



BAMX
BANCOS DE ALIMENTOS DE MÉXICO

Visión, Misión y Ejes Estratégicos

NUESTRO MODELO



VISIÓN

Para el año 2020, la red BAMX será la institución más eficiente, de rescate en la cadena de valor alimentaria de México. Operará bajo un modelo de desarrollo sostenible y sustentable. Contará con tecnología de vanguardia, colaborando con otros actores enfocados a este fin.

MISIÓN

Rescatar alimento para combatir el hambre y mejorar la nutrición de la población vulnerable en México.

NUESTRO ENFOQUE

FORTALECER A LOS BANCOS DE ALIMENTOS

Desarrollar BA's fuertes que promuevan comunidades con seguridad alimentaria, a través de diagnosticarlos y certificarlos así como procurar y distribuir alimento a la red



ASEGURAR Y PROMOVER PROYECTOS QUE PERMITAN QUE NUESTROS BANCOS DESARROLLEN A LOS BENEFICIARIOS DE LA RED

A través de compartir a la red estrategias de desarrollo salida y no dependencia)



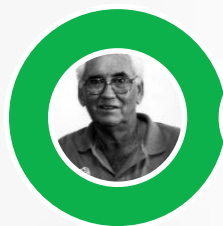
FORJAR ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Mejorar el acceso a las donaciones de productos nutritivos y a las inversiones de los aliados nacionales, así como implementar iniciativas de política pública y comunicación nacional

Historia de BAMX



Primer
Banco de
Alimentos
Arizona
1967



BDA
de Guadalajara

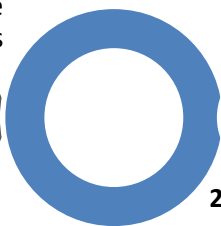
1987



80s y 90s
creación de
varios BA's



Fundación AMBA
1995



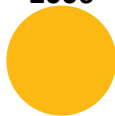
Leyes
promovidas por
BAMX

2000-2006



The Global
FoodBanking
Network®

Fundadores
de GFN
2006



CADI
2011

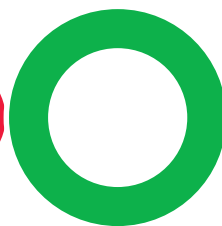


Objetivo 4 del PND
Crecimiento de
incentivos a la red

2012



Marca Comercial
BAMX **2013**



Cambio de OSN
al CENADI Tepeji

2015

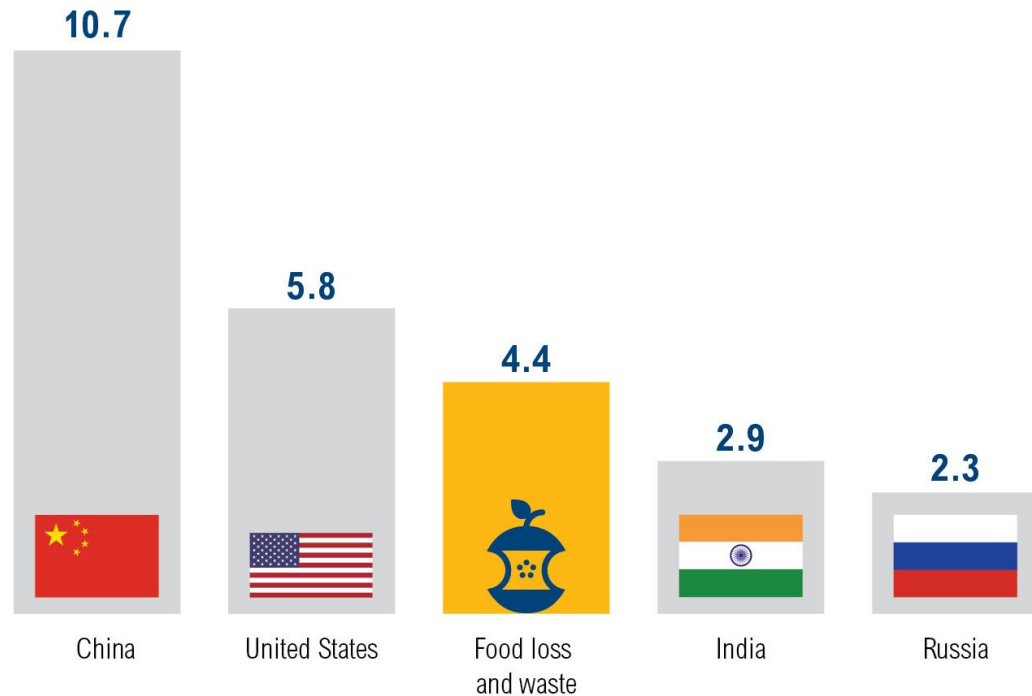


2018
Consejo
estratégico



Problemática mundial

1.3 BILLION TONNES OF
FOOD
is **lost or wasted** every year around the globe.



GT CO₂E (2011/12)*

* Figures reflect all six anthropogenic greenhouse gas emissions, including those from land use, land-use change, and forestry (LULUCF). Country data is for 2012 while the food loss and waste data is for 2011 (the most recent data available). To avoid double counting, the food loss and waste emissions figure should not be added to the country figures.

