entorno protector para el niño.
- Garantizar que el niño tenga un registro de nacimiento.
- Sensibilizar e informar para conseguir que la población cambie su comportamiento en asuntos como la mutilación genital femenina o los matrimonios tempranos.
- Proteger a los niños contra la explotación y las peores formas de trabajo infantil.

12

## MARKETING SOCIAL Y MOVILIZACIÓN

**IKEA** se ha consolidado como aliado estratégico de UNICEF en la erradicación del trabajo infantil. Su apoyo es fundamental en la promoción de una educación básica de calidad para los niños trabajadores.

**IKEA** ha apostado por una alianza integral que sitúa a la infancia en el centro de su agenda. Además de apoyar programas de lucha contra la explotación infantil, apuesta por la supervivencia y protección de la infancia; e implica y moviliza a sus empleados y clientes para conseguir cambios reales en la vida de los niños más vulnerables.

*“A través de nuestro compromiso con UNICEF, trabajamos para mejorar la salud y la educación de mujeres y niños en situaciones desfavorecidas, así como para potenciar el papel de las mujeres, dándoles la oportunidad de conseguir un futuro mejor para ellas mismas y sus comunidades. Se trata de un esfuerzo conjunto para erradicar la mano de obra infantil y la explotación”.*

Montserrat Maresch,  
Directora General Adjunta de IKEA Ibérica

## MARKETING SOCIAL Y MOVILIZACIÓN

Muchos niños en India se ven obligados a trabajar para ayudar a sus familias. En la mayor parte de los casos, ese trabajo está vinculado a episodios de abuso y explotación que impiden que el niño acuda a la escuela. **ING** se ha sumado a la lucha contra el trabajo infantil a través de la iniciativa *El peso de tus buenas acciones*, protagonizada por sus empleados y clientes. La campaña pretendía extender buenas acciones y hacer visible el derecho a la educación de los niños utilizando el correo electrónico y la red social Facebook. El apoyo de **ING** consigue un impacto real en la vida de los

niños a través del programa educativo que UNICEF sostiene en India.

Los hoteles **Starwood** continúan con su campaña *Check out for Children*. Mediante esta iniciativa animan a sus clientes a donar un euro de su factura para apoyar los programas de protección a la infancia de UNICEF. La compañía duplica cada euro donado con su propia aportación. Además, la entidad realiza diversas acciones a lo largo del año para apoyar a UNICEF y en ellas involucra a empleados, proveedores y clientes.



© UNICEF/INDA2010-00080/India

13

### DESDE EL TERRENO...

#### El trabajo infantil en India

“En India, la tradición marca que las niñas no vayan al colegio. Es la forma de pensar”, comenta el señor Kishore, director de un colegio del estado de Uttar Pradesh en el norte de la India. “La escuela es sólo para los niños. Las familias no entienden la utilidad de educar a las niñas. Ellas son como máquinas. Tienen que trabajar en el campo, preparar la comida y lavar. El colegio les da la oportunidad de romper el círculo de pobreza, ofreciéndoles confianza y haciéndoles sentir que es posible progresar en la vida”, añade.

# PROMOCIÓN DE POLÍTICAS A FAVOR DE LOS DERECHOS DEL NIÑO

Aunque 193 países han ratificado la Convención sobre los Derechos del Niño, sólo un tercio de ellos la han integrado en sus leyes nacionales

© UNICEF/NYHQ2003-0138/Markisz



## ¿Qué hace UNICEF con tu apoyo?

- Potencia políticas públicas y leyes en favor de la infancia.
- Realiza alianzas con el sector público y privado para promover los derechos del niño.
- Involucra a los propios niños para que participen en la toma de decisiones que afectan a sus vidas.

14

## INVERSIÓN EN INFANCIA

La **Fundación Iberostar** y la **Obra Social de Caja Madrid** se han involucrado con UNICEF en el programa Un buen comienzo en la vida. La iniciativa se ha puesto en marcha en tres municipios de la República Dominicana con un alto grado de pobreza, donde los niños padecen situaciones de vulnerabilidad. UNICEF trabaja para fortalecer las capacidades nacionales y presta su apoyo en el diseño de políticas públicas encaminadas a la atención de niños menores de 5 años. Dichas acciones tienen como objetivo la mejora de los servicios de supervivencia y desarrollo infantil.

