

Plano e Orçamento

2021



Bancoalimentar
contra a fome
MADEIRA

Índice

I- ORIENTAÇÃO ESTRATÉGICA	2
II- PLANO DE AÇÃO	4
OBJETIVO ESTRATÉGICO 1 – Reforçar a Angariação de Alimentos	5
OBJETIVO ESTRATÉGICO 2 - Maximizar a Distribuição de Alimentos	7
OBJETIVO ESTRATÉGICO 3 - Sensibilizar para as Perdas e o Desperdício Alimentar	8
OBJETIVO ESTRATÉGICO 4 - Intensificar a Comunicação	9
OBJETIVO ESTRATÉGICO 5 – Melhorar os Recursos Operacionais.....	10
III- CONCLUSÃO	12
IV- QUADRO DE AVALIAÇÃO E RESPONSABILIZAÇÃO	13
V- ORÇAMENTO.....	14

I- ORIENTAÇÃO ESTRATÉGICA

A erradicação da fome e a luta contra o desperdício alimentar constituem a missão dos Bancos Alimentares, desde a sua origem, mantendo a sua actualidade, mais reforçada desde 2015 pelo alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030, nomeadamente os objectivos 1 e 12 - erradicar a pobreza e lutar contra o desperdício alimentar.

A acção dos Bancos Alimentares inscreve-se também no modelo de desenvolvimento sustentável, característico da economia circular, assente em novos fluxos circulares de reutilização, restauração e renovação. O aproveitamento do desperdício alimentar, em particular, está plenamente ajustado ao conceito de economia circular.

O plano de acção para 2021 atende, naturalmente, à prossecução da missão do Banco Alimentar da Madeira, à sua consonância com a Agenda 2030 e aos propósitos da economia circular, bem como prioriza objetivos estratégicos centrados na minimização dos impactos da Covid19. Com efeito o ano de 2020 ficará marcado por uma viragem, abrupta e emergente na vida diária dos Bancos Alimentares com origem na Covid 19. O cenário de crise pandémica que o País vive desde Março de 2020 e suas consequências, bem como a imprevisibilidade do seu fim, obrigou a redireccionar a acção do Banco Alimentar para a maximização da angariação e da distribuição de alimentos.

A gestão operacional sofreu alterações, desde logo pela adopção das medidas de segurança e dos planos de contingência emitidos pelas autoridades de saúde, por forma a salvaguardar a continuidade da ajuda alimentar, ainda mais necessária e urgente. Foi imperativo o recurso ao regime de teletrabalho e a implementação de novos procedimentos.

Por outro lado implicou ajustamentos constantes, por força do aumento da angariação, resultante da transferência de stocks, provenientes do encerramento de serviços da área da hotelaria, restauração, distribuição e afins; da Rede de Emergência Alimentar (REA), criada para acudir, de forma imediata e provisória, o aumento exponencial de pedidos de ajuda alimentar e das doações de particulares e de empresas.

A readaptação da logística das Campanhas que, face à impossibilidade da participação de voluntários em supermercados, implicou o enfoque na Campanha Ajuda Vale, com recurso a outro tipo de operacionalização de natureza mais comunicacional, que consistiu, nomeadamente, na dinamização das redes sociais, na maior articulação com os órgãos de comunicação social, na produção de materiais de promoção e de documentos sobre a actividade, resultados, campanhas, parcerias e apoios recebidos, entre outras matérias ligadas à vida diária do Banco.

Foi necessário uma maior proximidade com as instituições parceiras, principalmente na intermediação dos pedidos de ajuda e respetivo encaminhamento, na sensibilização e mobilização das mesmas para a angariação de alimentos, para o combate ao desperdício alimentar e para a realização de outras atividades com vista ao estabelecimento de uma rede de distribuição integrada de base local.

As manifestações de solidariedade traduziram-se também no aumento das doações em dinheiro. Contudo, os pedidos de ajuda aumentaram exponencialmente, pelo que é essencial priorizar a angariação de mais donativos em dinheiro, seja através de convite a

novos associados (individuais/ empresas), do aumento do valor das quotas, bem como de novos patrocinadores.

O aumento dos donativos de bens e serviços foi expressivo e deverá ser priorizado nas acções a desenvolver, dado o seu impacto positivo na redução da despesa.

Neste contexto, é determinante a continuidade da luta contra o desperdício alimentar, promover a divulgação da atividade do Banco Alimentar, através da cooperação que estabelece com instituições parceiras, com o objetivo de sensibilizar a sociedade para esta causa, mobilizar para a ajuda e angariar mais produtos alimentares, em quantidade e diversidade.