Source: CAIT. 2015; FAO. 2015. *Food wastage footprint & climate change*. Rome: FAO.

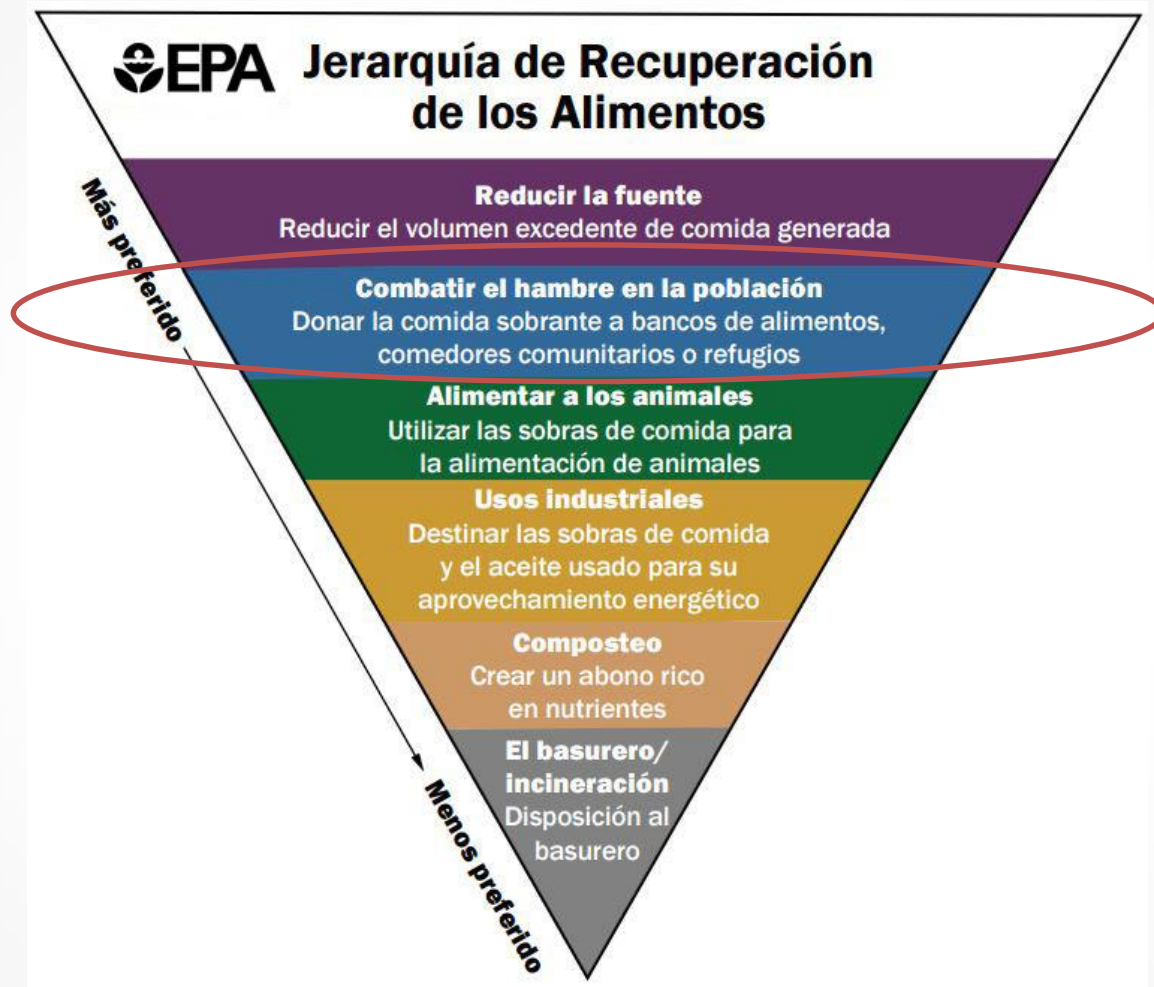
Somos parte de una visión global



Para 2030, **reducir a la mitad el desperdicio mundial de alimentos *per capita*** en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y **reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de distribución, incluidas las pérdidas posteriores a las cosechas.**



Pirámide de jerarquía sobre rescate de alimentos



QUE SON LAS PDA'S



Es la disminución de la masa de alimentos para el consumo humano en cualquier punto de la cadena productiva.