## MARKETING SOCIAL

**Banesto** y la **Fundación Cultural Banesto** apoyan el trabajo de UNICEF en Ecuador. Sus aportaciones han conseguido un impacto en la política social del país. Se ha mejorado el bienestar de la infancia en los ámbitos de salud, educación y protección. La creación de acuerdos y el incremento de las inversiones públicas han contribuido a mejorar las políticas educativas y a fortalecer las organizaciones ciudadanas.

Para apoyar a UNICEF, **Banesto** ha creado una cuenta de ahorro infantil para niños menores de 18 años y dona a nuestra organización un 1% del saldo medio anual de cada una de estas cuentas.

Además, la entidad financiera ha puesto en marcha el Programa SolidaridadX2, en el que participan sus empleados cuando reciben las pagas extraordinarias de junio y diciembre.

Bajo el lema ¡Haz algo extraordinario con tu paga!, el personal se moviliza para apoyar, junto a UNICEF, la situación educativa de los niños de Níger, uno de los países de África Subsahariana donde se registran los peores índices de escolarización del mundo. UNICEF trabaja en tres niveles: la familia, las instituciones y la política, con el objetivo de aumentar el número de niños que van a la escuela.

## MARKETING SOCIAL

Además, la **Fundación Banesto** ha financiado el informe *Ni ilegales ni invisibles: realidad jurídica y social de los menores extranjeros en España*, implicándose en el trabajo de sensibilización que realiza UNICEF España.

El informe, publicado junto al Consejo General de la Abogacía, analiza la realidad jurídica y social de los menores extranjeros en España.

*“Estamos convencidos de la importancia que tiene para la sociedad en la que trabajamos los valores básicos de educación, solidaridad y la seguridad, y el sector financiero no puede estar al margen. En el caso del acuerdo con UNICEF, el compromiso de Banesto es inequívoco, desde su firma por nuestra Presidenta hasta el fuerte impulso y desarrollo en toda nuestra red de oficinas”.*

Gregorio García,  
Director de Particulares de Banesto

**Caja Madrid** sigue manteniendo su Tarjeta de Crédito UNICEF, creada en 1998 como una fuente alternativa e innovadora para recaudar fondos en beneficio de UNICEF. Con una acción tan sencilla y cotidiana como utilizar una tarjeta de crédito, los clientes de la caja de ahorros madrileña apoyan la atención sanitaria y el acceso a la educación de miles de niños.



© UNICEF/NYHQ2007-0989/Senegal

## DESDE EL TERRENO...

“En el mundo de los adultos, y especialmente en la política dominicana, hay muchos conflictos. Creo que se podrían formar verdaderos líderes si se empieza a educar a los jóvenes en el fomento de la responsabilidad y el sentido de la transparencia en las funciones públicas”. Así se ha expresado José Zayas, un adolescente de quince años, natural del municipio dominicano de Baní. Su rostro se pudo ver en los carteles de la campaña de promoción para la elección del Ayuntamiento Juvenil e Infantil de su ciudad natal.

# EMERGENCIAS

La cadena de desastres naturales que asolaron distintas zonas de Asia y Pacífico afectó a 9,8 millones de personas, de los que 3,8 millones eran niños

© UNICEF/NYHQ2009-1446/Philippines



## ¿Qué hace UNICEF con tu apoyo?

Trabaja en 4 líneas prioritarias de agua, nutrición, educación y protección:

- Suministra bidones, bombas centrífugas, potabilizadoras y depósitos de agua con el objetivo de garantizar un acceso adecuado al agua potable, lo que evita la propagación de enfermedades relacionadas con el consumo de agua en mal estado.
- Habilita escuelas, proporciona ayuda psico-social y ofrece formación y actividades lúdicas en los Espacios Amigos de la Infancia.

Durante el año 2009, UNICEF contó con la ayuda de muchas empresas, que se movilaron para recaudar fondos durante las situaciones de emergencia. Son momentos muy críticos para la infancia porque pueden implicar la separación de los niños y sus padres. Además, en estas situaciones proliferan los casos de abusos o explotación infantil, y las vidas de muchos menores corren peligro por la falta de servicios básicos, como agua, alimentos o atención sanitaria.

