



UNIVERSIDAD
DE PIURA

REPOSITORIO INSTITUCIONAL
PIRHUA

NUEVA VISIÓN DEL BANCO DE ALIMENTOS PERÚ

Lucía Valenzuela-Valdivia y Diana
Baumann-Westreycher

Lima, julio de 2017

PAD Escuela de Dirección
Máster en Dirección de Empresas

Valenzuela, L. y Baumann, D. (2017). *Nueva visión del Banco de Alimentos Perú*. (Trabajo de investigación de Máster en Dirección de Empresas). Universidad de Piura. PAD-Escuela de Dirección. Lima, Perú.



Esta obra está bajo una licencia

[Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Repositorio institucional PIRHUA – Universidad de Piura](#)

UNIVERSIDAD DE PIURA
PAD ESCUELA DE DIRECCIÓN



**NUEVA VISIÓN DEL BANCO DE
ALIMENTOS PERÚ**

Trabajo de investigación para optar el Grado de
Máster en Dirección de Empresas

LUCIA VALENZUELA VALDIVIA
DIANA CRIMELDA BAUMANN WESTREYCHER

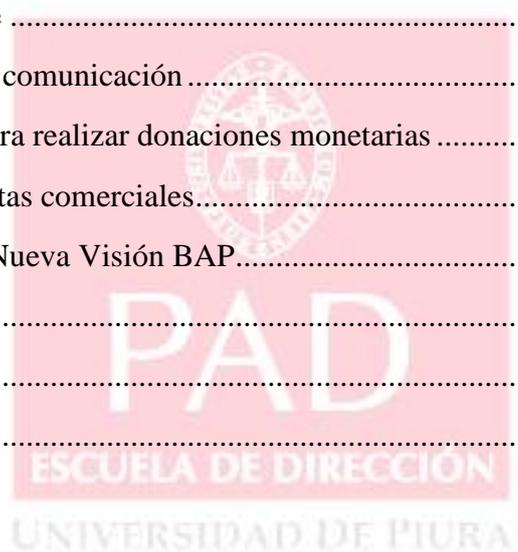
Asesor: Miguel Ferré Trenzano

Lima, julio de 2017

TABLA DE CONTENIDO

Índice de tablas	v
Índice de figuras	vii
Índice de anexos	ix
Resumen	xi
Abstract.....	xiii
Introducción.....	1
CAPÍTULO 1. Banco de Alimentos Perú	3
1.1. Descripción de la empresa.....	3
1.2. Visión	3
1.3. Misión.....	3
1.4. Objetivos.....	4
1.5. Valores.....	4
1.6. Equipo del Banco de Alimentos	4
1.7. Modelo de negocio	5
1.8. Productos y servicios	8
1.8.1. Productos	8
1.8.2. Servicios	8
1.9. Marketing	9
CAPÍTULO 2. Análisis de Mercado	11
2.1. Necesidad y oportunidad	11
2.1.1. De las empresas donantes de alimentos.....	11
2.1.2. De las empresas donantes de servicios o fondos	12
2.1.3. De las organizaciones o instituciones de ayuda social	12
2.2. Contexto legal de las donaciones de alimentos	13
CAPÍTULO 3. Nueva Visión del Banco de Alimentos Perú	15
3.1. Estrategia	15
3.1.1. Visión	15
3.1.2. Misión.....	15
3.1.3. Valores.....	15

3.1.4. Objetivos.....	15
3.2. Equipo del Banco de Alimentos Perú.....	16
3.3. Modelo de Negocio	17
3.4. Contexto legal.....	19
3.4.1. Personas naturales	19
3.4.2. Personas jurídicas	21
3.5. Donaciones de alimentos	23
3.6. Fundraising	23
3.7. Marketing	25
3.7.1. Posicionamiento	25
3.7.2. El mensaje	26
3.7.3. Medios de comunicación	26
3.7.4. Canales para realizar donaciones monetarias	26
3.7.5. Herramientas comerciales.....	26
3.8. Impacto de la Nueva Visión BAP.....	27
Conclusiones.....	29
Bibliografía.....	31
Anexos.....	33



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Impacto del beneficio escalonado	20
Tabla 2. Esquema de tributación para personas jurídicas al 2020.....	22
Tabla 3. Crecimiento de donaciones de alimentos debido a la Nueva Visión BAP.....	28



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama de Banco de Alimentos Perú.....	5
Figura 2. Modelo de Negocio de Banco de Alimentos Perú	6
Figura 3. Modelo de Negocio Real del Banco de Alimentos Perú.....	7
Figura 4. Esquema de empresas productoras y comercializadoras de alimentos que donan a BAP.....	11
Figura 5. Porcentaje de desperdicio a través de toda la cadena alimenticia.....	12
Figura 6. Esquema de empresas que donan (productos o fondos) a BAP	12
Figura 7. Organigrama propuesto para el Banco de Alimentos Perú	17
Figura 8. Modelo de Negocio Propuesto para el Banco de Alimentos Perú	17
Figura 9. Modelo de informe web de donaciones recepcionadas por BAP.....	18
Figura 10. Información de resultados de BAP descargable desde la web.....	18
Figura 11. Esquema de tributación para personas naturales al 2020.....	20
Figura 12. Esquema de tributación para personas jurídicas al 2020	22
Figura 13. Esquema de Claves de Éxito para BAP	24
Figura 14. Desperdicios de comidas en restaurantes	25
Figura 15. Ejemplo de Restaurantes que donan comidas	25

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Cobertura del Banco de Alimentos Perú.....	33
Anexo 2. Principales Empresas donadoras de alimentos y productos de limpieza o aseo del Banco de Alimentos Perú	34
Anexo 3. Organizaciones de ayuda social que han recibido donaciones del Banco de Alimentos Perú	35
Anexo 4. Entrevistas realizadas a empresas donadoras del Banco de Alimentos Perú..	36
Anexo 5. Productos alimenticios que recibe como donaciones el Banco de Alimentos Perú	39
Anexo 6. Programa de socios auspiciadores del Banco de Alimentos Perú	41
Anexo 7. Donaciones recibidas por el Banco de Alimentos Perú	42
Anexo 8. Cantidad de donaciones entregadas por BAP a organizaciones receptoras % de Entrega de Alimentos por tipo de medio de transporte	44
Anexo 9. Personas beneficiadas por las donaciones del Banco de Alimentos Perú.....	46
Anexo 10. Medios de entrega de donaciones a las organizaciones receptoras.....	47
Anexo 11. Resultados de encuesta realizada a personas naturales.....	48
Anexo 12. Situación de la inseguridad alimentaria en el Perú	53
Anexo 13. Tratamiento tributario de la Ley N °30498.....	56
Anexo 14. Efecto de destruir o donar alimentos en el Estado de Ganancias y Pérdidas	59
Anexo 15. Efecto de destruir o donar alimentos en el Flujo de Caja	61
Anexo 16. Consideraciones que debe tener en cuenta una empresa contribuyente para eliminar o dar de baja alimentos.....	62
Anexo 17. Ejemplo de Estados de Ganancias y Pérdidas de contar con un equipo de trabajo voluntario.....	63

RESUMEN

El objetivo de este trabajo de investigación es la propuesta de una estrategia para incrementar la recaudación de donaciones de alimentos que permita al Banco de Alimentos Perú, en adelante (BAP) contribuir a mejorar el nivel nutricional de las personas a las que atiende a través de las instituciones sociales; Además de ello, se plantea sugerencias para incrementar fundraising¹ de BAP que ayude a mejorar su infraestructura y solventar su operación. Hoy en día, “se eliminan aproximadamente 7 millones de toneladas de alimento al año que pueden ser consumidos, y al mismo tiempo hay 2,3 millones de personas bajo la línea de la pobreza en nuestro país” (“Perú destruyó alimentos”, 3 de marzo de 2016). De esta manera se evidencia que BAP puede agregar más valor con alimentos que hoy se desperdician. Para elaborar la propuesta, se realiza un análisis de capacidades actuales de BAP a través de análisis de información y entrevistas a los integrantes de su de su cadena de valor; También, se tomó como modelo los casos de éxito de otros países de América Latina y España, donde los Bancos de Alimentos tienen cobertura a nivel nacional y reciben mayor volumen de donaciones.

Palabras clave: Banco de alimentos; nutrición poblacional; fundraising; línea de pobreza; valor nutricional



¹ Fundraising: captación de fondos.

ABSTRACT

The objective of this research work is the proposal of a strategy to increase the collection of food donations that allows the Banco de Alimentos Perú, henceforth (BAP) to contribute to improving the nutritional level of the people it serves through social institutions; In addition to this, suggestions are made to increase BAP fundraising to help improve its infrastructure and finance its operation. Today, approximately 7 million tons of food are eliminated per year that can be consumed, and at the same time there are 2.3 million people under the poverty line in our country. In this way, it is evident that BAP can add more value with food that today is wasted. To prepare the proposal, an analysis of BAP's current capacities is carried out through information analysis and interviews with the members of its value chain; Also, the success stories of other Latin American countries and Spain were taken as a model, where the Food Banks have national coverage and receive a greater volume of donations.

Keywords: *Food bank; population nutrition; fundraising; poverty line; Nutritional value*



INTRODUCCIÓN

El objetivo de este trabajo de investigación es realizar el análisis de capacidades de BAP y plantear una estrategia para que pueda contar con más donaciones y de esa manera ayudar a más personas de escasos recursos económicos. BAP es una organización sin fines de lucro que avoca “sus esfuerzos a recolectar alimentos que no pueden ser comercializados, pero sí están en buen estado para ser consumidos desde empresas donantes, para luego asignarlos y repartirlos gratuitamente a organizaciones e instituciones de ayuda social” (Banco de Alimentos Perú, 2017). Actualmente, existen más d 1,000 bancos de alimentos en el mundo en más de 25 países llegando a más de 40 millones de personas al año (Banco de Alimentos Perú, 2017). Es por ello que el estudio presenta propuestas que han funcionado exitosamente en países de América Latina (Argentina, Colombia y Chile), por su cercanía y similitud, y España, porque es el segundo país con más donaciones de alimentos en el mundo. En este tipo de organizaciones, uno de los aspectos más importantes para asegurar su sostenibilidad operativa y financiera, es recibir constantemente donaciones de alimentos y fondos. Es así, como la estrategia planteada toma relevancia para ayudar al funcionamiento de BAP en el tiempo. Además, BAP pretende actuar como modelo de referencia para la creación de otros bancos de alimentos que se puedan desarrollar en el país, principalmente en provincias.

Objetivos

El principal objetivo de este estudio es proponer una estrategia que contribuya a que BAP incremente las donaciones de alimentos excedentarios del sector agropecuario, industrial y comercial para distribuirlo entre población en situación de vulnerabilidad a través de las instituciones sociales. También, este trabajo plantea sugerencias para que BAP incremente el *fundraising* para mejorar su infraestructura y solventar su operación; Así como recomendaciones para que su modelo de negocio sea replicable en otras provincias del país. Para elaborar la estrategia se realizaron los siguientes estudios:

- Determinar el potencial de mercado que BAP posee para captar más donaciones, tanto en alimentos donados como en dinero, esto bajo un análisis del mercado.
- Identificar las necesidades no cubiertas de los participantes de la cadena de valor del Banco de Alimentos Perú para elaborar una propuesta de mejora.
- Investigación de la trayectoria de otros Bancos de Alimentos en países de Latinoamérica y España.

CAPÍTULO 1. BANCO DE ALIMENTOS PERÚ

1.1. Descripción de la empresa

Banco de Alimentos Perú [BAP] (2017) se fundó el 17 de octubre de 2013 como una organización sin fines de lucro que tiene como objetivo redistribuir aquellos alimentos, donados por una población solidaria, a personas en situación de vulnerabilidad a través de las instituciones sociales asistenciales. Se sustenta gracias a personas voluntarias, quienes ayudan en el contacto con empresas, selección, distribución y entrega alimentos y productos de aseo personal.

BAP le da valor social a los productos en buen estado pero que perdieron valor comercial debido a:

- Su fecha de vencimiento es cercana, estado de maduración exige pronto consumo.
- Evidencian fallas en el empaque.
- Exceso de *stocks*.
- Producto discontinuado.
- Producto golpeado.

La cobertura de BAP es a nivel de Lima Metropolitana, aun no llega a nivel nacional. En el anexo 1 se muestra la cobertura actual de BAP en Lima.

1.2. Visión

"Contribuir a aliviar el problema del hambre que enfrenta el Perú" (Banco de Alimentos Perú, 2017).

La visión debiera ser aspiracional; Así mismo, debiera indicar a dónde quieren llegar de acá a 5 años. Hoy en día, BAP se financia gracias al aporte de sus socios lo cual no es sostenible en el tiempo y tampoco le permitirá crecer a nivel nacional.

1.3. Misión

"Ser el intermediario entre los que sufren hambre y los que desean colaborar con donaciones mediante un canal transparente y eficiente" (Banco de Alimentos Perú, 2017).

La misión debiera ser una declaración de a dónde quiere dirigirse BAP o que es aquello en lo que pretende convertirse en el largo plazo. Debiera servir como fuente de inspiración y motivación.

1.4. Objetivos

"Reducir el hambre y el desperdicio de alimentos" (Banco de Alimentos Perú, 2017).

Los objetivos debieran ser concretos, medibles y viables; estos debieran responder las siguientes preguntas: ¿qué quiero hacer? y ¿a dónde quiero llegar?

1.5. Valores

- Confianza.
- Compromiso.
- Trabajo solidario.

Los valores de BAP debieran expresar sus cualidades, principios o creencias que posee.

1.6. Equipo del Banco de Alimentos

El Banco de Alimentos Perú está conformado por un directorio de 3 personas, un gerente general, y 4 responsables de las siguientes áreas: Administración y Finanzas, Organizaciones Beneficiarias, Recaudación y Logística. Adicionalmente cuenta con voluntarios que de manera desinteresada donan su tiempo y trabajo para contribuir con el funcionamiento de BAP, desarrollando variadas actividades tales como: apoyo en la selección de alimentos, contacto con empresas, selección, distribución y entrega de alimentos, etc. BAP requiere de 10 voluntarios como mínimo para realizar dichas actividades.

El equipo actual de BAP es insuficiente para gestionar de manera eficiente y lograr el crecimiento debido a que:

- No se cuenta con los suficientes fondos para mantener más miembros en su equipo de trabajo.
- El Gerente General funge de Gerente Comercial, desenfocándose de las actividades que implica su rol. Esto sumado a que el resto del equipo es multidisciplinario, lo que dificulta enfocarse en gestionar un determinado tema.
- Si bien se cuenta con personal con experiencia y conocimiento en determinadas áreas (Administración y Comunicación), éste no es suficiente para cubrir todas las necesidades de gestión (Operaciones, Logística, Ventas, etc.).
- Los voluntarios de BAP realizan actividades operativas; Sin embargo, hay actividades de gestión que no son cubiertas.

Figura 1. Organigrama de Banco de Alimentos Perú



Nota: Elaboración propia, en base a levantamiento de información con equipo BAP.

Fuente: elaboración propia, en base al levantamiento de información con equipo BAP.

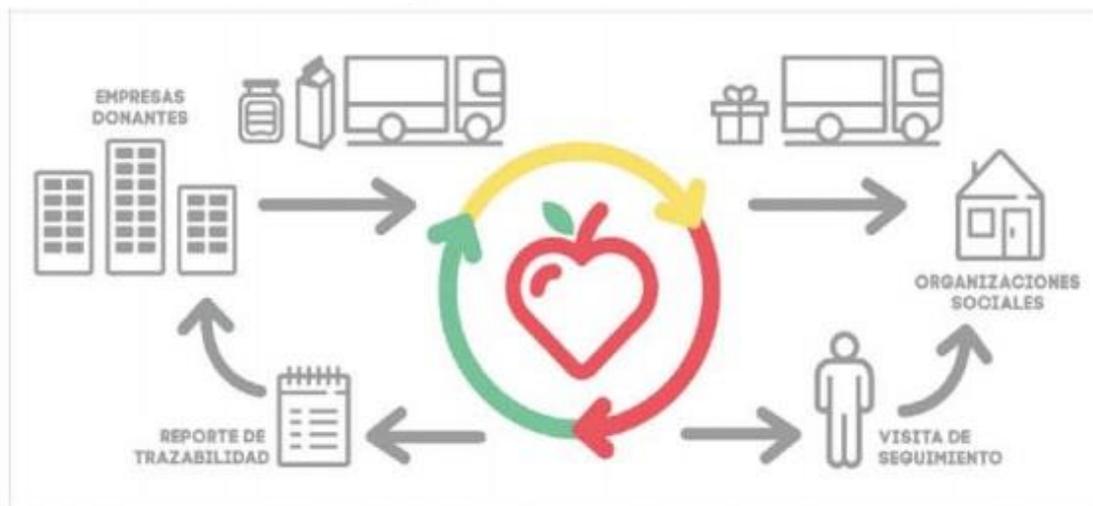
1.7. Modelo de negocio

BAP actúa como un ente intermediario entre empresas donantes e instituciones u organizaciones que son fuente de ayuda para personas en situación de pobreza.