A nível do diálogo institucional, será privilegiada a comunicação com as entidades que têm um papel determinante no apoio à atividade desta Instituição, seja pela assunção dos encargos decorrentes da atividade, destacando-se o apoio do Governo Regional, através da Secretaria Regional da Inclusão e Cidadania, graças às quais o Banco Alimentar pode prosseguir a sua Missão, seja pelo apoio em bens, fazendo chegar a ajuda a quem mais precisa, seja em serviços, contribuindo para a redução da despesa e pela via de donativos, individuais ou coletivos, possibilitando o apoio/reforço a necessidades não cobertas.

Esta ação será extensiva às autarquias, no âmbito dos Apoios ao Associativismo, e ainda à Federação Portuguesa dos Bancos Alimentares, na qualidade de associados e de beneficiários directos da ajuda alimentar extraordinária proveniente da Rede de Emergência Alimentar, implementada em Março, para fazer face à crise pandémica, para além de apoio financeiros.

A Comunicação com os stakeholders será um eixo transversal a todas as áreas da ação, designadamente, através das diversas plataformas digitais e da produção de conteúdos, sendo necessário para o efeito um apoio mais especializado, para além das formas tradicionais de comunicação.

Ao nível da logística e infraestruturas, é fundamental dotar o BA de recursos que promovam a eficácia, em particular através da aquisição de empilhador, racks (estantes de armazém) e computadores, assim como, ao nível da formação e especialização dos recursos humanos.

As acções de promoção e fidelização dos voluntários, prosseguirão, com respeito pelas regras impostas pela Covid e valorizando principalmente as iniciativas que poderão ser realizadas à distância e com recurso aos meios digitais. Por esta nova via, é possível manter a ligação com os voluntários e efectivar as práticas de cidadania activa e de suporte à atividade operacional.

Por fim, a par das ações previstas e de acordo com a disponibilidade de recursos humanos, será dada continuidade ao aperfeiçoamento de procedimentos nas áreas da segurança alimentar, da higiene e segurança no trabalho, bem como à estruturação final da regulamentação da protecção de dados.

II- PLANO DE AÇÃO

O Plano de Acção da Associação Mão Solidária – Banco Alimentar Contra a Fome da Madeira (BA Madeira), para o ano de 2021 privilegia cinco objetivos a saber:

OBJETIVO 1 – Reforçar a Angariação de Alimentos

OBJETIVO 2 – Maximizar a Distribuição de Alimentos

OBJETIVO 3 – Sensibilizar para as Perdas e o Desperdício Alimentar

OBJETIVO 4 – Intensificar a Comunicação

OBJETIVO 5 – Melhorar os Recursos Operacionais

OBJETIVO ESTRATÉGICO 1 – Reforçar a Angariação de Alimentos

Atendendo à situação de pandemia e pelas razões já explicitadas, o foco principal da acção do BA Madeira será o reforço da angariação.

Objetivos Operacionais e Ações:

1.1) Angariação de novos doadores

- 1.1.1) Pesquisa de empresas do ramo alimentar e estabelecimento de contactos;
- 1.1.2) Sensibilizar e mobilizar os agentes económicos, produtores e cadeias de distribuição, para a doação de bens alimentares e optimização do desperdício alimentar.

1.2) Fidelizar os doadores

- 1.2.1) Reconhecimento das doações nomeadamente através da sua publicitação, certificados e homenagens;
- 1.2.2) Desenvolver uma política proactiva de comunicação nomeadamente sobre os resultados da actividade, análises custo/ benefício das operações do BA Madeira e impacto social.

1.3) Aumentar a angariação na campanha Ajuda Vale

A campanha Saco constituía a fonte principal de angariação de alimentos secos. Porém, na impossibilidade de ajuda de voluntários nos supermercados, e enquanto se mantiverem as medidas de contingência e o apelo ao distanciamento social, prevê-se a aposta na campanha Ajuda Vale, através duma estratégia de divulgação de longo alcance, apostando no marketing digital. Esta campanha funciona através da aquisição de vales nas lojas, em que se pode contribuir com produtos que serão canalizados para o BA Madeira.

- 1.3.1) Reuniões com directores das cadeias de supermercados;
- 1.3.2) Divulgação da campanha nas redes sociais, comunicação social, voluntários e parceiros;
- 1.3.3) Visitas às lojas.

1.4) Aumentar a angariação na campanha Online

- 1.4.1) Divulgação da campanha nas redes sociais, comunicação social, voluntários e parceiros.

1.5) Aumentar a angariação na campanha Papel por Alimentos

A dinamização desta campanha será moderada, uma vez que os custos de transporte têm um peso substancial.