La **Caja de Ahorros de Navarra** se unió a nuestro trabajo por la infancia durante las emergencias de Gaza, Pakistán y Asia-Pacífico. Con la iniciativa *Tú eliges, tú decides* ofreció a sus clientes la posibilidad de apoyar la labor de UNICEF en las zonas afectadas.

**Accenture**, a través de su Fundación, movilizó a sus empleados para apoyar la acción de UNICEF en la emergencia de Asia-Pacífico, que afectó a unos 3,8 millones de niños.

## CONTRIBUYENDO DONDE SEA MÁS NECESARIO

Algunas empresas se alían con UNICEF, sin elegir prioridades concretas ni señalar emergencias a las que destinar sus fondos, dejando a criterio de la propia organización dónde destinar esos recursos. UNICEF utiliza estas aportaciones en la financiación de los programas de cooperación que ha puesto en marcha en más de 150 países de todo el mundo, en función de las necesidades prioritarias de la infancia. Esta forma de colaboración es una garantía para cubrir necesidades y vacíos de financiación, y actuar en las emergencias de manera inmediata.

**Bancaja** mantiene una alianza de este tipo con UNICEF desde el año 2005. A través de las tarjetas de crédito y de débito, la entidad pone al alcance de sus clientes la posibilidad de apoyarnos de forma rápida y fiable. **Bancaja** realiza también una extraordinaria labor de promoción, difundiendo entre sus clientes las prioridades de los programas de UNICEF y los resultados de nuestro trabajo en favor de la infancia.

Desde 1997, **Agua Ribes** apoya a UNICEF en

su apuesta por garantizar los derechos de toda la infancia. Su aportación anual queda reflejada en las botellas de agua que comercializa la firma.

La cadena hotelera **Elba** ha conseguido que muchos de sus huéspedes apoyen a UNICEF mediante donaciones en cualquiera de sus establecimientos. Además, ha puesto sus instalaciones a disposición de UNICEF y no ha dudado en colaborar en algunos eventos deportivos, como torneos solidarios de Golf.

# EMPRESAS Y OTRAS ENTIDADES QUE HAN CONTRIBUIDO AL TRABAJO DE UNICEF

## ENTIDADES ALIADAS

- ACADE
- AIGUA DE RIBES (FONTAGA)
- ALMACENES RUBIO
- ALSA
- AMWAY
- ARBORA-AUSONIA
- BANCAJA
- BANESTO
- BARCLAYS
- BBVA
- BT
- CAJA DE AHORROS DE NAVARRA
- CAJA MADRID
- CAJASOL
- CORREOS
- DHL
- EROSKI
- EUROLIGA
- FC BARCELONA
- FRANCE TELECOM (ORANGE)
- FUNDACIÓ LA CAIXA
- FUNDACIÓN ACCENTURE
- FUNDACIÓN BANESTO
- FUNDACIÓN IBEROSTAR
- FUNDACIÓN JUAN PERÁN - PIKOLINOS
- GREFUSA
- GRUPO ORMAZABAL
- GUCCI
- H&M
- IGUALATORIO MEDICO QUIRÚRGICO
- IKEA
- ING DIRECT
- INSTITUCIÓN EDUCATIVA SEK
- MAC
- MONTBLANC
- NACE
- SOL MELIÁ
- STARWOOD HOTELS
- TNS
- UNICAJA
- UNIDE