Beneficios para el donante:

- Responsabilidad social.
- Reducción de costos.
- Mayor espacio en el almacén.
- Deducción de impuesto a la renta.
- Procesos estandarizados y transparentes.
- Seguimiento a las donaciones.
- Reporte de trazabilidad periódico.

Figura 2. Modelo de Negocio de Banco de Alimentos Perú



Nota: Modelo de Negocio de Banco de Alimentos Perú

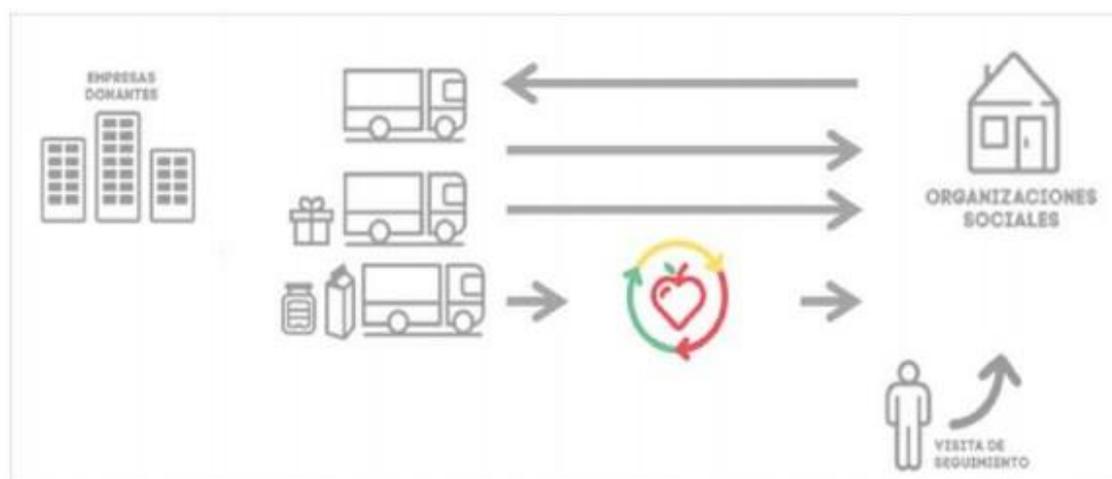
Fuente: elaboración propia

Descripción de los participantes del modelo de negocio del Banco de Alimentos Perú:

- **Empresas donantes de productos:** son empresas que proveen de productos perecibles, no perecibles. Los insumos (alimentos o productos de higiene o aseo personal) “son entregados en forma gratuita cuando se ha definido que éstos no cumplen con las normas comerciales para ser comercializados, pero que sin embargo, se encuentran en perfecto estado para ser consumidos” (Banco de Alimentos Perú, 2017). Actualmente las empresas donantes son empresas del sector agropecuario, industrial y comercial (ver anexo 2).
- **Empresas donantes de servicios:** aquellas empresas que ayudan a BAP en actividades tales como servicio logístico, diseño y actualización de la página web, publicidad, etc.
- **Proveedores de financiamiento:** aquellas empresas o personas naturales que han adquirido un compromiso con BAP proveyendo de financiamiento para su operación.
- Organizaciones o instituciones sociales: aquellos organismos que están dedicados a proveer alimentos a personas de escasos recursos (ver anexo 3).

En la práctica, el modelo de negocio no se ejecuta de la manera como está esquematizada.

Figura 3. Modelo de Negocio Real del Banco de Alimentos Perú



Nota: Modelo de Negocio Real del Banco de Alimentos Perú

Fuente: elaboración propia

- Las empresas donantes tienen capacidad para incrementar las donaciones (ver la entrevista 1 del anexo 4) y mejorar el paquete alimentario de producto (ver anexo 5). Sin embargo, se requiere dedicar recursos para realizar las tareas que ello conlleva y por razones de presupuesto no se le da prioridad. Además, BAP no cuenta con los fondos económicos para mejorar su infraestructura ni expandirse a nivel nacional. Actualmente el *fundraising* de BAP proviene de los aportes de sus socios fundadores, a través de eventos anuales y de su programa de socios auspiciadores (ver anexo 6).
- BAP entrega donaciones de alimentos a 150 instituciones de ayuda social. Si bien estas han aumentado desde la creación de BAP, no todas reciben la ayuda de manera equitativa (ver anexo 7) ni con la misma frecuencia (ver anexo 8) debido a: la disponibilidad de transportes, la infraestructura para almacenarlos, la cantidad de personas a las que ayudan y el segmento objetivo, siendo la prioridad organizaciones que ayudan a niños (ver anexo 9). Es decir, organizaciones que tienen mayor cobertura y además cuentan con mayores fondos y medios para operar, son las más beneficiadas.
- Los resultados de las visitas de seguimiento no se hacen de conocimiento público ni se envía a todas las empresas donantes, las empresas donantes no reciben información oportuna y periódica del destino de sus donaciones ni como ha impactado a la población que se sirve de las donaciones. Así mismo, en la página web de BAP no están disponibles los estados financieros ni información de las organizaciones, número de personas que se benefician, etc. Esto debido a que BAP no cuenta con herramientas tecnológicas y los recursos son limitados.
- La entrega se realiza a través de movilidad propia de las organizaciones receptoras de donaciones, movilidad del BAP y movilidad de empresas logísticas que donan sus servicios (ver anexo 10). Sin embargo, ésta no será suficiente si BAP pretende incrementar el volumen de donaciones.

- BAP no cuenta con la suficiente infraestructura física:
 - Almacén limitado en cuanto a espacio. El Banco de Alimentos no cuenta con un almacén que esté preparado frente a un incremento de donaciones de alimentos, pues el almacén actual es provisional y posee una capacidad de almacenamiento de 666 m².
 - Vehículos de transporte, solo el 21 % de las donaciones es entregada por BAP¹³.
 - No cuenta con cámaras frigoríficas para recibir donaciones que requieren refrigeración.

1.8. Productos y servicios

1.8.1. Productos

Banco de Alimentos Perú recepciona alimentos excedentarios del sector agropecuario, industrial y comercial para distribuirlo entre la población en situación de vulnerabilidad a través de las instituciones sociales. Los alimentos que hoy recibe BAP son principalmente: azucarados, leche y derivados, cereales y frutas. Adicionalmente reciben productos de aseo personal. Los productos que BAP recepciona presentan las siguientes características:

- Su fecha de vencimiento es cercana, estado de maduración exige pronto consumo.
- Evidencian fallas en el empaque.
- Exceso de *stock*
- Producto discontinuado
- Producto golpeado

1.8.2. Servicios

Servicios logísticos, requerido para la consecución, recepción, almacenamiento, separación, clasificación, conservación y distribución de los alimentos recibidos en donación.

*Cross Docking*², este servicio es para instituciones que cuentan con movilidad propia para transportar los alimentos directamente desde las empresas comercializadoras, como es el caso de los supermercados. BAP tiene definido los días en que cada institución debe ir a recoger los alimentos.

² Tipo de preparación de pedido (una de las funciones del almacén logístico) sin colocación de mercancía en stock (inventario), ni operación de *picking* (recolección).

1.9. Marketing

BAP posee un bajo desarrollo de marca dado que las personas no conocen la institución ni la labor que realizan. Esto se evidencia en la encuesta realizada en la que el 79% de los encuestados no conocen la existencia de BAP (ver pregunta 5 del anexo 11). Además de ello, presenta las siguientes carencias:

- Limitado desarrollo de canales de captación de donaciones económicas, solo se puede realizar a través de la página web, con un monto mínimo es S/.25.00 y con una frecuencia mensual; Sin embargo, en las encuestas solo el 50% de las personas encuestadas estarían dispuestas a donar un monto mayor a S/.20.00 (ver pregunta 9 del anexo 11) y solo el 39% estaría dispuesta a donar mensualmente (ver pregunta 8 del anexo 11).
- Los beneficios para las empresas donantes de alimentos no son atractivos en imagen de marca, debido a que en la página web y en redes sociales solo mencionan a algunos socios, además, al dar *click* en el logo de los socios que si menciona no direcciona la web correspondiente.
- Herramientas comerciales (*brochure*) no evidencia a quién dirigen la ayuda.



CAPÍTULO 2. ANÁLISIS DE MERCADO

2.1. Necesidad y oportunidad

2.1.1. De las empresas donantes de alimentos

Los supermercados y fabricantes de alimentos en Perú tiene la necesidad de eliminar productos que por razones comerciales no están aptos para ser comercializados. En cualquier caso, es necesario para las empresas productoras o comercializadoras de productos alimenticios: devolver, destruir o donar estos productos. De acuerdo a la figura 4, existe una oportunidad para que más empresas de este tipo donen sus productos dado que solamente el 12% de estas empresas realizan donaciones a BAP. El resto de empresas prefieren destruirlos debido a que el proceso es menos costoso que donarlo.

Figura 4. Esquema de empresas productoras y comercializadoras de alimentos que donan a BAP



Nota: 295 empresas productoras y comercializadoras (Información de la Cámara de Comercio de Lima, Dic 2015); 34 empresas han donado a BAP (Reporte de recaudación de Banco de Alimentos Perú), 1,1 toneladas de Alimentos (Reportes de Ingresos de Banco de Alimentos Perú) y 5 mil personas han recibido ayuda de BAP (Reporte de Egresos de Banco de Alimentos Perú).

“Cada año se elimina aproximadamente el 4% del total de alimentos producidos que están en condición de ser consumidos. Siendo la producción anual promedio en Perú de 18,000 millones de toneladas” (INEI, 2016), la cantidad eliminada asciende aproximadamente “a 7 millones de toneladas de alimento” (INEI, 2016). Dicho de otra manera, si se estima que una ración de alimentos es de 400 gramos, según la FAO, esto equivale aproximadamente a 45 millones de raciones en el año. Y si consideramos dos raciones por persona, todos los días del año, se puede alimentar a más de 61 mil personas, lo que implicaría reducir el índice de inseguridad alimentaria en el país de 11.8% a 6% (“Pérdida de alimentos en Perú”, 16 de julio de 2014). Cabe mencionar, que las pérdidas y

desperdicios ocurren a lo largo de la cadena alimenticia, siendo los consumidores y los productores de alimentos, los que presentan el mayor porcentaje de desperdicio.

Figura 5. Porcentaje de desperdicio a través de toda la cadena alimenticia

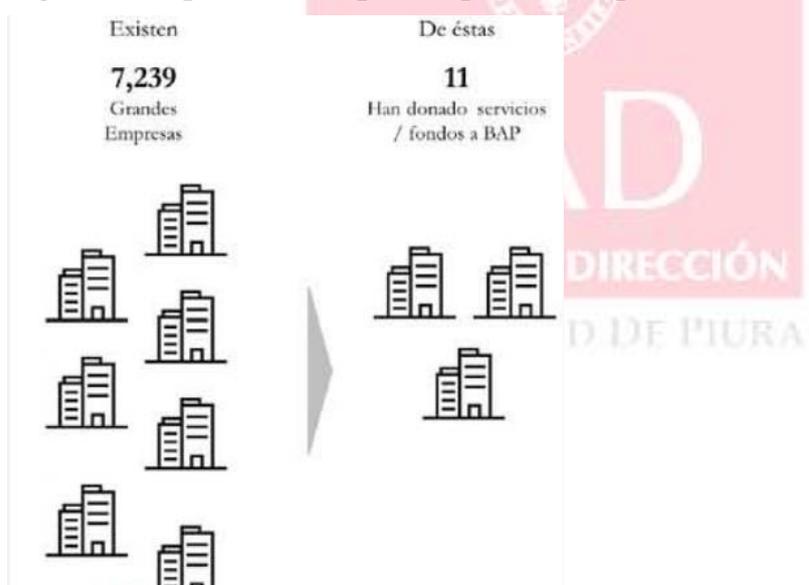


Fuente: FAO (2014)
Elaboración propia

2.1.2. De las empresas donantes de servicios o fondos

Al igual que con los productos alimenticios, existe una oportunidad para que más empresas que no producen ni comercializan alimentos contribuyan con el *fundraising* para BAP. De acuerdo con la figura 6, solamente el 0.59% de estas empresas donan fondos a alguna organización o institución de ayuda social.

Figura 6. Esquema de empresas que donan (productos o fondos) a BAP



Nota: 7,239 grandes empresas (Información de la Cámara de Comercio de Lima, Dic 16); 11 empresas han donado servicios o fondos a BAP (Información de la Cámara de Comercio de Lima, Dic 2015).

2.1.3. De las organizaciones o instituciones de ayuda social

En el Perú, existen más de 150 organizaciones e instituciones de ayuda social formales “cuya misión principal es preparar alimentos para personas en situación de pobreza o inseguridad alimentaria” (APCI, 2017). Estas entidades usan como principal insumo alimentos tanto perecibles como no perecibles. Al contrastar las necesidades de los productores y comercializadores de alimentos con las de las instituciones de ayuda social, es posible observar que aquello que los primeros eliminan, los segundos utilizan como

insumo. BAP enlaza la oferta y demanda de alimentos que son aptos para el consumo pero que no pueden ser comercializados en el mercado.

Teniendo en cuenta que el desperdicio y la destrucción de alimentos son crecientes, existe una oportunidad de contrarrestar a inseguridad alimentaria en nuestro país a través del Banco de Alimentos Perú (ver anexo 12).

2.2. Contexto legal de las donaciones de alimentos

Las donaciones en el Perú se rigen bajo la Ley N° 30498 (2016), “ley que promueve que las empresas peruanas fabricantes o comercializadoras de alimentos puedan donar alimentos a entidades sin fines de lucro” (ver anexo 13). La Ley “establece el marco normativo que facilita y promueve la donación de alimentos en buen estado que hubieran perdido valor comercial para las empresas y se encuentren aptos para el consumo humano”. A partir del 2019 (tercer año de la entrada en vigencia de la ley) “los almacenes de alimentos y supermercados donarán la totalidad de los alimentos que tengan la condición señalada, quedando prohibida la destrucción de los mismos con la finalidad de contribuir a satisfacer las necesidades alimentarias de la población económicamente más vulnerable”.

Beneficios de la Ley:

- Deducción de gastos por concepto de donaciones de alimentos en buen estado que hubieran perdido valor comercial y se encuentren aptos para el consumo humano, así como los gastos necesarios que se encuentren vinculados con dichas donaciones.
- Límite de la deducción, no podrá exceder del diez por ciento (10%) de la renta neta de tercera categoría (ver anexo 14).
- La transferencia de bienes a título gratuito a favor de las entidades sin fines de lucro no se encuentra gravada con el IGV (ver anexo 15).
- Se ha establecido la Responsabilidad civil o penal para el donante si se prueba la existencia de culpa grave o dolo al momento de la entrega de la donación.

Los cambios en la ley sobre las donaciones de alimentos van a tener un impacto positivo en el volumen; Sin embargo, se considera que tiene las siguientes limitaciones:

- Deducción de la renta neta imponible hasta un máximo 10%. Ahora la ley permite que sea igual de atractivo donar que eliminar, siempre y cuando se cumpla con el tope de 10% de la renta imponible²⁴, de lo contrario, será económicamente más beneficioso, dar de baja a los productos que donarlos.
- La norma establece que para las empresas que tengan pérdidas, la deducción no podrá exceder del 3% de la venta neta. Esto se debería haber aplicado para las

empresas que tengan utilidades, como los grandes supermercados, pues la venta neta siempre será mayor que la renta.

Fortalezas de la ley vigente sobre las donaciones de alimentos:

- El proceso de eliminación de alimentos es más engorroso que el de donación (ver anexo 16).



CAPÍTULO 3. NUEVA VISIÓN DEL BANCO DE ALIMENTOS PERÚ

3.1. Estrategia

3.1.1. Visión

"En 5 años, Banco de Alimentos Perú será una organización autosostenible que sirva a la población más vulnerable del país, brindando alimentos que contribuyan a la mejora de su nutrición"

3.1.2. Misión

"Facilitar a las personas más vulnerables productos alimenticios aptos para el consumo humano, evitando así su desperdicio. Siendo el nexo entre las empresas y las organizaciones sociales, rescatando y distribuyendo alimentos a través de un modelo de trabajo eficiente y transparente"

3.1.3. Valores

Los valores debieran estar alineados a la visión, es por ello que se propone lo siguiente:

- **Transparencia:** Asegurar y demostrar que el apoyo de los donantes será utilizado para beneficiar a los más vulnerables, evidenciando que las buenas acciones son transparentes
- **Integridad:** Demostrar que una organización que con equipo humano intachable y justa.
- **Solidaridad:** Es el objetivo principal para ayudar a las personas necesitadas.
- **Vocación de servicio:** Organización conformado por un equipo humano con un compromiso real de ayudar desinteresadamente a los que más lo necesitan.