- 1.5.1) Elaboração e execução de Protocolos com doadores de papel;
- 1.5.2) Publicitação, por ano, nas redes sociais e meios de comunicação social, das entidades, públicas e privadas, que doam papel usado e os resultados da campanha (toneladas de papel recolhido e o correspondente em toneladas de alimentos);
- 1.5.3) Comunicação/ informação aos parceiros dos resultados da Campanha;
- 1.5.4) Redefinição dos critérios da atribuição de cabazes.

1.6) Aumentar a angariação na Rede de Emergência Alimentar

- 1.6.1) Divulgar a REA pelos canais de comunicação do BA Madeira.

1.7) Promover a angariação na indústria agro-alimentar

- 1.7.1) Definir uma estratégia de recolha de alimentos com a Secretaria de Agricultura.

1.8) Promover a angariação nas empresas de distribuição alimentar

- 1.8.1) Promover a atividade do BA Madeira, e os resultados sociais da sua ação, junto destas empresas, no sentido de captar mais doações de alimentos.

1.9) Promover campanhas de recolha local

- 1.9.1) Promover e incentivar recolhas de alimentos junto de organismos públicos, associações empresariais e empresas.

1.10) Reativar a campanha "Partilha o teu Pão por Deus"

- 1.10.1) Retomar as recolhas junto das escolas da campanha "Partilha o teu Pão por Deus".

1.11) Aumentar a recolha delegada

- 1.11.1) Estabelecer ligação entre doador e instituição beneficiária para uma recolha delegada, em zonas geográficas onde seja efectivo o benefício, em termos de optimização de transportes, para o BA Madeira e para a Instituição.

OBJECTIVO ESTRATÉGICO 2 - Maximizar a Distribuição de Alimentos

O estreitamento das relações com as instituições deverá ser uma preocupação constante, numa ótica de criação de redes de parceria e confiança, com o objectivo de ligar cada vez mais a ajuda alimentar ao apoio à inclusão social, num processo de responsabilização, sempre que tal seja possível.

Objetivos Operacionais e Ações:**2.1) Aumentar o número de instituições apoiadas em relação a 2020**

- 2.1.1) Aumento do número de Instituições beneficiárias de excedentes;
- 2.1.2) Aumento do número de visitas de acompanhamento a Instituições;
- 2.1.3) Revisão e celebração de protocolos com todas as Instituições Parceiras;
- 2.1.4) Calendarização das visitas e respetiva alocação de recursos humanos/voluntários;
- 2.1.5) Continuação da distribuição dos alimentos, no âmbito do POAPMC - Programa Operacional de Apoio às Pessoas Mais Carenciadas, no território do Funchal e Porto Santo, conforme os acordos estabelecidos com o Instituto de Segurança Social da Madeira (ISSM) e as instituições parceiras.

OBJECTIVO ESTRATÉGICO 3 - Sensibilizar para as Perdas e o Desperdício Alimentar

Objetivos Operacionais e Ações:

3.1) Elaborar plano de acção

3.2) Realizar acções de sensibilização

3.2.1) Divulgação, em escolas e outras entidades, da atividade e missão do BACFM;

3.2.2) Divulgação do movimento “Unidos Contra o Desperdício”.

3.3) Produzir conteúdos

3.3.1) Publicações regulares nas redes sociais, das atividades realizadas, e notas de imprensa para a comunicação social.

OBJECTIVO ESTRATÉGICO 4 - Intensificar a Comunicação

A comunicação com os stakeholders externos foi intensificada e a utilização das redes sociais, tendo constituído uma maior presença, é actualmente uma tarefa imprescindível, que carece de um trabalho cuidado e especializado, dado que é o meio mais forte para chegar a mais pessoas.

Objetivos Operacionais e Ações:

- 4.1) Elaborar um plano comunicacional estratégico**

- 4.2) Produzir informação para as redes sociais**
 - 4.2.1) Publicações regulares nas redes sociais das actividades realizadas.

- 4.3) Produzir informação para os órgãos de comunicação social**
 - 4.3.1) Elaboração e envio de notas de imprensa acerca das actividades realizadas.

OBJECTIVO ESTRATÉGICO 5 – Melhorar os Recursos Operacionais

Dotar o BA Madeira dos meios técnicos e humanos, de equipamentos e de infraestruturas para potenciar a recolha de bens alimentares, em particular na gestão de logística e transportes que suportam a sua atividade.