## ENTIDADES COLABORADORAS

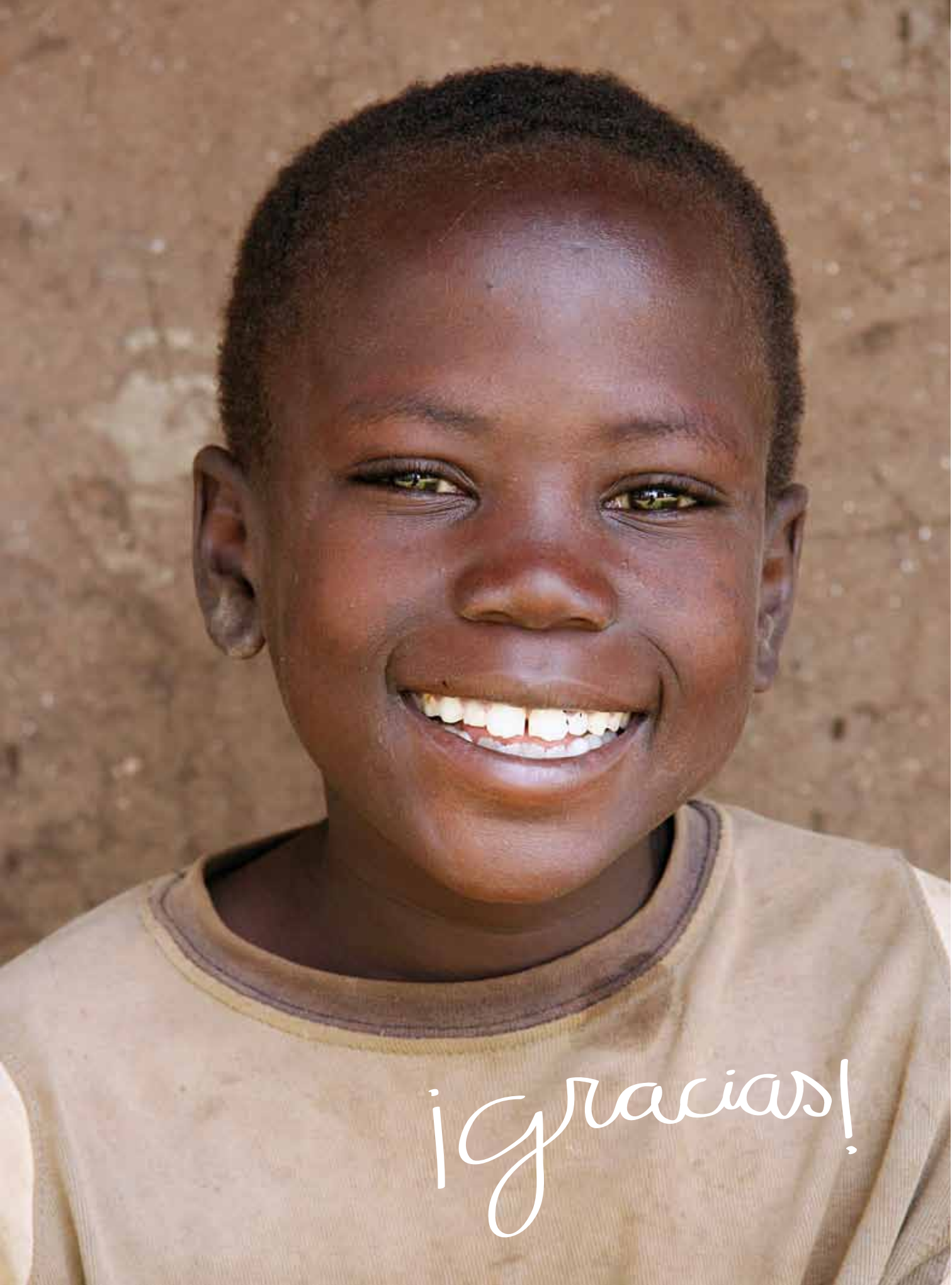
- ABAO OLBE
- ABERTIS
- ADIF
- AGUAS DE BARCELONA
- ASOCIACIÓN DE FUTBOLISTAS ESPAÑOLES
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PEDIATRÍA
- ATOS ORIGIN
- AUTORIDAD PORTUARIA DE BILBAO
- AUTORIDAD PORTUARIA DE HUELVA
- BANCO PASTOR
- BANCO SANTANDER
- CAIXA GALICIA
- CAIXA PENEDÉS
- CAIXANOVA
- CAJA CÍRCULO
- CAJA DE AHORROS DE LA INMACULADA
- CAJA DE AHORROS DEL MEDITERRÁNEO
- CAJA DE ÁVILA
- CAJA DE BURGOS
- CAJA DE CANARIAS
- CAJA DE INGENIEROS
- CAJA ESPAÑA
- CAJA MURCIA
- CAJA RURAL DE TOLEDO
- CAJA VITAL
- CAJAMAR
- CAJASTUR
- CÁMARA DE COMERCIO DE TOLEDO
- CETURSA SIERRA NEVADA
- COLEGIO OFICIAL DE FARMACÉUTICOS DE LEÓN
- COLEGIO OFICIAL DE FARMACÉUTICOS DE PALENCIA
- COLEGIO OFICIAL DE PSICÓLOGOS ANDALUCÍA OCCIDENTAL
- COSEGUR CORREDURÍA DE SEGUROS, S.A.
- DOMINGO ALONSO S.A.
- EL CORTE INGLÉS
- EMASESA
- EMVISESA
- ENERGIZER
- ESCUELA DE NEGOCIOS EOI
- ESPINA Y DELFÍN
- EVERIS
- FESTIVAL DE CINE EUROPEO DE SEVILLA
- FOMENTO DE SAN SEBASTIÁN
- FORETAX
- FORO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA - FRC