3.1.4. Objetivos

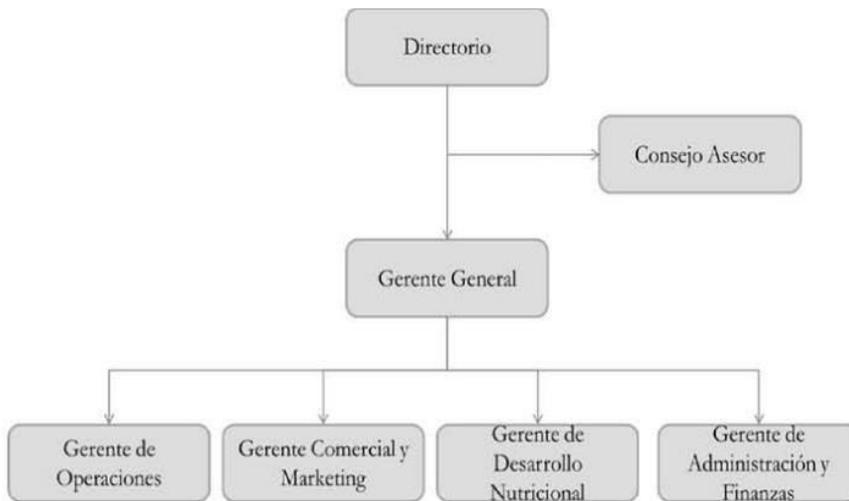
- Contribuir al desarrollo sustentable del país luchando contra la desnutrición por medio del trabajo en estrecha coordinación con organizaciones de ayuda social legalmente constituidas que tengan objetivos afines a BAP.
- Redistribuir los excedentes de alimentos y productos de higiene o aseo personal que se generan en el entorno facilitando su acceso a la población de escasos recursos.
- Promover actividades para motivar el cambio de actitud y educación necesaria para comprender la importancia de la nutrición. (Banco de Alimentos Perú, 2017).

3.2. Equipo del Banco de Alimentos Perú

Se plantea reorganizar el equipo de trabajo de BAP la siguiente manera:

- Miembros del Directorio continuarán siendo facilitadores de fondos y de contactos de empresas donantes.
- Consejo Asesor, conformado por personas con el siguiente perfil:
 - Grado académico: Magíster o Doctorado.
 - Experiencia laboral: al menos de 15 años en empresas reconocidas.
 - Desempeño: Cargos Directivos.
 - Áreas de experiencia: Finanzas, Comercial, Operaciones, Nutrición, Psicología, Administración, Marketing y Publicidad.
 - Actividades a realizar:
 - Participar en la definición del plan estratégico de BAP.
 - Revisión de resultados mensualmente en el Comité de Gerencia.
 - Asesorar en la definición de los planes de acción para lograr los objetivos de BAP.
- Equipo de Trabajo, con el siguiente perfil:
 - Grado académico: Bachiller o Licenciado.
 - Experiencia laboral: al menos de 5 años.
 - Desempeño: Mandos medios.
 - Áreas de experiencia: Finanzas, Comercial, Operaciones, Nutrición, Psicología, Administración, Marketing y Publicidad.
 - Actividades a realizar: velar por la correcta operación y el logro de objetivos del Banco de Alimentos Perú.
- Para contar con una mayor red de contactos y para reducir los gastos de sueldos se propone que tanto el equipo de asesores y el equipo de trabajo, esté conformado por personas jubiladas o profesionales que dejaron de trabajar pero que ahora cuentan con tiempo disponible (ver anexo 17).
- Figura pública, persona de renombre y trayectoria que inspire y brinde la confianza para que las empresas y personas incrementen sus motivaciones para donar. Esta persona además de tener interiorizado los valores BAP, debe contar destacar en los siguientes aspectos:
 - Cercanía, con los más necesitados, instituciones de ayuda social y entidades donantes.
 - Humildad, aportar un trabajo sincero a los más necesitados.
 - Empatía: Ponerse en lugar de los más necesitados.
- Organigrama propuesto

Figura 7. Organigrama propuesto para el Banco de Alimentos Perú

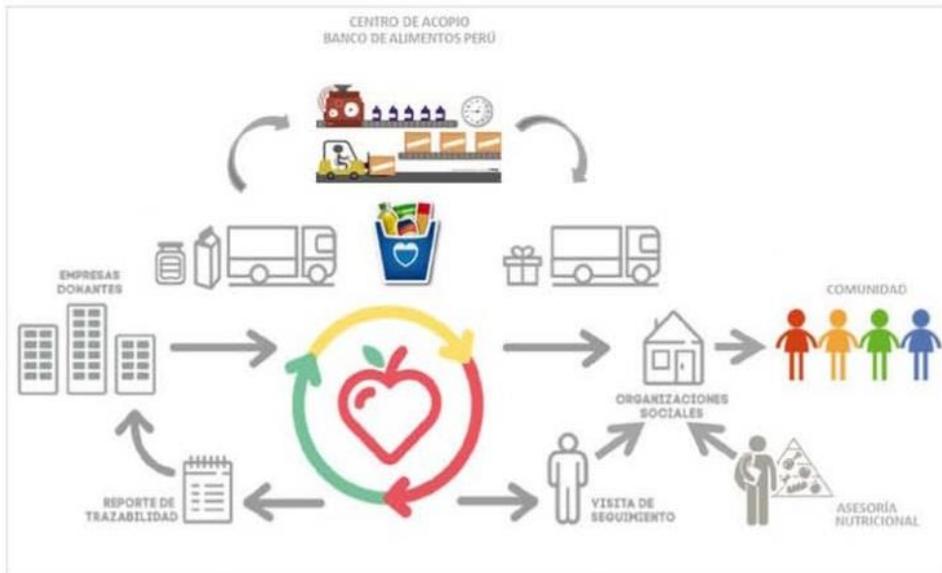


Nota: Elaboración propia

3.3. Modelo de Negocio

Para potenciar el Banco de Alimentos Perú, se plantea el siguiente modelo de negocio:

Figura 8. Modelo de Negocio Propuesto para el Banco de Alimentos Perú



Nota: Elaboración propia

- Las organizaciones de ayuda social que cuentan con la infraestructura para el recojo de los alimentos, podrían fungir como centros de acopio y distribución para atender las necesidades de otras organizaciones más pequeñas ubicadas en las zonas aledañas.
- Sobre los informes de trazabilidad, éstos debieran demostrar que el apoyo es usado para beneficiar a los más vulnerables bajo la premisa: ¡Las buenas acciones

son transparentes! Por ello, la información a mostrar debiera contener los resultados anuales sobre: las donaciones recibidas, las donaciones entregadas, la lista de instituciones de ayuda social, los beneficiarios, los estados financieros, etc. Asimismo, debiera mostrarse el evolutivo mensual de los resultados y éstos debieran ser enviados a las empresas donantes.

Figura 9. Modelo de informe web de donaciones recepcionadas por BAP



propia en base al modelo de informe de resultados del Banco de

Nota: elaboración propia en base al modelo de informe de resultados del Banco de Alimentos Colombia

Figura 10. Información de resultados de BAP descargable desde la web

- [↓](#) Balance de Nutrición
- [↓](#) Total kilos de alimentos acopiados por empresa y acumulado año
- [↓](#) Número de personas beneficiadas
- [↓](#) Total efectivo recolectado en el mes y acumulado año
- [↓](#) Informe del Auditor
- [↓](#) Estado de Resultados
- [↓](#) Memoria Económica

Nota: elaboración propia en base al modelo de informe de resultados del Banco de Alimentos Colombia

Se considera que al disponibilizar la información es posible estrechar el lazo entre el Banco de Alimentos Perú y las organizaciones donantes.

- A través de voluntarios profesionales en nutrición brinden programas de:
 - Formación de madres y padres en alimentación: En los países con altos niveles de desnutrición, los alimentos son escasos. Sin embargo, está comprobado que enseñar a los padres qué alimentos de los que tienen a su alcance son más beneficiosos para sus hijos ayuda a combatir la desnutrición.
 - Acceso a atención sanitaria: Cuando la atención sanitaria es escasa y los niños no reciben la atención que necesitan para su edad, es muy difícil detectar posibles casos de desnutrición. Las revisiones rutinarias de peso y estatura son una de las herramientas principales para diagnosticar si un niño está desnutrido. Por lo tanto, si se amplía la atención sanitaria, se puede reducir la incidencia de la desnutrición
 - Integrar a su equipo de voluntarios a personas profesionales (convenios con universidades para que alumnos que cursen los últimos ciclos de su carrera, por ejemplo, Nutrición realicen prácticas pre - profesionales) y a no profesionales dispuestas a donar su tiempo para contribuir con el Banco de Alimentos Perú de la siguiente manera:
 - Estudiantes de negocios: captar empresas y personas que donen alimentos y recursos monetarios.
 - Nutricionistas: formación de madres y padres en alimentación.
 - Médicos: atención sanitaria.
- Formaciones diversas:
 - Realizar seguimiento y mantener la relación con empresas asociadas
 - Detección, selección, evaluación y registro de entidades receptoras
 - Seguimiento y relación con instituciones beneficiarias
 - Coordinación de recepción y retiro de alimento
 - Coordinación de asesorías y capacitaciones
- Se recomienda que las visitas de seguimiento sean realizadas por una Institución externa y con respaldo y que dicha labor se realice en calidad de donación, se propone que la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la agricultura [FAO], entidad que cuenta con respaldo internacional sea quien realice las visitas de seguimiento.

3.4. Contexto legal

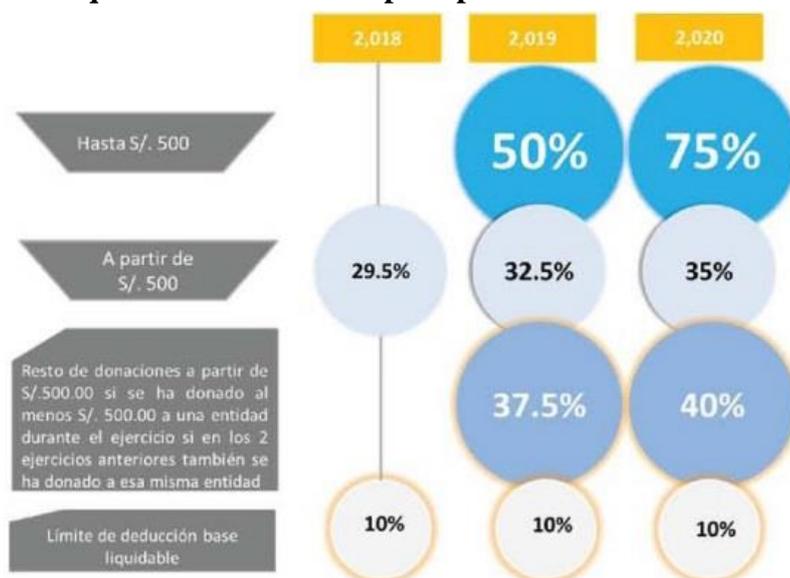
Para promover las donaciones de alimentos, se deberían implementar cambios a la actual regulación.

3.4.1. Personas naturales

Existe una oportunidad para incrementar las donaciones económicas a través de las personas naturales, como se evidencia en las encuestas, el 38% de las personas encuestadas estarían dispuestas a donar dinero (ver la pregunta 3 del anexo 11). Si bien

el 74% de las personas naturales nunca han participado en una ONG, el 94% de éstos estarían dispuestos a realizar donaciones monetarias a BAP (ver preguntas 2 y 6 del anexo 11). Es por ello que para las personas naturales se plantea beneficios escalonados, para todas aquellas que lo realicen de manera consecutiva a las entidades sin fines de lucro como es el caso del Banco de Alimentos Perú.

Figura 11. Esquema de tributación para personas naturales al 2020



Nota: Elaboración Propia

Tabla 1. Impacto del beneficio escalonado

		2017	2018	2019
Monto de la donación	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00
Deducción hasta	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 250.00	S/. 375.00
Excedente	S/. 500.00	S/. 147.50	S/. 162.50	S/. 200.00
Total deducible		S/. 147.50	S/. 412.50	S/. 575.00

Nota: Elaboración propia

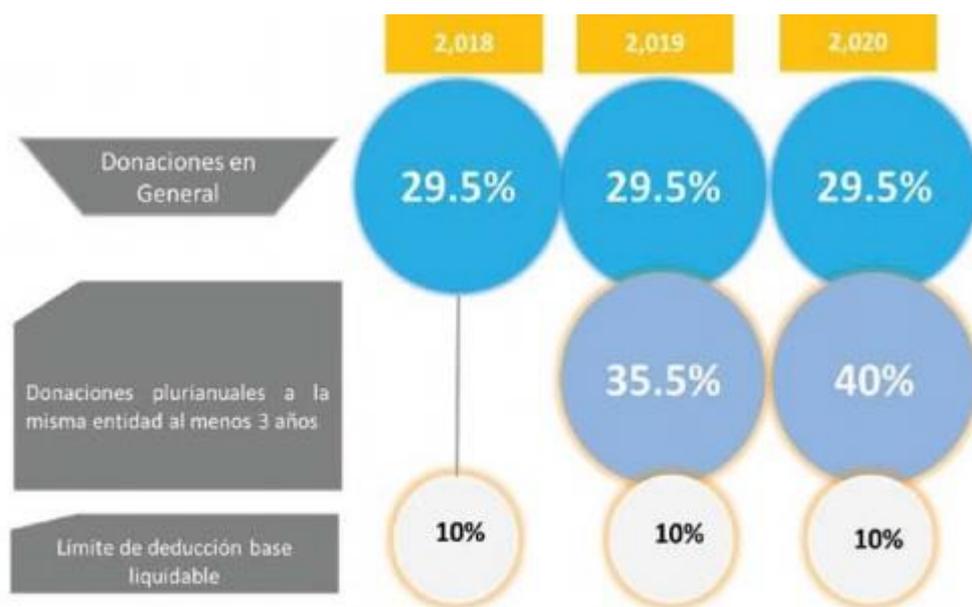
- Donaciones realizadas hasta el 31 de diciembre de 2018.
 - Deducción: Los contribuyentes del Impuesto a la Renta tendrán derecho a deducir de su cuota íntegra el 29.5 % del dinero donado.
 - Límite a la deducción, la base de las deducciones de las donaciones de dinero no podría exceder del 10 % de la base liquidable del contribuyente.
- Donaciones realizadas en el ejercicio 2019.

- Deducción, contribuyentes del Impuesto a la Renta tendrán derecho a deducir de su cuota íntegra el 50 % de los primeros 500 soles donados. El resto de la donación o de las restantes donaciones que superen los 500 soles, darán derecho a deducir de la cuota íntegra el 32,5 % del importe donado. Además, donaciones plurianuales: el 32.5% se incrementará al 35% si el contribuyente ha realizado donaciones por importe o valor igualo superior, a la misma entidad, en los dos ejercicios anteriores, es decir, en el 2017 y en el 2018. (Asociación Española de Fundaciones [AEF], 2016).
- Límite a la deducción. La base de las deducciones, por ejemplo, en los donativos dinerarios su importe, no podrá exceder del 10 % de la base liquidable del contribuyente. (Asociación Española de Fundaciones [AEF], 2016)
- Donaciones realizadas en el ejercicio 2020 y sucesivos ejercicios
 - Deducción, los contribuyentes del Impuesto a la Renta tendrán derecho a deducir de su cuota íntegra el 75 % de los primeros 500 soles donados o de los bienes o derechos donados hasta el valor de 500 soles. Los 500 primeros soles son los que el contribuyente decida respecto del total de las donaciones que haya realizado en el mismo ejercicio a una o varias entidades, sin que tengan que ser los primeros 500 soles en el tiempo. El resto de la donación o de las restantes donaciones que superen los 500 soles darán derecho a deducir de la cuota íntegra el 35 % del importe donado o del valor de los bienes o derechos donados. Además, donaciones plurianuales: el 35% se incrementará al 40% si el contribuyente ha realizado donaciones por importe o valor igual o superior a la misma entidad en los ejercicios anteriores. (Asociación Española de Fundaciones [AEF], 2016).
 - Límite a la deducción. La base de las deducciones, por ejemplo, en los donativos dinerarios su importe, no podrá exceder del 10 % de la base liquidable del contribuyente. (Asociación Española de Fundaciones [AEF], 2016).

3.4.2. Personas jurídicas

Para incrementar las donaciones de alimentos, dinero en efectivo de las empresas jurídicas se requiere crear incentivos tributarios que generen una relación de largo plazo con las instituciones que reciben la ayuda. Se plantea beneficios escalonados para empresas que donan consecutivamente a las entidades sin fines de lucro como es el caso del Banco de Alimentos Perú.