Las **PÉRDIDAS** suceden principalmente durante la producción, postcosecha, almacenamiento y transporte.

Los **DESPERDICIOS** ocurren durante la distribución y consumo, en relación directa con el comportamiento de vendedores mayoristas y minoristas, servicios de venta de comida y consumidores que deciden desechar los alimentos que aún tienen valor.



COLABORACIONES recientes



Afectación social, económica y Ambiental

Cifras del estudio con Banco Mundial

- **34%**

De los alimentos producidos en México se pierden o desperdician.

- **20.4** millones de toneladas de alimento equivalen a más de

\$491 MIL MDP.



EMISIONES DE GEI

- 36 millones de ton de CO₂ eq.
- En la cadena de producción de una muestra de **29** alimentos.
- Mismas emisiones generadas por **15.7** millones de vehículos en un año.



AGUA UTILIZADA EN ALIMENTOS QUE SE DESPERDICIAN

- Muestra de **24** alimentos.
- Volumen suficiente para proveer a todos los mexicanos durante **2.4 AÑOS.**



Recuperar pérdidas y desperdicio de **79** alimentos muestreados sería suficiente para alimentar a la población en situación de hambre en México (**7.5** millones de personas).

Una solución en México



**Desperdicio de
alimento**

**20.4 MILLONES
DE TONELADAS**



**Población en
carencia alimentaria**

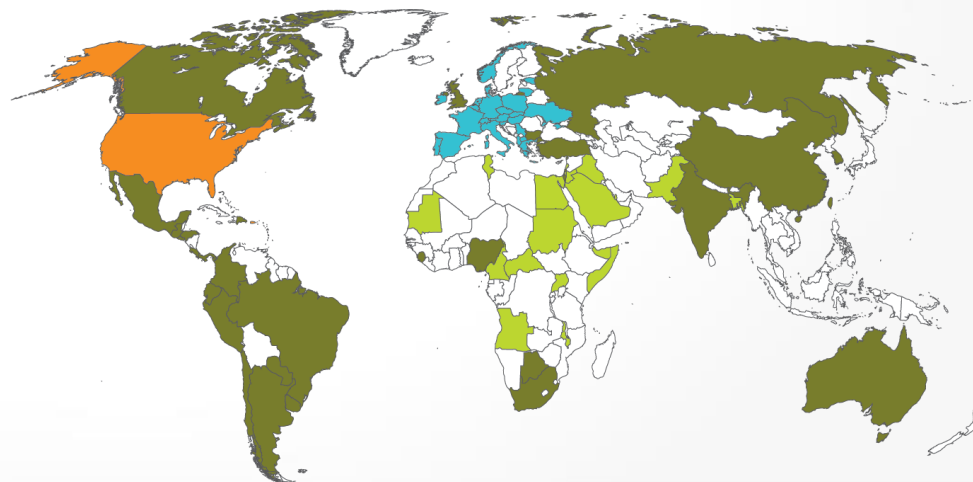
**54.4 MILLONES DE
PERSONAS EN POBREZA**



¿que es BAMX?



- Asociación Civil que agrupa a **53 Bancos de Alimentos** .
- **Una de las más grandes del mundo.**
- Nace en **1995** para fortalecer el trabajo de rescate alimentario y de promoción de nutrición de los Bancos de Alimentos.
- Fundadores de la red mundial, **GFN Global Foodbanking Network** que integra 38 países y casi 800 Bancos de Alimentos en el mundo.



 **GFN'S
REACH
IN 2016**

GFN also partners with food bank networks that support and promote food banking in their respective regions:

 **FEEDING
AMERICA**
(PARTNER)

 **EUROPEAN FEDERATION
OF FOOD BANKS**
(PARTNER)

 **FOOD BANKING
REGIONAL NETWORK**
(PARTNER)



1.- Detección de pérdidas

- Alianzas productores
- Empleo jornaleros
- Incentivos a empresas 5%



2.- Rescate Eficiente

- Cobertura Nacional
- Buen manejo del alimento
- Variedad
- Distribución



MODELO DE OPERACIÓN



4.- Entrega Alimentación y Cohesión Social

- Participación comunitaria
- OSC's
- Desarrollo (talleres)
- Modelo sostenible



3.- Selección y Empaque

- Instalaciones
- Empleo de colaboradores de la red
- Voluntarios

El círculo virtuoso de la donación

- 1.- Reducir el hambre y la pobreza.
- 2.- Mejorar la nutrición
- 3.- Reducir la emisión de gases de efecto invernadero.
- 4.- Evitar gastos de destrucción de inventarios y logística inversa.
- 5.- Promover el comercio justo y el equilibrio de la producción.
- 6.- Se evita la sobreoferta (NO SE VENDE).
- 7.- Otorga recibos deducibles de impuestos e incentivos fiscales.
- 8.- Posiciona marcas.