- FUJITSU
- FUNDACIÓN AGUAS DE BARCELONA
- FUNDACIÓN BANCAJA
- FUNDACIÓN CAJA MURCIA
- FUNDACIÓN CAJA NAVARRA
- FUNDACIÓN DE FÚTBOL PROFESIONAL
- FUNDACIÓN KANOUTÉ
- FUNDACIÓN RENTA CORPORACIÓN
- FUNDACIÓN ROSE CAJA MEDITERRÁNEO
- FUNDACIÓN U1ST
- GAS NATURAL
- GESMADRID S.G.I.I.C.
- GLOBALIA (AIR EUROPA)
- GRAN MELIÁ FÉNIX
- GRÚAS Y POLIPASTOS DEL NORTE
- GRUPO RBA
- HERALDO DE ARAGÓN
- HOTEL ANTEQUERA GOLF
- HOTEL LE MERIDIEN
- HOTEL MARÍA CRISTINA
- HOTEL MIRÓ
- HOTEL SHERATON BILBAO
- HOTELES ELBA
- IBERCAJA
- IBERIAN LAWYER
- INFOLIO
- ING NATIONAL NEDERLANDEN
- INMOBILIARIA AREIZAGA
- KALAMAZOO
- KERNABA
- LA CAIXA
- LA SEXTA
- LIPASAM
- MARCA
- MARE S.A.
- MOVISTAR
- MSC CRUCEROS
- NERVIÓN AGENCIA DE VALORES 2003, S.A.
- PARADORES
- PARQUE ISLA MÁGICA
- PRODUCCIONES SERRANO
- RASLA S.A.
- REAL MADRID CF
- RENFE
- RURALCAJA
- SA NOSTRA
- SALOMON - AMER SPORTS
- SPORT
- TAIM WESER
- TELEFÓNICA
- TELEFÓNICA SERVICIOS INTEGRALES DE DISTRIBUCIÓN - ZELERIS
- THE WALT DISNEY COMPANY S.L.
- TRIODOS BANK
- TUI GROUP
- UBE CORPORATION EUROPE S.A.
- UNIÓN DEPORTIVA DE SALAMANCA SAD
- VALUE RETAIL
- VIPS
- VODAFONE