Figura 12. Esquema de tributación para personas jurídicas al 2020



Nota: Elaboración propia

Tabla 2. Esquema de tributación para personas jurídicas al 2020

	2018	2019
Monto de la donación	50,000	50,000
Donaciones regulares	17500	20000
Total deducible	17,500	20,000

Nota: Elaboración propia

- Donaciones realizadas hasta el 31 de diciembre de 2018
 - Deducción. Las empresas tienen derecho a deducir el 29.5% del valor donado, hasta un límite de 10 % de la renta neta imponible.
- Donaciones realizadas en el ejercicio 2019
 - Deducción. Las empresas tienen derecho a deducir el 35.5% del valor donado, siempre y cuando haya realizado donaciones por al menos el mismo monto que el año anterior a la misma institución, hasta un límite de 10 % de la renta neta imponible.
- Donaciones realizadas en el ejercicio 2020 y sucesivos ejercicios
 - Deducción. Las empresas tienen derecho a deducir el 40 % del valor donado, siempre y cuando haya realizado donaciones por al menos el mismo monto que los 2 años anteriores a la misma institución, hasta un límite de 10% de la renta neta imponible.

3.5. Donaciones de alimentos

Acciones complementarias a la propuesta de ley propuesta de ley de donaciones:

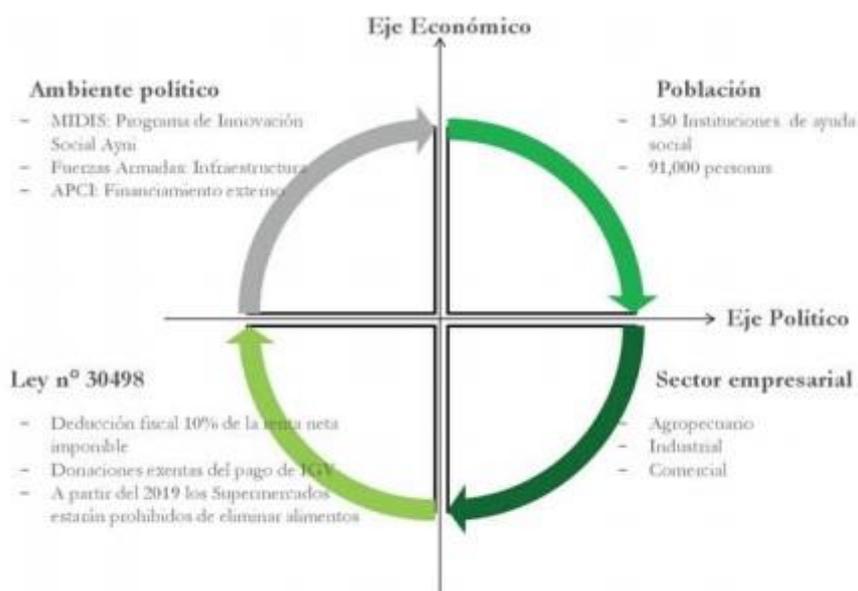
- Implementar Colectas Nacionales de Alimentos. Organizar Colectas de Alimentos no perecibles 2 veces por año para recolectar productos para beneficiar a personas e instituciones necesitadas, se propone que estas colectas se realicen a través de los supermercados. La meta sería 100,000 kilos de alimentos al año. Con esta acción el banco de alimentos podría duplicar las donaciones actuales de alimentos.
- Tercerizar la Responsabilidad Social de las Empresas. En la actualidad los clientes valoran que las empresas que prefieren sean socialmente responsables, lo que significa que las empresas deben dedicar recursos para desarrollar e implementar los planes de responsabilidad social empresarial, a través del Banco de Alimentos Perú, las empresas pueden ser socialmente responsables sin dedicar recursos y sin desviarse del *core* de su negocio, lo que tendrían que hacer es firmar el acuerdo de donaciones de alimentos mensualmente y empezar a contribuir, el Banco de Alimentos brindaría la trazabilidad necesaria para que la empresa pueda visualizar la ayuda que brinda y su evolución en el tiempo de la mejora de los indicadores de inseguridad alimentaria.
- Gestionar que los restaurantes disponibilicen los alimentos que los comensales no llegan a consumir para personas que padecen de hambre, para lograr ello los restaurantes deben habilitar un espacio en donde colocar los alimentos para que las personas que pasen por el lugar puedan tomarlos.
- Para la distribución de los alimentos y para que éstos puedan llegar a la población más necesitada del país se plantea a BAP generar convenios con las Fuerzas Armadas para utilizar la gran infraestructura que poseen para llegar a lugares alejados de nuestro país, las Fuerzas Armadas fungirían de acopiadores y distribuidores de alimentos entre la población.

3.6. Fundraising

Acciones de *fundraising*:

- Buscar subvenciones del gobierno. Los socios debieran presentar el proyecto al gobierno peruano para que facilite fondos económicos.
- Estructurar el proyecto del Banco de Alimentos Perú y presentarlo al programa Ayni Lab social del MIDIS, de esta manera el gobierno subvencionaría parte de los gastos y ayudaría a que BAP tenga mayor cobertura.

Figura 13. Esquema de Claves de Éxito para BAP



Nota: Basado en el Esquema de claves de éxito para proyectos con enfoque social

Fuente: elaboración propia

- Buscar subvenciones de fondos internacionales. Actualmente, la Agencia Peruana de Cooperación Internacional [APCI] facilita el acceso a fondos económicos de 25 países que pertenecen a las economías más desarrolladas del mundo que aportan el 0.05% de su Producto Bruto Interno [PBI] para el desarrollo de proyecto de carácter social en países subdesarrollados. A la fecha solo el 10% de las organizaciones sin fines de lucro del Perú están inscritas ante APCI, por tanto, existe una oportunidad de que BAP presente su proyecto y acceda a estos fondos.
- Implementar el Programa Persona Socialmente Responsable. Mediante redes sociales potenciar las donaciones, flexibilizando los montos a donar desde s/.5.00 dado que, en los resultados de la encuesta, el 50 % de los encuestados donaría montos menores a S/.20.00. Asimismo, se propone desarrollar un programa de recompensa para fomentar la responsabilidad social personal, el monto donado debiera dar una categoría por ejemplo estrellas en Facebook, Twitter, Instagram, etc.
- Convenios con empresas. Visitar empresas y generar convenios con los colaboradores para el descuento de sus donaciones de manera mensual por planilla.
- Evitar desperdicios de comida en los restaurantes. Dado que el 20% de los alimentos servidos en los restaurantes son tirados a la basura porque los clientes no se los terminan (Eserki, s. f.), se plantea desarrollar un producto que permita los comensales donar parte del costo de sus alimentos reduciendo el tamaño de su ración en 20%.

Figura 14. Desperdicios de comidas en restaurantes



Nota: "Restaurante Lleno" de Argentina

Fuente: Eserki (s. f.)

A través de su fuerza de ventas el Banco de Alimentos puede buscar convenios con empresas para que por cada plato con la ración reducida que se venda en el restaurante, éste traslade un monto al Banco de Alimentos Perú.

Figura 15. Ejemplo de Restaurantes que donan comidas



Nota: "Restaurante Lleno" de Argentina

Fuente: Eserki (s. f.)

- Implementar "Campañas que alimentan", Lanzar campaña solidaria anual para recolectar libros, con el objetivo de recaudar fondos que se destinarán al Banco de Alimentos Perú. Se deben definir los diferentes puntos de recogida de libros, como por ejemplo librerías, bibliotecas, centros de cultura, municipalidades, etc. Los libros debieran exponerse en la feria de libros de Lima para ser adquiridos como libros de segunda mano.

3.7. Marketing

BAP debiera desarrollar un plan de marketing que busque incrementar el número de donantes y la cantidad de alimentos a distribuir entre las personas más vulnerables, además de crear conciencia del valor de ayudar.

3.7.1. Posicionamiento

BAP debe posicionarse frente a las empresas donantes, las organizaciones de ayuda social y la opinión pública como una institución transparente y eficiente cuyo objetivo es contribuir con el bienestar de la sociedad peruana reduciendo el hambre, mejorando la nutrición siendo el nexo entre los más necesitados y las personas y empresas dispuestas a colaborar. Los ingresos tanto de alimentos como de dinero debieran provenir principalmente de empresas del sector privado que requieren fortalecer sus políticas de

Responsabilidad Social y la población en general que desean contribuir con una sociedad peruana más justa y con mejores oportunidades para la población menos favorecida; sin embargo, el estado peruano no debiera quedar fuera de esta labor, debiera contribuir con subvenciones económicas para mejorar las prestaciones de BAP.

3.7.2. El mensaje

BAP debe orientar sus actividades de marketing hacia la motivación de una sociedad para el logro de una causa que contribuya con el bienestar de la comunidad facilitando la entrega de alimentos a aquellos que más lo necesitan, ayudando a combatir el hambre y la desnutrición. Como se puede observar en la encuesta realizada la transparencia y los valores son de suma importancia (ver pregunta 4 del anexo 11), es por ello que se propone dar a conocer las actividades que se desarrollan a través de videos con testimonios de los beneficiarios.

3.7.3. Medios de comunicación

- Fomentar entrevistas en programas de actualidad de televisión y radio a los directores del Banco de Alimentos Perú en el que se den a conocer las labores que realizan.
- Publicar novedades y logros en la página web, revistas especializadas y diarios locales.
- Publicar los informes de control de gestión que evidencien la eficiencia y transparencia de BAP para potenciar su reputación
- Potenciar la página web del Banco de Alimentos Perú publicando las novedades, los objetivos logrados, testimonios de beneficiarios, publicidad de asociados.

3.7.4. Canales para realizar donaciones monetarias

- SMS, trabajar con los operadores locales de telefonía para desarrollar la opción de donaciones a través de SMSs.
- APP, desarrollar una aplicación para que desde los Smartphones los clientes puedan realizar sus donaciones de manera rápida y segura.
- Débito automático, desde la web del Banco de Alimentos y empresas donantes.
- Directamente en las oficinas del Banco de Alimentos Perú o en las oficinas de empresas donadoras que cuenten con canales de pago.

3.7.5. Herramientas comerciales

Estructurar el Brochure BAP de la siguiente manera:

- Indicar el objetivo general y los específicos.
- Presentación del equipo de trabajo (Perfil resumido destacando su trayectoria y experiencia respaldada).
- Modelo de Negocio.

- Presentación de empresas donantes (por tipo de donación)
- Presentación de organizaciones de ayuda social a las que apoya BAP (Incluir videos testimoniales)
- Presentación de las personas a las que BAP apoya (Incluir videos testimoniales)
- Presentación de organizaciones de ayuda social a las cuáles BAP aún no colabora (indicar a qué personas y a cuántas se podría ayudar)
- Resultados a la fecha.
- Detallar beneficios
 - Beneficios tributarios sobre el impuesto a la renta y el impuesto general a las ventas (IGV).
 - Imagen de marca, las empresas socialmente responsables, son cada vez más valoradas por la comunidad y el entorno.
 - Publicidad en la página web del Banco de Alimentos. El tamaño del logo de las empresas donantes debiera ser el mismo, el orden en que aparecen en la página web debiera ser dinámico, al dar click en el logo de la marca debiera direccionar a la página web de la empresa donante, la empresa donante debiera tener derecho a mostrar y compartir información del banco de alimentos.
 - Fidelidad de las personas que reciben la ayuda, por ejemplo, una persona que sabe que la empresa contribuye con su alimentación, el día que se encuentre en condiciones de adquirir sus propios alimentos comprará la marca que lo ayudó, se fortalece el vínculo con la marca.
 - Reducción de costos de inventario, generación de espacios libres en el almacén.
 - Reducción de gastos asociados a manejo de residuo sólido.
 - Fortalecer la moral y sentido de pertenencia de los colaboradores de la empresa donante, los productos no comercializados son destinados a una causa digna.
- Elaborar un presupuesto detallado que explique las necesidades económicas del Banco de Alimentos Perú, cuál será el impacto y a quiénes beneficiará.

3.8. Impacto de la Nueva Visión BAP

Considerando las últimas disposiciones legales implementadas por el Gobierno y las acciones propuestas en el presente trabajo de tesis, se estima los siguientes resultados tomando como referencia el crecimiento obtenido en Colombia producto de la modificación regulatoria (“Perú destruyó alimentos”, 3 de marzo de 2016).

Tabla 3. Crecimiento de donaciones de alimentos debido a la Nueva Visión BAP

Escenario Legal Actual	Proyección					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Kilos eliminados			7,000,000	7,140,000	7,282,800	7,428,456
Kilos donados	Q 116,393	157,829	505,490	722,850	867,420	1,809,653
	%		7.22%	10.12%	11.91%	24.36%
Kilos por rescatar	-116	-166	6,999,763	7,139,660	7,282,393	7,427,606
% Variación		43%	43%	43%	20%	109%

Escenario Legal Propuesto	Proyección					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Kilos eliminados			7,000,000	7,140,000	7,282,800	7,428,456
Kilos donados	Q 116,393	157,829	505,490	722,850	1,445,701	2,168,551
	%		7.22%	10.12%	19.85%	29.19%
Kilos por rescatar	-116	-166	6,999,763	7,139,660	7,282,121	7,427,437
% Variación		43%	43%	43%	100%	50%

Nota: Donde la cantidad de kilos eliminados es referencia del capítulo 2 (ítem 2.1 Necesidad y Oportunidad) y considerando un crecimiento del 5% año a año, la cantidad de kilos donados se calcula a partir del histórico tomando como factor base el ratio de crecimiento de Colombia (por su cercanía y similitud con Perú) y la cantidad de kilos por rescatar es la diferencia de kilos eliminados menos los kilos donados.

Fuente: elaboración propia



CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio de la situación actual y planteada la nueva visión del Banco de Alimentos Perú, la primera conclusión es que BAP tiene oportunidades de crecimiento y potencial de ser una institución exitosa. Esto se deduce a partir del cambio en el contexto legal relacionado a la deducción fiscal y a la no afectación del IGV a las donaciones que rige a partir del 2017. También está la disposición legal que prohíbe a los supermercados eliminar alimentos a partir del 2019, muchos cambios, en la experiencia de otros Bancos de la región experimentaron un crecimiento exponencial, como es el caso del Banco de Alimentos de Colombia.

Del análisis de mercado realizado, se deduce que existe potencial para que más empresas comercializadoras y productoras de alimentos donen sus productos que han perdido valor comercial pero que están aptos para ser consumidos dado que a la fecha solamente el 12% de estas empresas donan y que cada año se eliminan aproximadamente 7 millones de toneladas de alimentos aptos para ser consumidos.

En segundo lugar, se puede concluir que la necesidad de BAP busca suplir, favorecer tanto a los que entregan alimentos como a los que los reciben; De esta manera el modelo de negocio que plantea esta institución sin fines de lucro, presenta la particularidad que aquellas compañías que quieran formar parte de este importante proyecto, se verán doblemente beneficiadas haciendo más fácil la incorporación de donantes de alimentos a BAP. Esto juega en favor de la sostenibilidad de BAP como institución acopiada. Lo anterior también fundamentado por el caso de Argentina, el cual en un plazo de 10 años han formado 12 bancos de alimentos.

La estrategia de marketing y posicionamiento debe ir orientada a buscar socios más que donantes y hacer sentir a la sociedad peruana que BAP tiene una causa, que significa ser más que una institución de beneficencia. Debe usar principalmente las relaciones públicas y la generación de informes de trazabilidad que mantengan a la sociedad informada y demuestren el impacto positivo de sus acciones. Como se ha mencionado en Perú existe aproximadamente 2,3 millones de personas que viven en la pobreza, de este modo, la acción de BAP tiene mucho por aportar y desarrollar.