Alcance de la red



IMPACTO 2018

100%

118,189,460

KG DE ALIMENTO
ACOPIADO

93,706,760

KGS ACOPIADOS POR LOS BANCOS
DE LA RED.

24,482,700

KGS CANALIZADOS Y DISTRIBUIDOS
DESDE OSN* Y CENADI**

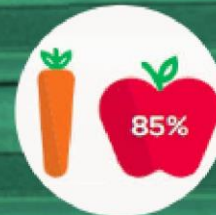
*Oficinas de servicio nacional

**Centro nacional de acopio y distribución
operado por oficinas centrales BAMX.



ACCIONES 2018

Además de rescatar y brindar atención alimentaria nuestros banco ejecutan diversos proyectos de desarrollo en sus comunidades:



Nutrición



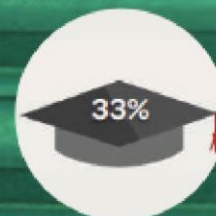
**Fortalecimiento
Institucional**



Medición de Impacto
(Antropometría,
cuestionarios)



Proyectos Productivos
(Oficios, panadería o tortillería,
huertos)



Educación
(Cursos Académicos)



Desarrollo Psicosocial
(Orientación Psicológica)

Población Atendida



Instituciones



Comunidades



Urbana



Rural

Beneficiarios

1,231,906 100%

Familias

281,563

Paquetes alimentarios

6,939,747

Niños



366,680
30%

Adolescentes



225,031
18%

Adultos



515,308
42%

Adulto Mayor



124,887
10%

Incidimos en política pública

Leyes promovidas por BAMX

2000:

Ley del buen Samaritano (Art. 199 Bis de la SSA).

2004

Las empresas deben donar sus mercancías 5 días antes de su fecha de expiración.

2005

5% de la deducción de impuestos sobre el costo de inventario.

1 Iniciativa con proyecto de decreto promovida por BAMX:

“Iniciativa con proyecto de decreto por el que se adicionan diversas disposiciones a la ley general de desarrollo social y la ley de desarrollo rural sustentable”

Con turno a las Comisiones Unidas de Autosuficiencia Alimentaria y de Estudios Legislativos, con opinión de la Comisión de Desarrollo Social.



BAMX

BANCOS DE ALIMENTOS DE MÉXICO

CONVENIO DE USO DE MARCA



MERCADOTECNIA CON CAUSA SOCIAL

La responsabilidad social se entiende como el compromiso que tienen todos los ciudadanos, las instituciones públicas y privadas, y las organizaciones sociales, para contribuir al aumento del bienestar social.

Permite que las empresas intervengan en la solución de diversos problemas sociales, sin descuidar la actividad primordial del comercio y la generación de utilidades.



Muchas empresas conscientes de su responsabilidad social han comenzado a preferir proveedores que demuestre que apoyan una causa social en su país de origen.

Nada está más ligado a la alimentación que la agricultura, por lo que estamos seguros que una alianza estratégica de USO DE MARCA entre los exportadores de productos agrícolas y la red nacional de BANCOS DE ALIMENTOS DE MEXICO tiene futuro.

Nuestra propuesta no tiene un costo fijo, sino el compromiso de donación de alimento y/o donaciones en efectivo, que cada empresa pueda contraer.

PARA LA EMPRESA:

- Mayores ventas al apoyar una causa social
- Mayores ingresos y mayores utilidades
- Posicionar productos nuevos
- Llegar a nuevos mercados
- Posicionar la marca de la empresa
- Mejora el clima laboral

PERO SOBRE TODO:

¡Ayuda a cambiar la vida de muchos mexicanos que viven en carencia alimentaria!

Beneficios





Ejemplo de uso de marca:

- Colocar el logotipo
- Agregar página web







Bancos de Alimentos de
México

flickr

bancosdealimentosmx



@BALimentosMX

www.bamx.org.mx

Esther Escárzaga García / Procuración Frutas y Verduras

eescarzaga@bamx.org.mx / móvil: 33 3368 4790 oficina 773 733 9810 ext 263

BAMX-CENADI

773 733 9810 con 10 líneas/ 773 731 0030 | 773 731 0078 | 33 3162 0330 | 018000102622

Calle Norte Quince, Lt. 251 Mz. XXXV, Parque Industrial Tepeji, C.P. 42884, Tepeji del Rio,
Hidalgo.