Objetivos Operacionais e Ações:**5.1) Adquirir um empilhador eléctrico****5.2) Adquirir racks****5.3) Adquirir dois computadores****5.4) Formar os recursos humanos**

5.4.1) Formação dos colaboradores em diversas áreas, nomeadamente, gestão de projectos, operações de armazém (manobrador de empilhadora) Comportamento Organizacional, Segurança Alimentar/ Higiene e Segurança e Gestão financeira/ Estratégica.

5.5) Programa de emprego - especialista comunicação

5.5.1) Candidatura ao Instituto de Emprego da Madeira.

5.6) Aumentar o valor da quota

5.6.1) Elaborar proposta para ser levada a Assembleia Geral.

5.7) Aumentar o número de associados individuais

5.7.1) Convidar parceiros, voluntários e demais contactos a tornarem-se associados.

5.8) Aumentar o número de associados empresa

5.8.1) Convidar empresas parceiras a tornarem-se associadas.

5.9) Certificações da Qualidade

5.9.1) Apoio de empresa especializada, na área da Segurança Alimentar, Higiene e Segurança no trabalho, e serviços, tendo em vista o início da implementação de certificações nestas áreas importantes para o BA Madeira.

5.10) Estruturação final da Regulamentação Geral de Proteção de Dados

5.10.1) Avaliação da possibilidade de acompanhamento externo especializado, tendo em vista a implementação do Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD).

III- CONCLUSÃO

A Direção espera prosseguir de forma harmoniosa e sustentada as atividades desenvolvidas, como tem sido até ao presente e continuará a promover a criação de redes de ajuda alimentar com as entidades governamentais, empresas, organizações sociais e cidadãos em geral.

O orçamento proposto para 2021, assente no apoio do Governo Regional, através da Secretaria Regional da Inclusão e Cidadania, em donativos de particulares, empresas e entidades, permite a execução deste Plano de Ação e reflecte a preocupação de assegurar a saúde financeira do Banco Alimentar.

IV- QUADRO DE AVALIAÇÃO E RESPONSABILIZAÇÃO

Objectivo Estratégico 1 - Reforçar a Angariação de Alimentos					
	Objetivos operacionais	Indicador	Meta	Fonte de verificação	Comissão Responsável
OO1	Angariar novos doadores	Número de novos doadores	10	Mapa de novos doadores	CA
OO2	Fidelizar os doadores	Número de doadores	55	Mapa de doadores	CA
OO3	Aumentar a angariação na campanha Ajuda Vale	Varição percentual	2%	Comunicado das toneladas angariadas	CA
OO4	Aumentar a angariação na campanha Online	Varição percentual	2%	Comunicado das toneladas angariadas	CA
OO5	Aumentar a angariação na campanha Papel por Alimentos	Varição percentual	2%	Comunicado das toneladas angariadas	CA - CP
OO6	Aumentar a angariação na REA	Varição percentual	2%	Comunicado das toneladas angariadas	CA
OO7	Promover a angariação na indústria agro-alimentar	Número de doadores	5	Guias de entrada	CA
OO8	Promover a angariação nas empresas de distribuição alimentar	Toneladas angariadas	1%	Guias de entrada	CA
OO9	Promover campanhas de recolha local	Número de campanhas	3%	Guias de entrada	CA
OO10	Reativar a campanha "Partilha o teu Pão por Deus"	Varição percentual	2%	Guias de entrada	CA - CV
OO11	Aumentar a recolha delegada	Varição percentual	1%	Guias de entrada	CA
Objectivo Estratégico 2 – Maximizar a Distribuição de Alimentos					
	Objetivos operacionais	Indicador	Meta	Fonte de verificação	Comissão Responsável
OO12	Aumentar o número de instituições apoiadas em relação a 2020	Varição percentual	2%	Fichas de candidatura	CD
Objectivo Estratégico 3 – Sensibilizar para as Perdas e o Desperdício Alimentar					
	Objetivos operacionais	Indicador	Meta	Fonte de verificação	Comissão Responsável
OO13	Elaborar plano de acção	Plano	1	Plano	CV - CA
OO14	Realizar acções de sensibilização	Número de acções	10	Registo de Acções realizadas	CV
OO15	Produzir conteúdos	Número de conteúdos	4	Registo de conteúdos	CV
Objectivo Estratégico 4 – Intensificar a Comunicação					
	Objetivos operacionais	Indicador	Meta	Fonte de verificação	Comissão Responsável
OO16	Realizar um plano comunicacional estratégico	Plano	1	Plano	CC
OO17	Produzir informação para as redes sociais	Quantidade de publicações	12	Registo das publicações	CC
OO18	Produzir informação para os órgãos de comunicação social	Quantidade de informações	12	Registo de informações	CC
Objectivo Estratégico 5 – Melhorar os Recursos Operacionais					
	Objetivos operacionais	Indicador	Meta	Fonte de verificação	Fonte de verificação
OO19	Adquirir um empilhador electrico	Aquisição	1	Contrato	CAF
OO20	Adquirir racks	Aquisição	7	Contrato	CAF
OO21	Adquirir dois computadores	Aquisição	2	Contrato	CAF
OO22	Formar os recursos humanos	Número de formações	5	Fichas de inscrição	CAF
OO23	Programa de emprego - especialista comunicação	Candidatura	1	Contrato	CAF
OO24	Aumentar o valor da quota	Valor da quota	15 €	Valor da quota	CAF
OO25	Aumentar o número de associados individuais	Número de novos associados	20	Ficha de inscrição	CAF
OO26	Aumentar o número de associados empresa	Número de novos associados	5	Ficha de inscrição	CAF
OO27	Promover a certificação nas áreas da Qualidade	Contrato	1	"Pré-certificação"	CA - CAF
OO28	Elaborar a estruturação final da Regulamentação Geral de Protecção de Dados	Regulamento	1	Regulamento	CAF