BIBLIOGRAFÍA

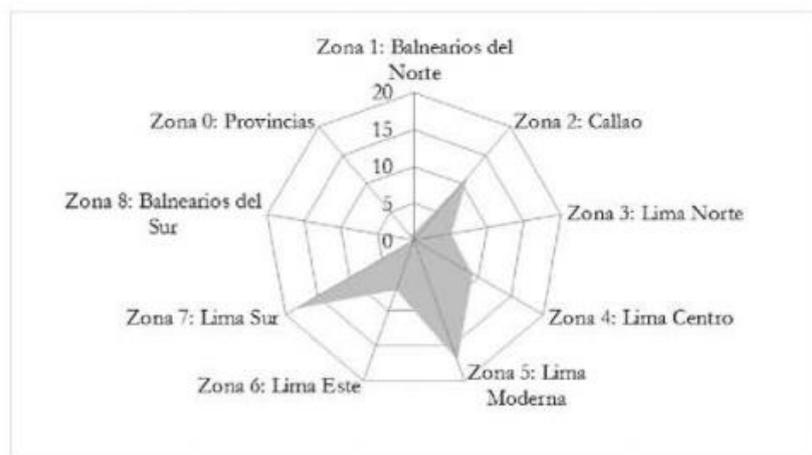
- Agencia Peruana de Cooperación Internacional [APCI]. (2017). Recuperado de <https://www.gob.pe/apci>
- Alva Matteucci, M. (2 de abril de 2012). ¿Qué implicancias tributarias generan los desmedros en el impuesto a la renta? [mensaje en un blog]. Recuperado de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2012/04/02/que-implicancias-tributarias-generan-los-desmedros-en-el-impuesto-a-la-renta/#:~:text=En%20materia%20tributaria%20los%20desmedros,algunos%20requisitos%20se%20B1alados%20en%20el>
- Angulo, W. (26 de mayo de 2016). Cuestionan ley que promueve donación de alimentos. *RPP Noticias*. Recuperado de <https://rpp.pe/economia/economia/cuestionan-ley-que-promueve-donacion-de-alimentos-noticia-964103>
- Asociación Española de Fundaciones [AEF]. (2016). *Régimen fiscal de los donativos, donaciones y aportaciones realizadas a favor de las fundaciones a las que sea de aplicación el régimen fiscal previsto en el Título II de la Ley 49/2002*. Recuperado de http://www.fundaciones.org/EPORTAL_DOCS/GENERAL/AEF/DOC-cw58de22a43d816/REgimenfiscaldelosdonativos.pdf
- Banco de Alimentos. (2017). *Quiénes somos*. Recuperado de <https://www.bancodealimentos.org.ar/nosotros/quienes-somos/>
- Banco de Alimentos Bogotá. (2017). *¿Qué hace el Banco de Alimentos?* Recuperado de <https://www.bancodealimentos.org.co/>
- Banco de Alimentos Perú. (2017). *¿Qué es un banco de alimentos?* Recuperado de <https://bancodealimentosperu.org/nosotros/>
- Cavallar Leiva, O. (2011). *Estudio de mercado y estrategia de marketing para red de alimentos* (Tesis para optar al Grado de magíster en Gestión para la Globalización). Universidad de Chile. Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas. Departamento de Ingeniería Industrial. Santiago de Chile, Chile. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/102707/Estudio-de-mercado-y-estrategia-de-marketing-para-red-de-alimentos.pdf?cv=1&isAllowed=y&sequence=3>
- Eserki, J. (s. f.). *¿Qué hacer con el desperdicio de comida en restaurantes?* [mensaje en un blog]. Recuperado de <http://restaurantelleno.com/desperdicio-de-comida-en-restaurantes.html>

- Federación Española de Bancos de Alimentos [FESBAL]. (2017). *Inicio*. Recuperado de <https://www.fesbal.org.es/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2016). *Producción Nacional. Octubre 2016* (Informe Técnico N° 12 – Diciembre 2016). Recuperado de https://www1.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-n12-produccion_oct2016.pdf
- Ley, N° 30498, Ley que promueve la donación de alimentos y facilita el transporte de donaciones en situaciones de desastres naturales. (8 de agosto de 2016). *Diario Oficial El Peruano*. Lima, Perú. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/ley-que-promueve-la-donacion-de-alimentos-y-facilita-el-tran-ley-n-30498-1412960-1>
- Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social [Midis]. (2017). Recuperado de <https://www.gob.pe/midis>
- Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social [Midis]. Evidencia Midis. (2017). *Ayni Lab Social*. Recuperado de <http://evidencia.midis.gob.pe/ayni-lab/>
- Pérdida de alimentos en Perú permitiría alimentar a casi dos millones de personas. (16 de julio de 2014). *Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/perdida-alimentos-peru-permitiria-alimentar-dos-millones-personas-65798-noticia/>
- Perú destruyó alimentos por S/ 150 millones en lo que va del 2016. (3 de marzo de 2016). *RPP Noticias*. Recuperado de <https://rpp.pe/economia/economia/peru-destruyo-alimentos-por-s-150-millones-en-lo-que-va-del-2016-noticia-943103#:~:text=A%20pesar%20que%20en%20el,gerente%20general%20del%20Banco%20de>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. (2014). *Pérdidas y desperdicios de alimentos en América Latina y el Caribe*. Recuperado de <http://www.fao.org/3/a-i3942s.pdf>
- Organizaciones de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. (2017). Recuperado de <http://www.fao.org/home/es/>

ANEXOS

Anexo 1. Cobertura del Banco de Alimentos Perú

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico la distribución de los alimentos del Banco de Alimentos Perú llegan principalmente a Lima Moderna, Lima Sur, Callao, Lima centro y en menor cantidad en Lima Este y Lima Norte, quedando desatendidos Balnearios del Sur, Balnearios del Norte y provincias.



Zona	Distritos
Balnearios del Norte	Ancón, Santa Rosa
Callao	Bellavista, Callao, Carmen de la Legua, La Perla, La Punta, Ventanilla
Lima Norte	Carabayllo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres
Lima Centro	Breña, Cercado, Rímac, La Victoria, San Luis
Lima Moderna	Barranco, Jesús María, La Molina, Lince, Magdalena, Miraflores, Pueblo Libre, San Borja, San Isidro, San Miguel, Surco, Surquillo
Lima Este	Ate, Chaclacayo, Cieneguilla, El Agustino, Lurigancho-Chosica, San Juan de Lurigancho, Santa Anita
Lima Sur	Chorrillos, Lurín, Pachacamac, San Juan de Miraflores, Villa El Salvador, Villa María del Triunfo
Balnearios del Sur	Punta Hermosa, Punta Negra, San Bartolo, Santa María, Pucusana
0.Provincias	

Fuente: información del reporte histórico de ingresos de alimentos donados por empresas (2014 – 2016) del Banco de Alimentos del Perú (2016)

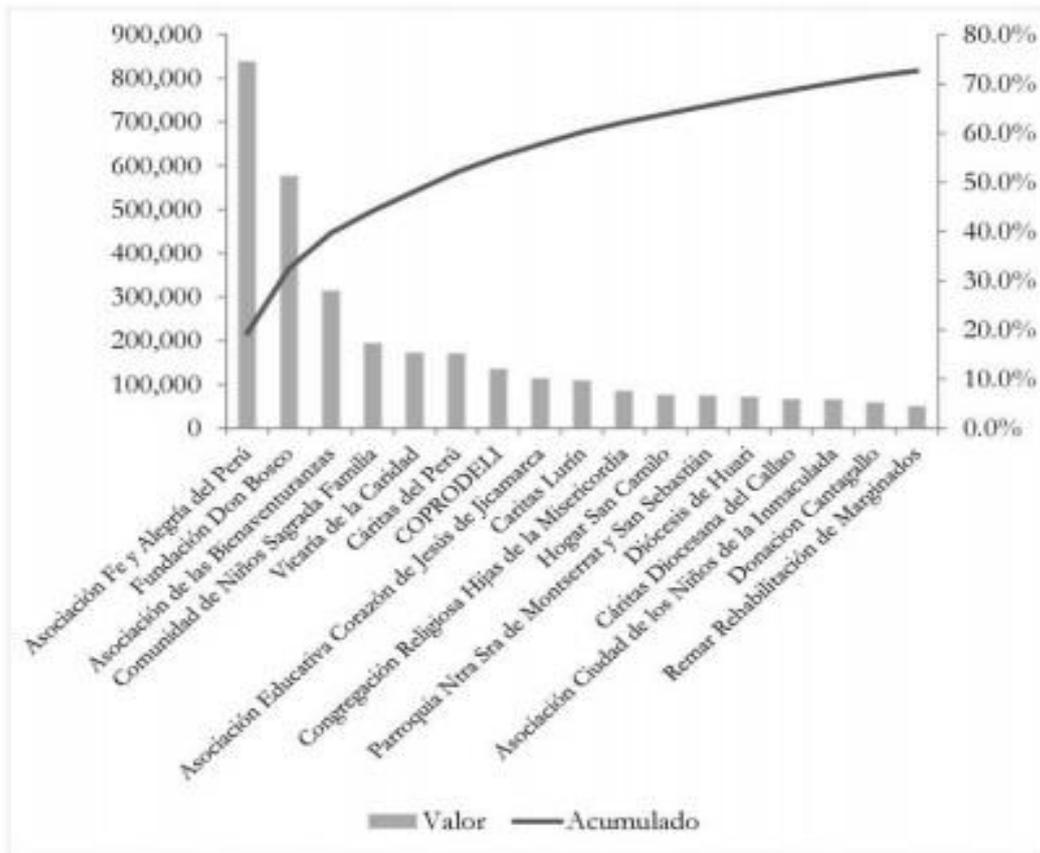
Anexo 2. Principales Empresas donadoras de alimentos y productos de limpieza o aseo del Banco de Alimentos Perú



Nota: A febrero de 2017, Banco de Alimentos Perú contó con el apoyo de 43 empresas donantes. Las 4 principales, que aportan el 63% de las donaciones, son: Gloria 21%, Masterfoods Perú 20%, Alicorp S.A.A. 14%, Backus y Johnston 7%.

Anexo 3. Organizaciones de ayuda social que han recibido donaciones del Banco de Alimentos Perú

Banco de Alimentos Perú cuenta con aproximadamente 150 instituciones beneficiarias de las cuales el 11% recibe el 72.7% del valor donado: 133 instituciones reciben 27.3% de las donaciones lo que equivale a menos del 1 % por cada institución. Esto se debe a que dichas instituciones tienen mayor cobertura que el resto de organismos y también, a que ellas recogen directamente de las empresas donantes, los alimentos que BAP les asigna.



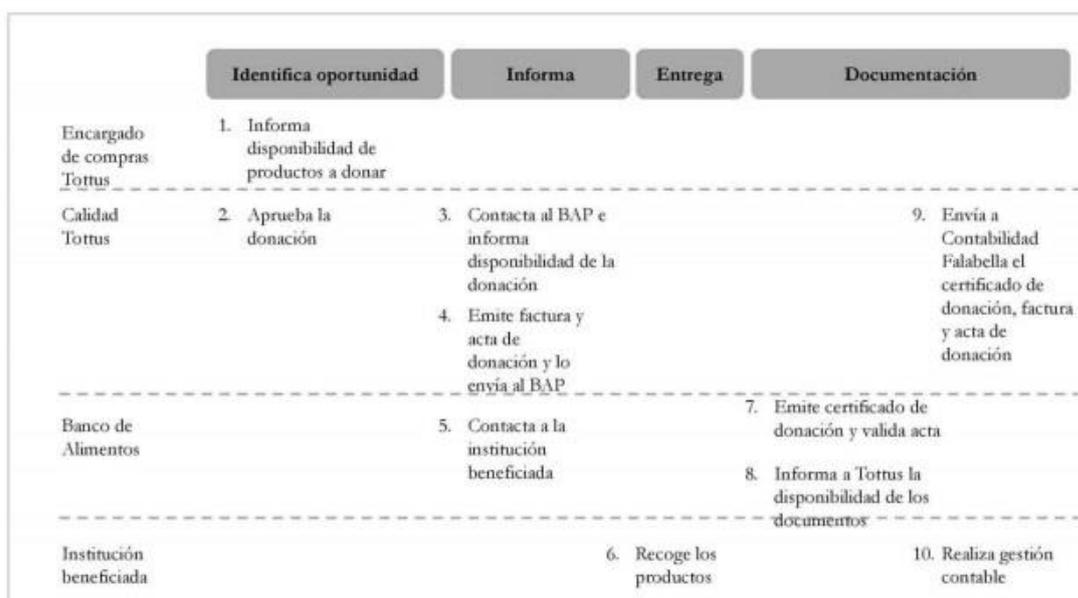
Fuente: Banco de Alimentos del Perú (2016)

Anexo 4. Entrevistas realizadas a empresas donadoras del Banco de Alimentos Perú

Entrevista 1: (Empresa del rubro retail)

Fuente: elaboración propia

Tema	Respuesta
Inicio del proceso de asociación	La gerente del BAP se contactó con el equipo de Calidad de la empresa y se realizó la presentación del BAP
Proceso de asociación	El equipo de Calidad de la empresa presentó el proyecto al Gerente General quien decidió aprobarlo, el proceso duró 5 meses aproximadamente
Productos que donan	Se donan principalmente productos de campo (frutas y verduras: papa, cebolla, plátano, tomate)
Incrementar donaciones	Hoy las donaciones se dan desde el centro de distribución, hay un proyecto para ampliarlo a donaciones desde las tiendas, se donarán otros productos también
Proceso de la donación	Identificación de productos disponibles, aprobación de la donación, contacto al BAP, contacto a recojo, registro contable
Incentivos para la donación	Eficiencia en costos: manejo de residuo sólido, espacio en almacén, deducción fiscal, etc.
Oportunidades de mejora	<ul style="list-style-type: none"> Informe quincenal de los productos recibidos, para poder realizar cruce de información Mayor agilidad en la entrega de los certificados de donación, acta y factura



Proceso de realización de donaciones de la empresa *retail*

Fuente: elaboración propia

Entrevista 2: (Empresa del rubro alimentos 1)

Tema	Respuesta
Inicio del proceso de asociación	Nosotros contactamos a la entidad a través de su web, ya que teníamos conocimiento de las labores que realizaban con los productos alimenticios en buen estado a favor de entidades y poblaciones con necesidades básicas no cubiertas. A partir de ello entablamos contacto con la Sra. Celinda Asencios encargadas del área de donaciones.
Proceso de asociación	Internamente evaluamos que la entidad cumplía con los requisitos de la empresa de atender entidades y poblaciones con necesidades de alimentos y que tenía la capacidad e infraestructura adecuada para recibir nuestros productos tanto de abarrotes como los refrigerados. Además contaba con todas las certificaciones de una Entidad Receptora de Donaciones con documentos vigentes consistentes del Ministerio de Economía y Finanzas . Por parte del Banco de Alimentos nos solicitaron datos de la empresa y los productos que estaríamos donando frecuentemente para que ellos puedan proyectar su distribución.
Factores de decisión que los motivó a apoyar a BAP	Banco de Alimentos es una organización que tiene un gran alcance en casi todos los distritos de Lima, e incluso cuentan con beneficiarios a nivel nacional. El número de beneficiarios que tienen es lo que nos permite brindar constantemente donaciones, ya que esto nos asegura que los productos serán repartidos en su totalidad y no se perderán. Otro aspecto positivo es que tienen mapeados y registrados a cada uno de los beneficiarios, ya sean personas naturales, colegios o pequeñas organizaciones como comedores o asociaciones asegurándonos que los productos no retomen al mercado comercial.
Productos y frecuencia de la donación	Desde finales del año pasado nos encontramos realizando donaciones al Banco de Alimentos, empezamos realizando donaciones de manera quincenal con productos que se encontraban con fechas cercanas a su vencimiento. Actualmente, la frecuencia ha aumentado y las donaciones las realizamos semanalmente, ya sea en Lima o en provincias. En su mayoría, los productos suelen ser yogur, quesos y cereales.
Incrementar donaciones	Ampliar su gestión a otras ciudades importantes del país a fin de poder apoyar las acciones de nuestra empresa que tiene ventas de sus productos con oficinas y almacenes en las principales ciudades de provincias.

Tema	Respuesta
Proceso de la donación	Teniendo conocimiento de los productos que pasan al Área de Donaciones hacemos las coordinaciones respectivas para Lima o provincias, enviéndoles un cuadro con los productos y sus vencimientos, confirmada la aceptación, se procede a realizar los trámites internos para que en el transcurso de las próximas 24 horas se les entregue en sus almacenes.
Incentivos para la donación	Eficiencia en costos; manejo de residuo sólido, espacio en almacén, deducción fiscal, etc.
Oportunidades de mejora	Quizá sería conveniente que en Lima descentralicen sus almacenes para aligerar los recorridos que los beneficiarios deban realizar a su sede San Juan de Miraflores.