## ENTIDADES Y PYMES SOLIDARIAS

- ADADE
- AETIC
- ALJAN S.A.
- APLEI
- ASESORÍA TOLEDO S.L.
- ATHLETIC CLUB BILBAO
- BANCA MARCH
- BASCOTECNIA S.A.
- BERJUAN S.L.
- BOOM y NAVARRO (EASYLIFE)
- C&A (BALEARES)
- CAFÉ CALACAMBA (PALMA DE MALLORCA)
- CALIDAD Y DESARROLLO, S.L. (CALYDE)
- CEMEX
- CLINICA PARDIÑAS
- COFARCA COOPERATIVA FARMACÉUTICA DE CANARIAS
- COFARCIR COOPERATIVA FARMACÉUTICA DE CIUDAD REAL
- COFARCUR COOPERATIVA FARMACÉUTICA CONQUENSE
- COFARTE COOPERATIVA FARMACÉUTICA DE TENERIFE
- COLEGIO DE ABOGADOS DE VALENCIA
- COLEGIO DE ARQUITECTOS VASCO NAVARRO
- COLEGIO DE ECONOMISTAS CANTABRIA
- COLEGIO DE ECONOMISTAS DE ASTURIAS
- COLEGIO DE INGENIEROS DE CAMINOS, CANALES Y PUERTOS DEL PAÍS VASCO
- COLEGIO OFICIAL DE FARMACÉUTICOS DE TOLEDO
- COLEGIO OFICIAL DE INGENIEROS INDUSTRIALES DE TOLEDO
- CRAFOL
- DANIEL ARNEDO
- EBARA ESPAÑA BOMBAS S.A.
- ECONOMÍA 3
- EKKE
- ELECSI S.L.
- ENRIQUE CAMPOS AUDITORES, S.L.P.
- ESCUELA BALET CAPRICORN IBIZA
- FACTORY COLCHÓN
- FONTVELLA (CASTILLA LA MANCHA)
- FUNDACIÓN ABEL MATUTES
- FUNDACIÓN DE ALCORCÓN DE DEPORTES
- FUNDACIÓN MIXTA ÁFRICA
- FUNDACIÓN VALENCIA CF
- FUNDAL
- GABINETE FISCAL Y GESTIÓN EMPRESARIAL
- GALERÍA DE ARTE LA AURORA (MURCIA)
- GENOVEVA (PALMA DE MALLORCA)
- GIA
- GREMI DE LLIBRETERS DE BARCELONA
- GRUPO KALISE MENORQUINA, S.A.
- GRUPO PRIETO XXI SL
- HOTEL BODEGA FLORES
- HOTEL CONDE LUNA LEÓN
- HOTEL MARBELLA CLUB
- IBARRA Y PEÑA S.L.
- IBIZA CLUB DE CAMPO
- IGALIA
- ILUSTRE COLEGIO DE ABOGADOS DE LAS PALMAS
- ILUSTRE COLEGIO DE MÉDICOS DE CÁCERES
- IMPLIKA PROYECTO DE FUTURO
- INFINORMA S.L.
- JESUS DE GRADO PEÑA - CONSULTA MÉDICA
- JOSÉ SÁNCHEZ PEÑATE, S.A.
- KOMMIT
- LIBRERÍA DIDASKO MAÓN
- MANCOMUNIDAD DE AGUAS DEL SORBE
- MANUFACTURAS VENTAL S.A.
- MERCAT DEL NINOT
- MUTUA GENERAL DE SEGUROS
- PROEXPORT
- PROMOCIONES RIOJANAS S.A.
- REAL CLUB NÁUTICO DE PALMA
- RESTAURANTE EL TRÉBOL DE TOLEDO
- ROB JOR BEBE S.L.
- SOLVAY S.A.
- TAHOE TENIS CLUB PALMA DE MALLORCA
- TELEVISIÓN DE CASTILLA Y LEÓN SORIA
- TERRA NATURA
- TUC TUC WORLD SL
- WATER GALLERY

## ENTIDADES COLABORADORAS EN LAS ACTIVIDADES DE VENTAS DE PRODUCTOS DE UNICEF

- ALCAMPO
- BANCO PASTOR
- BANCO POPULAR
- BANCO SANTANDER
- BANESTO
- BBVA
- BUYVIP
- CAIXA GALICIA
- CAIXANOVA
- CAJA MADRID
- CARREFOUR
- COLEGIOS DE FARMACÉUTICOS DE ÁLAVA, CANARIAS, CIUDAD REAL, CUENCA, GUIPÚZCOA, LEÓN, PALENCIA Y TENERIFE
- CORREOS
- EL CORTE INGLÉS
- ESDEMARCA
- KALAMAZOO
- LA CAIXA
- LOGISTA - ESTANCOS TARJETAS
- LOGISTADIS - ESTANCOS REGALOS
- RURAL CAJA
- VIPS



*¡gracias!*



únete por la infancia

**UNICEF España**

C/ Mauricio Legendre, 36  
28046 Madrid

Tel: (+34) 91 378 95 55

Fax:(+34) 91 314 74 75

[www.unicef.es](http://www.unicef.es)