CA - Comissão de Abastecimento
 CP - Comissão de Projectos
 CV - Comissão de Voluntários
 CD - Comissão de Distribuição
 CC - Comissão de Comunicação
 CAF - Comissão Administrativa e Financeira

V- ORÇAMENTO

EXPLORAÇÃO PREVISIONAL 2021			
RENDIMENTOS	Valor	%	
Subsídios, doações e legados à exploração			
Subsídios do Estado e outros Entes - Encargos com pessoal	123339,48	51,27%	
Subsídios do Estado e outros Entes - Outros encargos	75846,92	31,53%	
Donativos em dinheiro(entidades, particulares, anónimos, multas de tribunal)	27858,32	11,58%	
Receita POAPMC - FEAC	13229,92	5,50%	
Quotização e Jóias	300,00	0,12%	
TOTAL	240574,64	100,00%	
GASTOS			
Fornecimentos e Serviços Externos			
Serviços Especializados			
Trabalhos Especializados	4129,68	1,72%	
Vigilância e Segurança	867,72	0,36%	
Conservação e Reparação	3484,80	1,45%	
Despesas Bancárias	140,88	0,06%	
Materiais			
Ferramentas e Utensílios de desgaste rápido	924,75	0,38%	
Material de Escritório	493,33	0,21%	
Energia e Fluidos			
Electricidade	12117,2	5,04%	
Combustíveis	3245,61	1,35%	
Deslocações, Estadas e Transportes			
Deslocações e Estadas	1995,12	0,83%	
Transportes de Mercadorias	17201,97	7,15%	
Serviços Diversos			
Rendas e Alugueres	52000,00	21,61%	
Comunicação	1740,00	0,72%	
Outros Serviços	3600,00	1,50%	
Gastos com o Pessoal	123339,48	51,27%	
Gastos de depreciação e amortização	13272,79	5,52%	
Outros gastos e perdas	2021,31	0,84%	
TOTAL	240574,64	100,00%	
Resultado	0,00		
ORÇAMENTO DE INVESTIMENTOS 2021			
Ativos Fixos Tangíveis:	Auto-financiamento	Entidades Públicas (Subsídios)	Outros Financiamentos
Empilhadora			25.000,00
Racks			4.000,00
Total		29.000,00	
ORÇAMENTO DE FINANCIAMENTOS 2021			
Outros Pagamentos/ Outras Operações de Financiamento	Valor		
Amortização da dívida à Federação Portuguesa dos Bancos Alimentares	1.562,82		

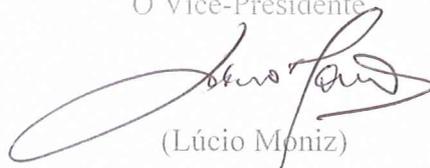
Funchal, 30 de Novembro de 2020.

A Presidente da Direção



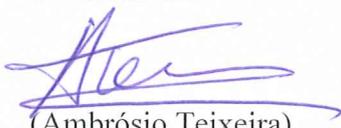
(Fátima Aveiro)

O Vice-Presidente



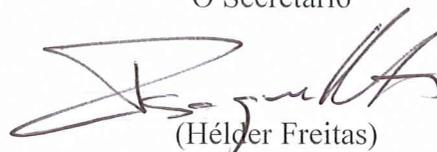
(Lúcio Moniz)

O Tesoureiro



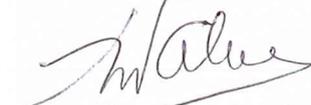
(Ambrósio Teixeira)

O Secretário



(Hélder Freitas)

A Vogal



(Fátima Alves)