Fuente: elaboración propia

Entrevista 3: (Empresa del rubro alimentos 2)

Tema	Respuesta
Inicio del proceso de asociación	Se generó una reunión con la presidenta del Banco de Alimento. Existe una cercanía con ella pues fue gerente de Desarrollo Sostenible en Alicorp.
Proceso de asociación	Una vez realizada la propuesta por el banco de alimentos, pasó un proceso de evaluación, primero se confrontó con nuestras 22 prácticas de sostenibilidad (http://www.alicorp.com.pe/alicorp/responsabilidad-social/nuestro-modelo-de-desarrollo.html) y calzó con nuestra directriz de Salud y Nutrición, luego se conversó en foros internos de sostenibilidad donde la propuesta se aprobó por unanimidad, por último se conversó con la áreas que tendrían relación con el desarrollo de dicha propuesta y se dió la aprobación final.
Factores de decisión que los motivó a apoyar a BAP	Alicorp desde su modelo de gestión y su enfoque de desarrollo, se encuentra comprometido con el apoyo a la salud y nutrición en nuestro país; bajo esta premisa, el Banco de Alimentos es un aliado importante para llegar a las personas que más lo necesitan; además es una institución que nos da la seguridad de que cada producto donado será entregado a personas de bajos recursos o en situación de vulnerabilidad.
Productos y frecuencia de la donación	Donamos tanto alimentos (fideos, galletas, enlatados, cereales, aceites, etc.) como productos de limpieza (detergentes y jabones). Se realizan de manera trimestral.
Incrementar donaciones	Canalizamos una parte importante de nuestras donaciones a

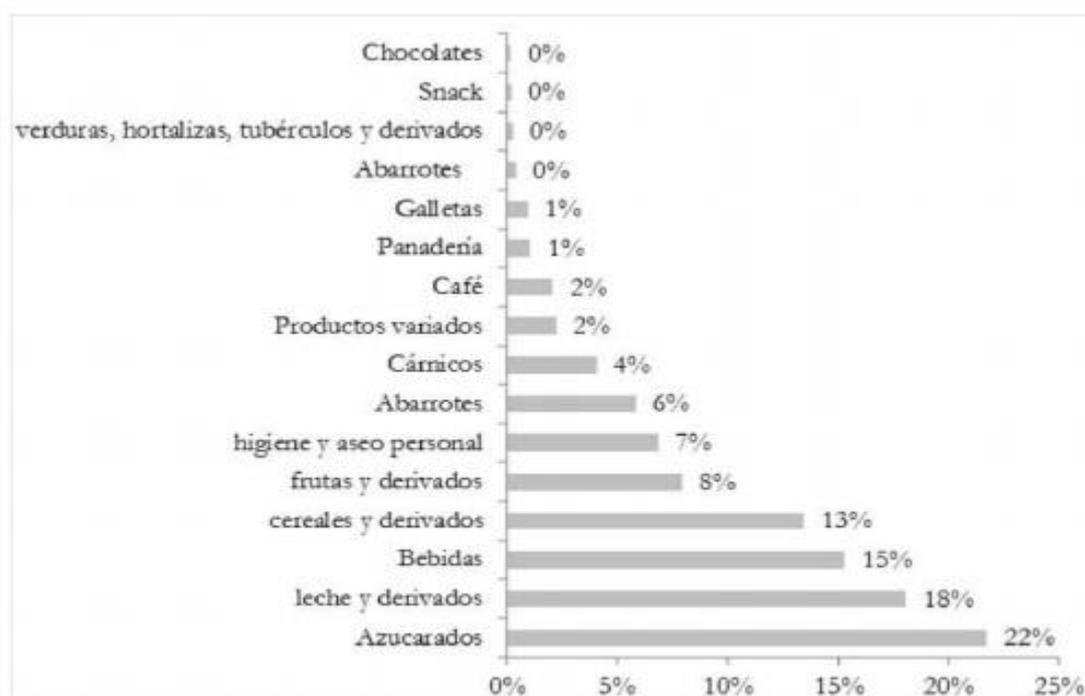
Tema	Respuesta
	través de ellos, son aliados muy importantes para nosotros y tratamos de contribuir al máximo.
Proceso de la donación	<p>Son dos tipos de donaciones:</p> <p>Regulares, se realizan de manera trimestral y ya está pre establecido.</p> <p>Especiales, son las donaciones que no están planificadas (ejemplo, los desastres por el niño costero); sigue el mismo proceso que cualquier pedido de donación no planificado.</p>  <pre> graph LR A[Recepción de documentos] --> B[Evaluación] B --> C[Respuesta y coordinación] C --> D[Entrega de donación] </pre>

Fuente: elaboración propia

Anexo 5. Productos alimenticios que recibe como donaciones el Banco de Alimentos Perú

El 80% de los productos donados al banco de alimentos corresponde a las siguientes categorías de alimentos: Azucarados 22%, Leche y derivados 18%, Bebidas 15%, Cereales y derivados 13%, frutas y derivados 8%. Estas categorías no cubren todos los tipos de productos que una porción diaria de alimentos debe contener para asegurar el nivel nutritivo óptimo.

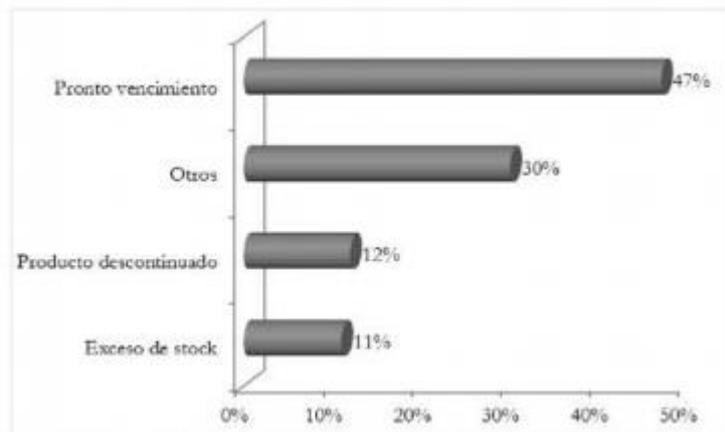
Categoría de Productos Donados al Banco de Alimentos



Nota: Información del reporte histórico de ingresos de alimentos donados por empresas (2014 – 2016)

Por otro lado, el estado de los productos que recibe en donación el banco de alimentos, el 44%. corresponde a productos de pronto vencimiento.

Categoría de Productos Donados al Banco de Alimentos



Nota: Información del reporte histórico de ingresos de alimentos donados por empresas (2014 – 2016)

Fuente: elaboración propia



Anexo 6. Programa de socios auspiciadores del Banco de Alimentos Perú

Socios auspiciadores BAP

Socio Visionario

S/. 55,000

Publicidad

- Presencia de logo en web BAP
- Bottom de página principal
- Tamaño prominente en página de auspiciadores con redireccionamiento a su web.
- Mención mensual en redes sociales BAP.
- Permiso para usar el logo BAP y el logo de socio visionario en sus comunicaciones.

Eventos

- Presencia de logo tamaño grande en todos los eventos especiales y medalleros BAP, mencionando su status de socio visionario
- Trofeo anual de reconocimiento BAP en cena de gala anual
- Oportunidad de contar su experiencia como socio visionario en cena de gala BAP
- Oportunidad de ofrecer merchandising con su marca en eventos BAP

Comunidad

- Logo de la marca en polos BAP (impañada)
- Prioridad en el servicio BAP de voluntariado corporativo.

Socio Champion

S/. 45,000

Publicidad

- Presencia de logo en web BAP
- Bottom de página principal
- Tamaño mediano en página de auspiciadores
- Mención bimensual en redes sociales BAP
- Permiso para usar el logo de socio champion BAP en sus comunicaciones.

Eventos

- Presencia de logo tamaño mediano en eventos especiales y medalleros BAP, mencionando su status de socio champion
- Trofeo anual de reconocimiento BAP en cena de gala anual
- Oportunidad de ofrecer merchandising con su marca en algunos eventos BAP

Comunidad

- Logo de la marca en polos BAP (impañada)

Socio Partner

S/. 25,000

Publicidad

- Mención nombre en página de auspiciadores en web BAP
- Mención semestral en redes sociales BAP.

Eventos

- Trofeo anual de reconocimiento BAP en cena de gala anual

Socio Líder

S/. 35,000

Publicidad

- Presencia del logo en web BAP
- Bottom de página principal
- Tamaño pequeño en página de auspiciadores
- Mención trimestral en redes sociales BAP
- Permiso para usar el logo de socio líder BAP en sus comunicaciones.

Eventos

- Presencia de logo tamaño pequeño en eventos especiales y medalleros BAP, mencionando su status de socio líder
- Trofeo anual de reconocimiento BAP en cena de gala anual

Socio Amigo

S/. 15,000

Publicidad

- Mención nombre en página de auspiciadores en web BAP
- Mención anual en redes sociales BAP.

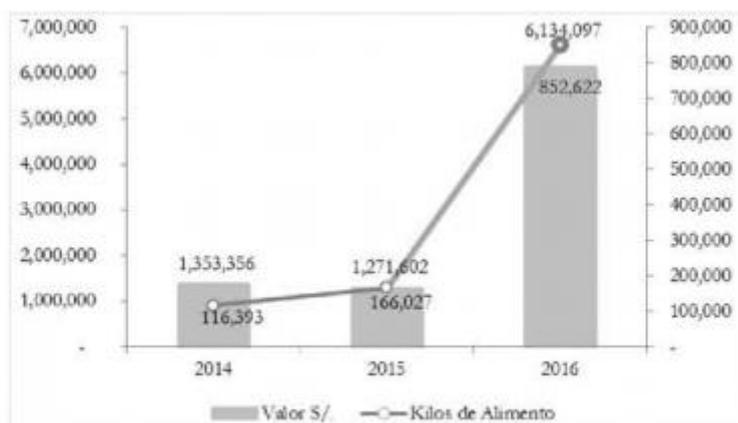
Fuente: elaboración propia



Anexo 7. Donaciones recibidas por el Banco de Alimentos Perú

Las donaciones del Banco de Alimentos Perú en 2016 sumaron un total de S/. 6.134,097.00, 4.5 veces más que en 2015; Mientras que el número de kilos donados ascendió a 852,622, 5.14 veces más que en 2015.

Recepción de Alimentos por Año (S/. y Kilos)

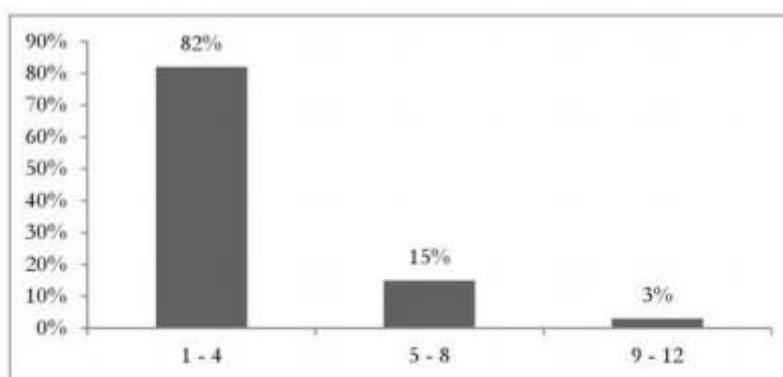


Nota: Reporte histórico de Ingresos de Donaciones de Alimentos del Banco de Alimentos Perú (2014 – 2016)

Fuente: elaboración propia

Las donaciones de alimentos están incrementando debido a que más empresas se están sumando a apoyar a BAP. Sin embargo, las empresas donantes actuales con las que cuenta BAP no donan constantemente.

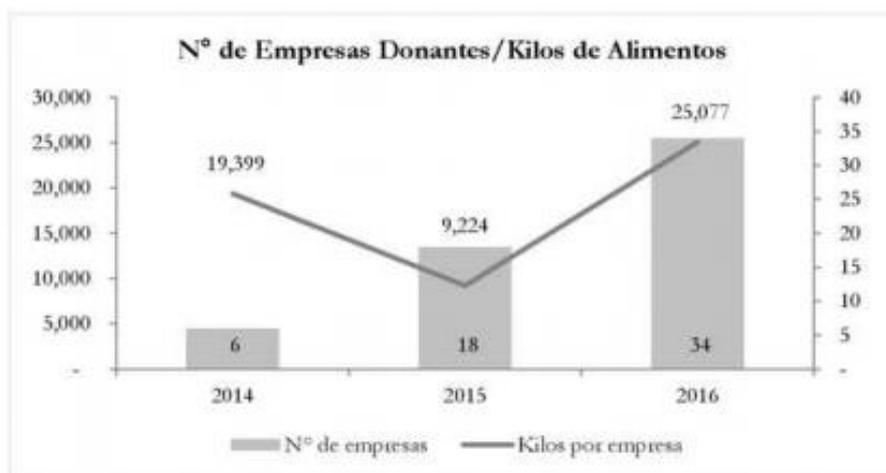
% Empresas por rango de frecuencia de donaciones de alimentos en un año



Nota: Donde 1 – 4 es el rango de veces que una empresa ha donado en un año a BAP, 5 – 8 es el rango de veces que una empresa ha donado en un año a BAP, 9 – 12 es el rango de veces que una empresa ha donado en un año a BAP.

BAP contó con 34 empresas donantes, 1.89 veces más que en 2015; Mientras que el número de kilos de alimentos por empresa ascendió a 25,077,2.71 veces más que en 2015.

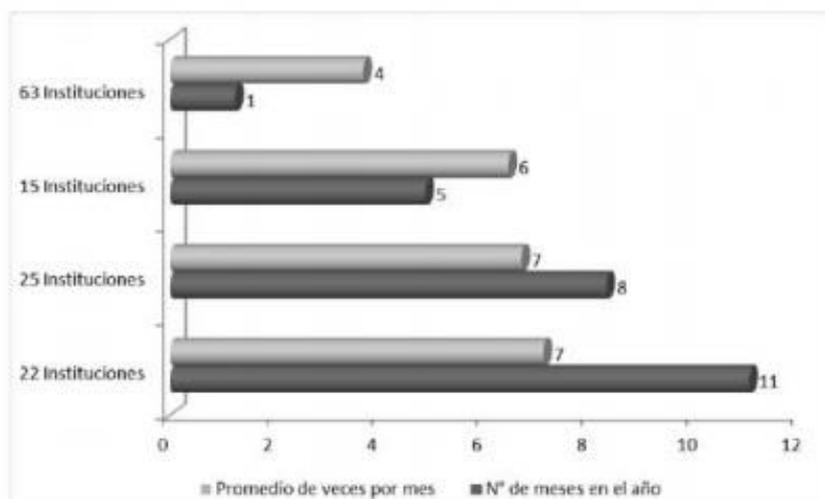
Cantidad de Empresas Donantes por kilos de Alimentos donados



Nota: Información del reporte histórico de ingresos de alimentos donados por empresas (2014 – 2016)



Anexo 8. Cantidad de donaciones entregadas por BAP a organizaciones receptoras % de Entrega de Alimentos por tipo de medio de transporte



Nota: Información del reporte histórico de egresos de alimentos donados por empresas (2016)

Fuente: elaboración propia

El tipo de organización que representa la mayoría de instituciones inscritas al Banco de Alimentos son los centros residenciales, correspondiente a hogares y albergues que brindan servicio integral.

Tipo de Organización	Detalle
Centros Residenciales (CR)	Hogares, Albergues, que dan también servicio integral
Servicio Alimentario (SA)	Comedor, otros, lo más importante del servicio es la alimentación
Servicio educativo (SE)	Escuelas, centros de formación/capacitación
Servicio Integral (SI)	Centros de día que dan alimentación pero también apoyo escolar, formación técnica, etc...
Servicio Especializado (SE)	Centros de día que atienden a personas con discapacidad, adultos mayores dependientes, adictos, enfermos mentales
Otros	Grupos deportivos, grupos religiosos, etc...
Varios	Instituciones que tienen a su interior varios servicios: albergue, comedor, colegio, otro, etc...

Fuente: elaboración propia

Fuente: elaboración propia

La mayor cantidad de beneficiarios del Banco de Alimentos Perú se encuentran principalmente en los Centros Residenciales.



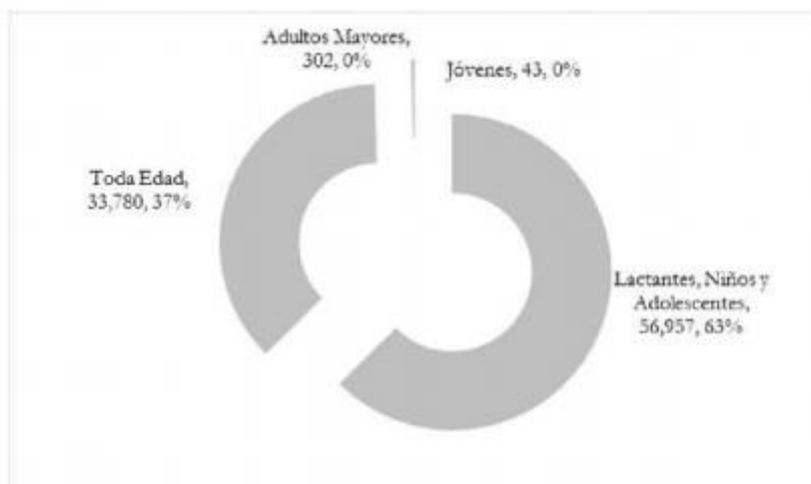
Fuente: elaboración propia



Anexo 9. Personas beneficiadas por las donaciones del Banco de Alimentos Perú

El rango de edad predominante de los beneficiarios de BA P son los niños y adolescentes, los adultos mayores representan menos del 1 % de la población beneficiada.

Beneficiarios por rango de edad



Nota: Información del reporte histórico de egresos de alimentos entregados a empresas receptoras de donaciones (2014 – 2016)

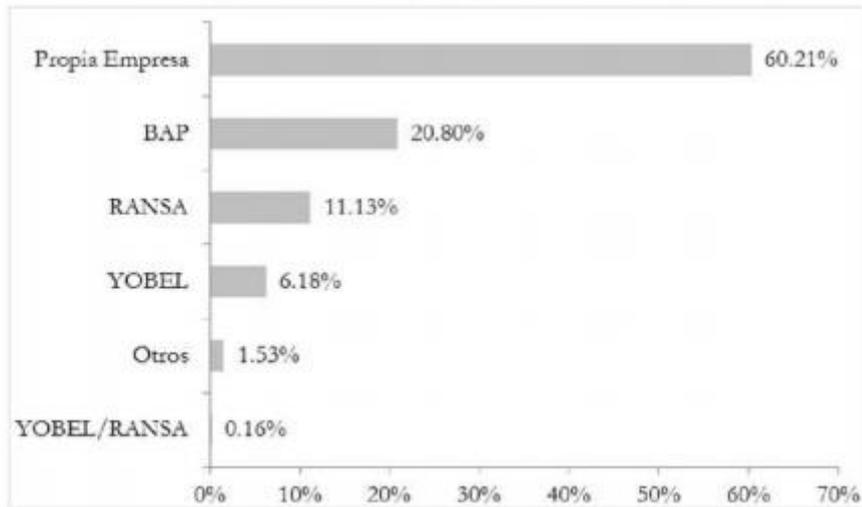
Fuente: elaboración propia



Anexo 10. Medios de entrega de donaciones a las organizaciones receptoras

El 57.51 % de las donaciones fueron recogidas en movilidad propia de la institución beneficiaria, el 20.8% las entregó directamente el Banco de Alimentos, Ransa trasladó el 11.13% de las donaciones.

% de Entrega de Alimentos por tipo de medio de transporte



Nota: Información del reporte histórico de ingresos de alimentos donados por empresas (2014 – 2016)

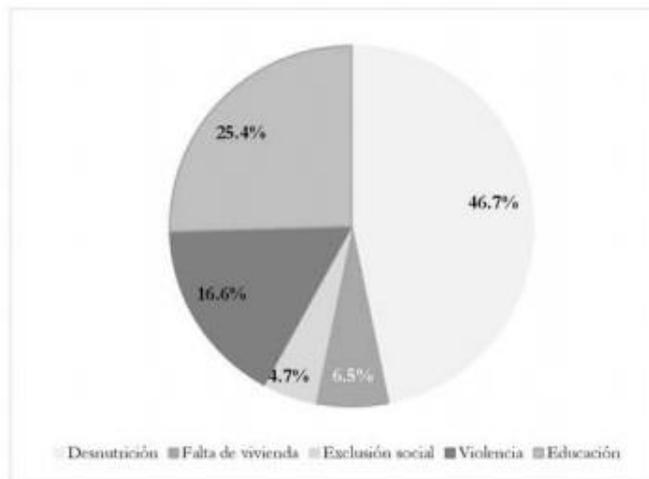
Fuente: elaboración propia



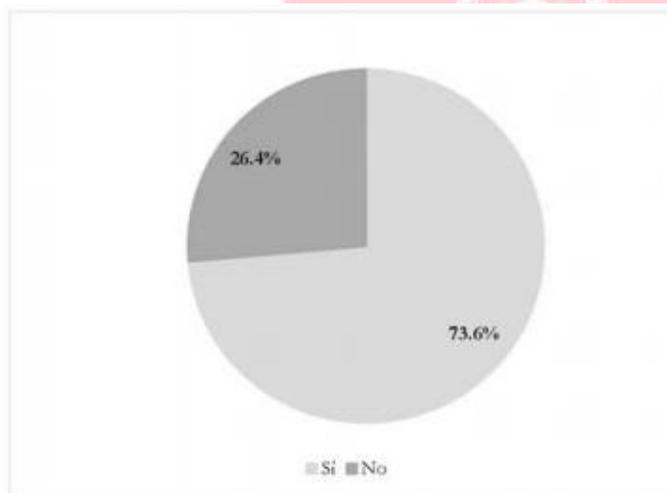
Anexo 11. Resultados de encuesta realizada a personas naturales

La encuesta fue realizada en junio de 2017 a 180 personas, de edades entre 22 y 47 años

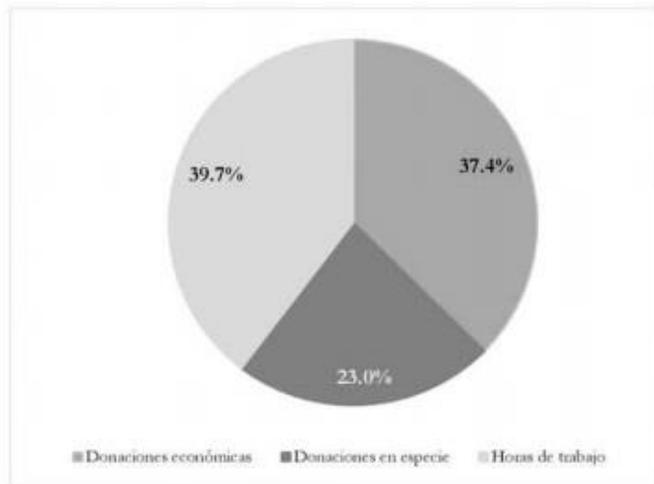
Pregunta 1: ¿A qué aspectos sociales le das más importancia?



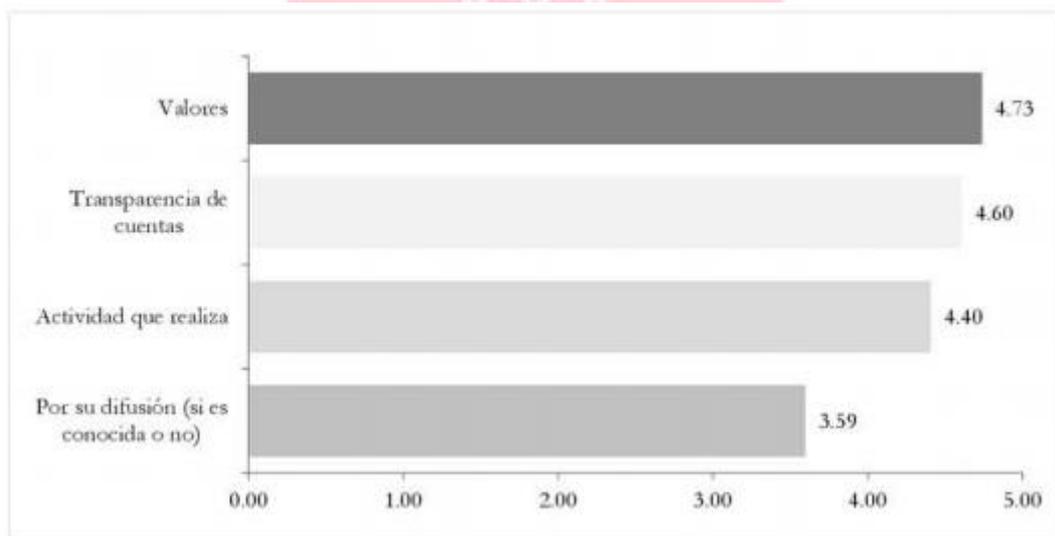
Pregunta 2: ¿Has participado - colaborado alguna vez con alguna entidad social?



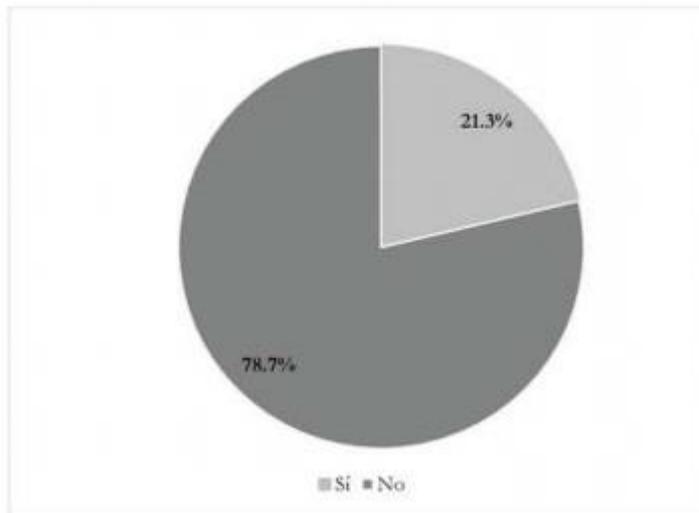
Pregunta 3: ¿De qué formas prefieres o preferirías donar?



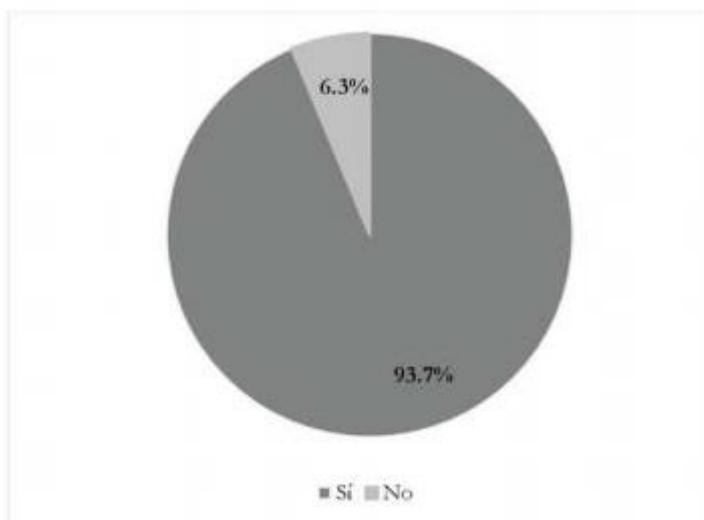
Pregunta 4: A la hora de colaborar con una entidad social o sin ánimos de lucro, que importancia le das a los siguientes aspectos:



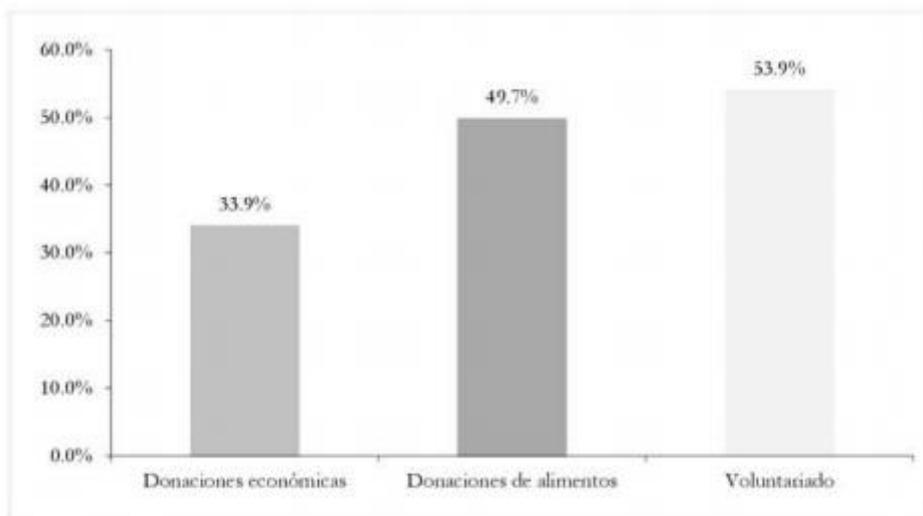
Pregunta 5: ¿Conoces la existencia del Banco de Alimentos Perú?



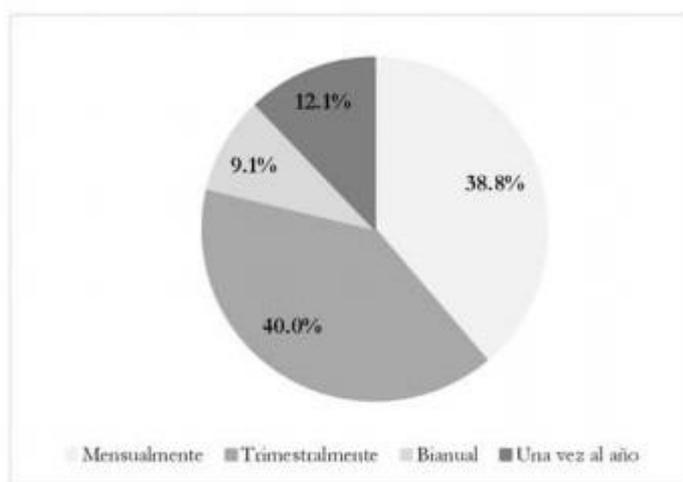
Pregunta 6: ¿Estarías dispuesto a colaborar con el Banco de Alimentos Perú, organización sin fines de lucro cuyo objetivo es recuperar alimentos que van a ser eliminados por empresas productoras o comercializadoras, para facilitarse los a la población que más lo necesita?



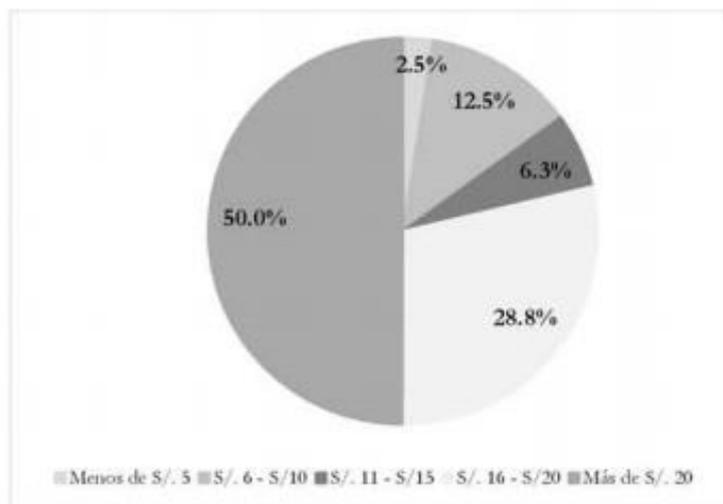
Pregunta 7: Si respondiste que Si a la pregunta anterior, ¿de qué forma? Puedes marcar varias opciones



Pregunta 8: ¿Con que frecuencia?



Pregunta 9: Si respondiste "Donaciones económicas", ¿Cuánto estarías dispuesto a donar?



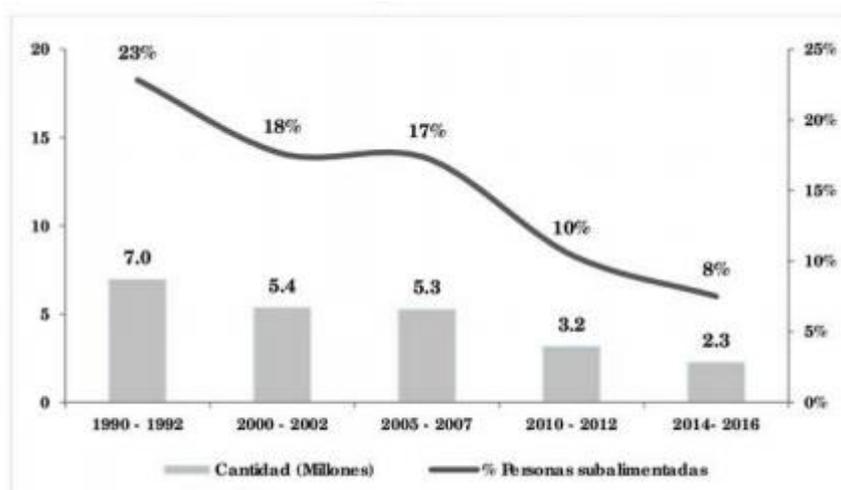
Fuente: elaboración propia



Anexo 12. Situación de la inseguridad alimentaria en el Perú

Aun cuando los índices de desnutrición e inseguridad alimentaria han ido disminuyendo en el tiempo, en nuestro país existe aún un significativo nivel de pobreza e indigencia. En el periodo de 2014 a 2016, más de 5 millones de personas padecieron de inseguridad alimentaria, siendo 2.3 millones de personas los casos más extremos. Estos índices se vieron sustancialmente empeorados por el fenómeno del Niño que este año azotó a gran parte de nuestro país, generando 800 mil damnificados y cientos de puestos de trabajo perdidos.

% Población con inseguridad alimentaria en el Perú



Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura (FAO) – 2016
Elaboración propia

Si analizamos el nivel de inseguridad alimentaria en el Perú a nivel de provincias se observa que este no es homogéneo, únicamente Lima posee un nivel bajo.

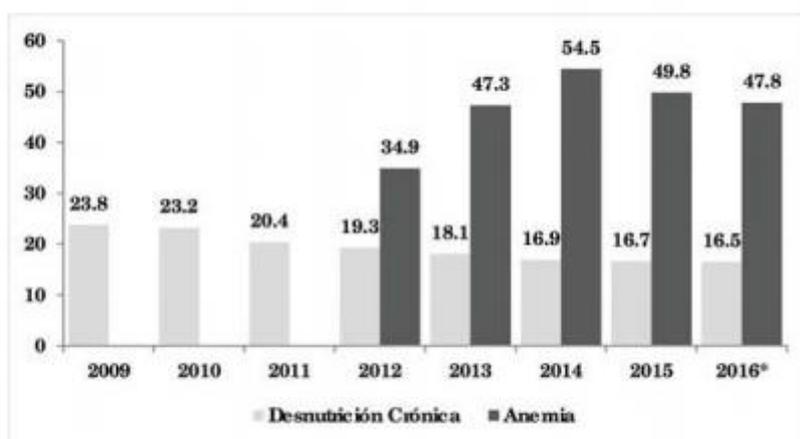
Mapa de Vulnerabilidad de inseguridad alimentaria en el Perú



Nota: Porcentaje de inseguridad alimentaria (DGPDS - DIDS - DMEIS - MIMDES (2014))
Fuente: elaboración propia

El efecto de la inseguridad alimentaria en la población es la desnutrición crónica y la anemia. En los últimos tres años la desnutrición crónica infantil, disminuyó 1,4 puntos porcentuales a nivel nacional, al pasar de 18,1% en el 2013 a 16,7% en el 2015. En el caso de la anemia, ha tenido un comportamiento fluctuante; Sin embargo, en los últimos 3 años, ha disminuido en 6.7%

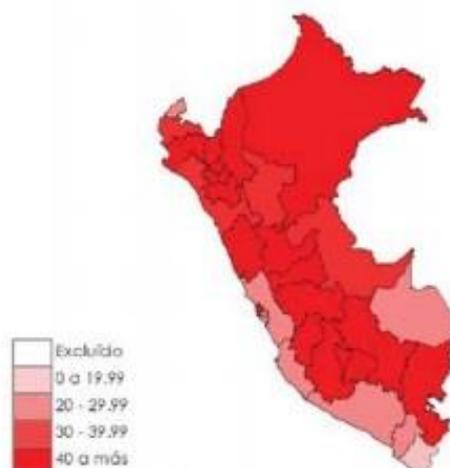
% Niños < 5 años con Desnutrición Crónica y Anemia



Nota: Informe Anual sobre la situación alimentaria del Perú. Fuente: INS/CENAN-DEVAN-SIEN

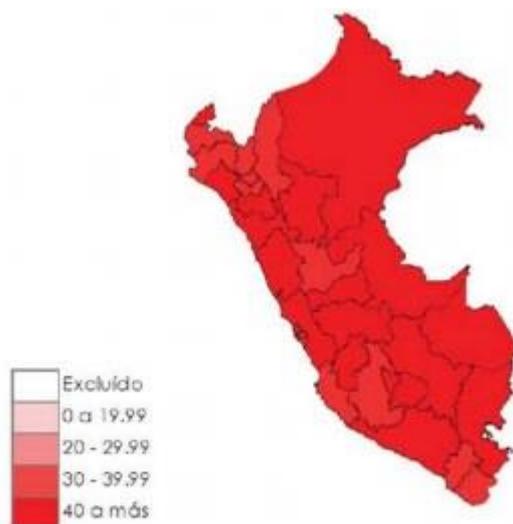
El 56% de la población (17 departamentos) tienen el porcentaje de desnutrición crónica mayor al 20%. En el caso de la anemia, es aún más grave, el 60% de niños menores a 5 años padecen de anemia.

Desnutrición Crónica (en niños < 5 años) en las provincias del Perú



Nota: Informe Anual sobre la situación alimentaria del Perú. Fuente: INS/CENAN-DEVAN-SIEN

Porcentaje de Anemia (en niños < 5 años) en las provincias Perú



Nota: Informe Anual sobre la situación alimentaria del Perú. Fuente: INS/CENAN-DEVAN-SIEN



Anexo 13. Tratamiento tributario de la Ley N° 30498 (2016)

A. Donación de Alimentos en buen estado que hubieran perdido valor comercial y se encuentren aptos para el consumo humano

La Ley N° 30498 establece el marco normativo que facilita y promueve la donación de alimentos en buen estado que hubieran perdido o valor comercial para las empresas y se encuentren aptos para el consumo humano. A partir del 2019 (tercer año de la entrada en vigencia de la ley) los almacenes de alimentos y supermercados donarán la totalidad de los alimentos que tengan la condición señalada, quedando prohibida la destrucción de los mismos con la finalidad de contribuir a satisfacer las necesidades alimentarias de la población a económicamente más vulnerable. En ese sentido, dicha norma legal introdujo disposiciones en el artículo 37° del TUO de la Ley del impuesto a la Renta las mismas que entraron en vigencia el 01 de enero de 2017.

B. Conceptos deducibles

Son deducibles de la renta bruta los gastos por concepto de donaciones de alimentos en buen estado que hubieran perdido valor comercial y se encuentren aptos el consumo humano que se realicen a las entidades perceptores de donaciones, así como los gastos necesarios que se encuentren vinculados con dichas donaciones.

C. Dedución para el impuesto a la renta

- Donaciones deducibles son deducibles los gastos por concepto de donaciones otorgadas en favor de entidades sin fines de lucro; siempre que cuenten con la calificación previa por parte de la SUNAT.
- Limite de la deducción, La deducción no podrá exceder del diez por ciento (10%) de la renta neta de tercera categoría.

La deducción para DONACION DE ALIMENTOS, no podrá exceder del **10% de la renta neta** de tercera categoría.

Tratándose de contribuyentes que tengan pérdidas en el ejercicio, la deducción no podrá exceder del **3% de los ingresos netos** devengados en el ejercicio.

- Ejercicio en que se deduce la donación, se establece que en la donación de bienes podrá ser deducida como gasto en el ejercicio en que se produzca cualquiera de los siguientes hechos:

Dinero en efectivo	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando se entregue el monto al donatario.
Bienes muebles registrables (por ejemplo, vehículos)	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando la donación conste en un documento de fecha cierta en el que se identifique al bien donado, su valor y el de las cargas a cargo del donatario, de ser el caso.
Títulos valores (cheques, letras de cambio y otros documentos similares)	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando éstos sean cobrados.
Tratándose de otros bienes muebles	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando la donación conste en un documento de fecha cierta en el que se especifiquen sus características, valor y estado de conservación. Adicionalmente, en el documento se dejará constancia de la fecha de vencimiento que figure en el rotulado inscrito o adherido al envase o empaque de los productos perecibles, de ser el caso

Fuente: Ley N° 30498 (2016)

- Acreditación de la donación la realización de la donación se acreditará:

Donación realizada a entidades y dependencias del Sector Público Nacional, excepto empresas	<ul style="list-style-type: none"> • Acta de entrega y recepción del bien donado y • Copia autenticada de la resolución correspondiente que acredite que la donación ha sido aceptada.
Donación realizada a organizaciones u organismos internacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Declaración emitida por las organizaciones u organismos internacionales.
Donación realizada a entidades receptoras de donaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Comprobante de recepción de donaciones.

- Calificación del donatario (ADRA Perú), deberán estar calificados como entidades receptoras de donaciones:

Entidades y dependencias del Sector Público Nacional	<ul style="list-style-type: none"> • No requieren inscribirse en el "Registro de entidades receptoras de donaciones" a cargo de la SUNAT.
Organizaciones u organismos internacionales acreditados ante el Estado Peruano	<ul style="list-style-type: none"> • No requieren inscribirse en el "Registro de entidades receptoras de donaciones" a cargo de la SUNAT.
Las demás entidades beneficiarias	<ul style="list-style-type: none"> • Deberán estar calificadas como receptoras de donaciones por la SUNAT (*)

Para estos efectos, las entidades deberán encontrarse inscritas en el Registro Único de Contribuyentes, Registro de entidades inafectas del Impuesto a la Renta o en el Registro de entidades exoneradas del impuesto a la renta y cumplir con los demás requisitos que se establezcan mediante Resolución de Superintendencia. La calificación otorgada tendrá una validez de tres (3) años, pudiendo ser renovada por igual plazo.

- Requisitos para la calificación como entidad perceptora de donaciones de las entidades sin fines de lucro deberán presentar:
 - Copia del comprobante de información registrada de la SUNAT conteniendo el Registro Único de Contribuyentes
 - Copia de la resolución de la SUNAT que declara procedente la inscripción o la actualización de inscripción en el registro de entidades exoneradas del Impuesto a la Renta o en el registro de entidades inafectas del Impuesto a la Renta.
 - Copia del testimonio de escritura pública de constitución o del instrumento de constitución y de las aclaraciones o modificaciones que se hubieren efectuado
 - Copia literal de la partida o ficha de inscripción en el Registro de Personas Jurídicas de los Registros Públicos, expedida con una antigüedad no mayor a tres (3) meses a la fecha de presentación de la solicitud.
 - Documento con carácter de declaración jurada suscrito por el representante legal de la entidad sin fines de lucro, en el cual declare que no se distribuye directa o indirectamente las rentas generadas por la entidad, las mismas que deben ser destinadas a sus fines específicos.
 - Copia de los estados financieros del mes anterior a la fecha de presentación de la solicitud. En el caso de entidades que inicien actividades deberán presentar el balance inicial a la fecha de presentación de la solicitud.
- Comprobante de las donaciones, los donatarios deberán extender un comprobante de haber recibido la donación, indicando el nombre o razón social del donante, número de Registro Único de Contribuyente.

D. Con respecto al IGV

La transferencia de bienes a título gratuito a favor de las entidades sin fines de lucro no se encuentra gravada con el IGV.

Fuente: Ley N° 30498 (2016)

Anexo 14. Efecto de destruir o donar alimentos en el Estado de Ganancias y Pérdidas

Escenario 1: Empresa A cuyo monto de productos no comerciables equivale a S/. 25,000 y este, es menor al 10 % de Renta Neta imponible (S/. 29,000)

	Empresa que no destruye ni dona	Empresa que destruye	Empresa que Dona
Ventas	S/. 1,000,000	S/. 1,000,000	S/. 1,000,000
Costo de Ventas	S/. -400,000	S/. -400,000	S/. -400,000
Ganancia bruta	S/. 600,000	S/. 600,000	S/. 600,000
Gastos de ventas	S/. -150,000	S/. -150,000	S/. -150,000
Productos dados de baja	S/. -25,000	S/. -25,000	
Donaciones			S/. -25,000
Gastos de administración	S/. -200,000	S/. -200,000	S/. -200,000
Ganancia (Pérdida de operación)	S/. 225,000	S/. 225,000	S/. 225,000
Ingresos financieros	S/. 15,000	S/. 15,000	S/. 15,000
Diferencia de cambio	S/. 25,000	S/. 25,000	S/. 25,000
Utilidad (Pérdida) antes de impuesto	S/. 265,000	S/. 265,000	S/. 265,000
Más gastos no deducibles tributariamente	S/. 25,000		
Donaciones			S/. 25,000
Renta Neta	S/. 290,000	S/. 265,000	S/. 290,000
Deducción por donación			S/. -25,000
Renta Neta (después de deducción de donación)	S/. 290,000	S/. 265,000	S/. 265,000
Renta Neta imponible (29.5%)	S/. -85,550	S/. -78,175	S/. -78,175
Utilidad Neta	S/. 204,450	S/. 186,825	S/. 186,825

Fuente: elaboración propia

En este ejemplo, la deducción por donación le otorga a la empresa A una reducción del S/. 7,375 en el pago del impuesto a la renta que es equivalente a lo que se obtendría si se diera de baja a esa mercadería. Sin embargo, en el siguiente ejemplo, si la empresa A quisiera donar un monto de S/. 50,000, la deducción por donación estaría limitada a S/. 24,000 (tope del 10% de la renta neta imponible), en ese caso, sería más atractivo para la empresa A, eliminar la mercadería que donarla, dado que pagaría S/.6,195 menos de impuesto a la renta.

Escenario 2: Empresa A cuyo monto de productos no comerciables equivale a S/.50,000 y este, es mayor al 10% de Renta Neta imponible (S/. 24,000)

	Empresa que no destruye ni dona	Empresa que destruye	Empresa que Dona
Ventas	S/. 1,000,000	S/. 1,000,000	S/. 1,000,000
Costo de Ventas	S/. -400,000	S/. -400,000	S/. -400,000
Ganancia bruta	S/. 600,000	S/. 600,000	S/. 600,000
Gastos de ventas	S/. -150,000	S/. -150,000	S/. -150,000
Productos dados de baja	S/. -50,000	S/. -50,000	
Donaciones			S/. -50,000
Gastos de administración	S/. -200,000	S/. -200,000	S/. -200,000
Ganancia (Pérdida de operación)	S/. 200,000	S/. 200,000	S/. 200,000
Ingresos financieros	S/. 15,000	S/. 15,000	S/. 15,000
Diferencia de cambio	S/. 25,000	S/. 25,000	S/. 25,000
Utilidad (Pérdida) antes de impuesto	S/. 240,000	S/. 240,000	S/. 240,000
Más gastos no deducibles tributariamente	S/. 50,000		
Donaciones			S/. 50,000
Renta Neta	S/. 290,000	S/. 240,000	S/. 290,000
Deducción por donación			S/. -29,000
Renta Neta (después de deducción de donación)	S/. 290,000	S/. 240,000	S/. 261,000
Renta Neta imponible (29.5%)	S/. -85,550	S/. -70,800	S/. -76,995
Utilidad Neta	S/. 204,450	S/. 169,200	S/. 184,005

Fuente: elaboración propia



Anexo 15. Efecto de destruir o donar alimentos en el Flujo de Caja

Ejemplo: Empresa A cuyo monto de productos no comerciables equivale a S/. 25,000

Se puede observar que, en cuanto al impuesto general a las ventas (IGV), a las empresas donantes les es más beneficioso donar que destruir, pues le genera un crédito fiscal de S/. 4,500.

Flujo de Caja

Ingresos	Empresa que no destruye ni dona		Empresa que destruye		Empresa que Dona	
Ventas	S/.	1,000,000	S/.	1,000,000	S/.	1,000,000
IGV	S/.	180,000	S/.	180,000	S/.	180,000
Total Ventas	S/.	1,180,000	S/.	1,180,000	S/.	1,180,000
Egresos						
Compras	S/.	400,000	S/.	400,000	S/.	400,000
IGV Compras	S/.	72,000	S/.	72,000	S/.	72,000
Total Compras	S/.	472,000	S/.	472,000	S/.	472,000
Ingresos - Egresos	S/.	708,000	S/.	708,000	S/.	708,000
Pago IGV	S/.	108,000	S/.	108,000	S/.	108,000
Crédito fiscal por Donaciones					S/.	-4,500
Pago Neto IGV	S/.	108,000	S/.	108,000	S/.	103,500
Donaciones	S/.	-	S/.	-	S/.	25,000
Productos dados de baja	S/.	-	S/.	25,000	S/.	-

Fuente: elaboración propia

Anexo 16. Consideraciones que debe tener en cuenta una empresa contribuyente para eliminar o dar de baja alimentos

Para donar alimentos²

1. Las donaciones deben ser realizadas a instituciones sin fines de lucro y autorizadas por Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT), cuyo objeto social sea la asistencia o bienestar social.
2. El donatario (quien recibe la donación) debe hacer entrega de un comprobante de recepción de donaciones.
3. La empresa donante debe emitir un comprobante de pago, indicando en éste "Transferencia gratuita". A continuación, un ejemplo:

 AGREGADOS CORTARAMA SAC (1) LOS PAJARITOS AZULES (2) Agregados para la construcción		RUC N° 20513836130 (3) FACTURA (4) 001 - 0001340 (5)	
Principal: Av. Los Arrozales N° 220 Pueblo Libre, Lima (6) Agencia: Calle Las Madreras N° 1150 San Borja, Lima (7)			
Señor (es): Los Constructores S.A.A. (8)		Fecha emisión: 28.07.17 (10)	
RUC: 20342588210 (9)		G. Remis: 002 - 0000952 (11)	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	VALOR DE VTA
250 (12)	Bolsas de cemento DURAMAX (12)	*S/ 34.80 (13)	*S/ 8,700.00 (14)
SON CERO Y 00/100 NUEVOS SOLES* (16)		Sub Total	*S/ 0.00
RUC 20158072456 (17) Aut. lmo SUNAT 8395571173 (18) 10.01.2017 (19)		IGV (18%)	*S/ 0.00 (15)
CANCELADO		TOTAL	*S/ 0.00 (16)

Para eliminar alimentos

Según Alva Matteucci (2 de abril de 2012):

1. Evidenciar ante la SUNAT pruebas de la destrucción de las existencias efectuadas ante un Notario Público O Juez de Paz, a falta de aquél.
2. Debe comunicarse previamente a la SUNAT en un plazo no menor de seis (6) días hábiles anteriores a la fecha en que llevara a cabo la destrucción de los referidos bienes. La SUNAT puede designar a un funcionario para presenciar dicho acto' también podrás establecer procedimientos alternativos o complementarios a los indicados, tomando en consideración la naturaleza de las existencias o la actividad de la empresa.

² Régimen tributario de donaciones

Anexo 17. Ejemplo de Estados de Ganancias y Pérdidas de contar con un equipo de trabajo voluntario

	Equipo de Trabajo en planilla	Equipo de Trabajo voluntario
Ingresos		
Ingresos por donativos en efectivo		
Donativos deducibles en efectivo	668,400	668,400
Eventos y campañas especiales	250,000	250,000
Total donativos en efectivo	918,400	918,400
Ingresos por donativos en especie		
Donativos en especie	900,879	900,879
Total donativos en especie	900,879	900,879
Total Ingresos	1,819,279	1,819,279
Gastos		
Sueldos	210,000	80,000
Servicios	35,000	35,000
Otros gastos	455,000	455,000
Total gastos	700,000	570,000
Ingresos - Egresos	1,119,279	1,249,279

Fuente: elaboración propia

