

INFORME DE GESTIÓN 2021

18 de marzo 2022

Señores

Consejo Directivo

Fundación Casa Ronald McDonald de Colombia

Me permito exponerles a continuación los resultados de la Fundación Casa Ronald McDonald de Colombia durante el año 2021:

1. Implicaciones de la pandemia generada por COVID-19 en la Fundación en 2021

1.1. Medidas tomadas en los programas

Durante el 2021, la Fundación continuó con las medidas de protección implementadas desde el inicio de la pandemia por COVID-19, y protocolizadas con los planes de “reapertura gradual” de cada programa, aprobados por epidemiología de los hospitales aliados y por RMHC Global, avanzando por las fases del mismo.

Programa	Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 3.5	Fase 4	Personal En programa
1 Casa Ronald Cartagena	7/10/2020	23/10/2020	3/12/2020			3
2 Casa Ronald Bogotá	6/07/2020	13/10/2020	20/09/2021			3
3 SF Medellín	30/06/2020	27/07/2021	20/08/2021	1/11/2021		3
4 SF Militar Pediatría	14/09/2020	10/10/2020	25/08/2021			3
5 SF Militar Oncología	9/11/2020	21/02/2021				1
6 SF Simón Bolívar Pediatría	24/03/2021	10/11/2021				2
7 SF Simón Bolívar Quemados	28/09/2021					1
8 Sala Temporal Suba	1/12/2020	30/12/2020	15/01/2021			1

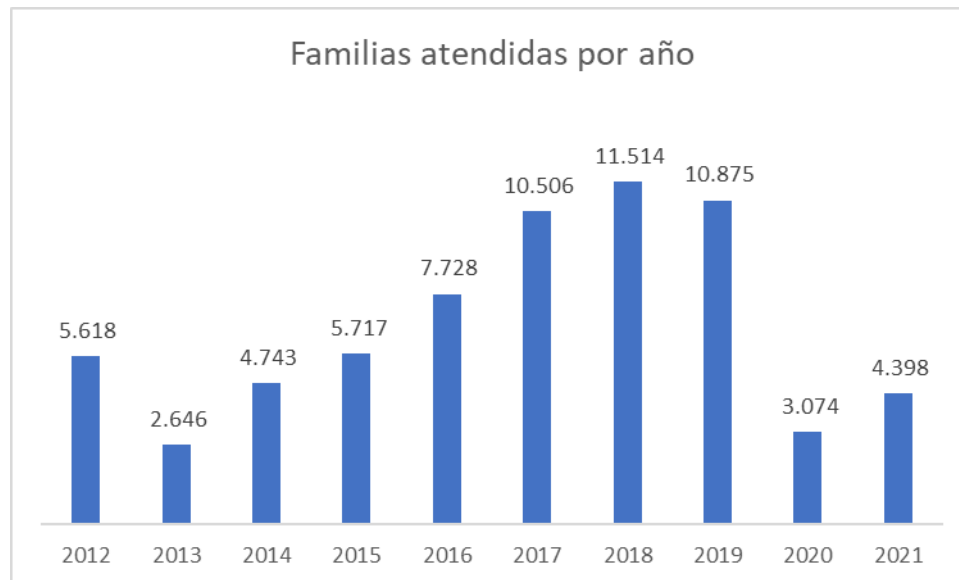
1.2. Medidas tomadas con el personal

La Fundación continúa tomando las medidas de seguridad que recomienda el gobierno nacional, aislando a las personas que presentan síntomas, asumiendo los periodos de aislamiento e incapacidades que no están expidiendo las EPS.



El personal que en 2020 estaba apoyando las actividades de los Bancos de alimentos de Bogotá y Medellín debido al cierre temporal de algunas Salas Familiares, ya regresó a sus respectivos programas, pues en 2021 todos los programas se reabrieron.

2. Indicadores año 2021 e históricos acumulados a Dic 2021: Impacto en Familias



Nota: el número de familias se obtiene de la sumatoria de la cantidad de familias que se atienden cada mes, sin tener en cuenta si las familias vuelven a usar los programas en otros meses del año (si se repiten ingresos).

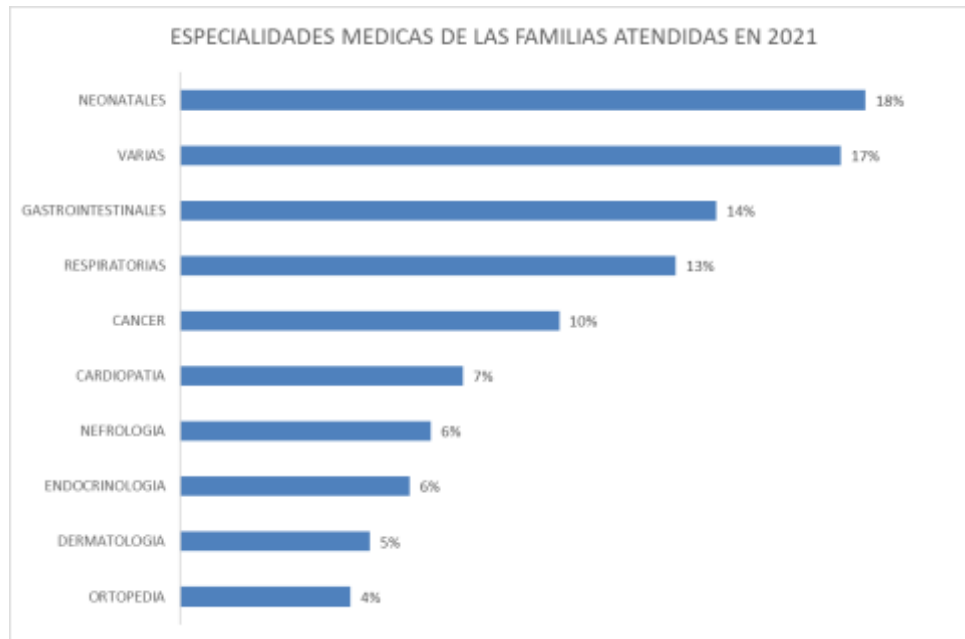
Total Niños beneficiados 2021: 3.096 niños únicos sin repetir en el año. Crecimiento de 40% Vs 2020: 2.195 niños únicos.

Total noches/familia 2020: 8.154 (crecimiento de 19.4% Vs. 2020: 6.829 noches/familia)

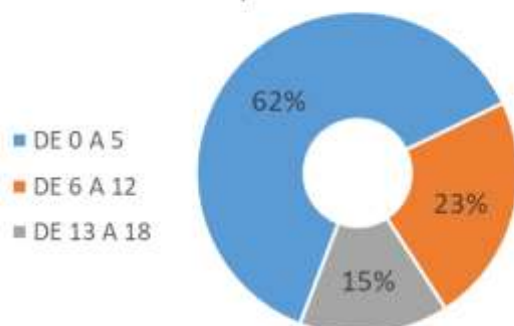
Total comidas servidas 2021: 11.457 (-29% Vs. 2020: 16.154 comidas)

El **91%** de las familias atendidas pertenecen a estratos 0, 1 y 2. El **8%** a estrato 3.

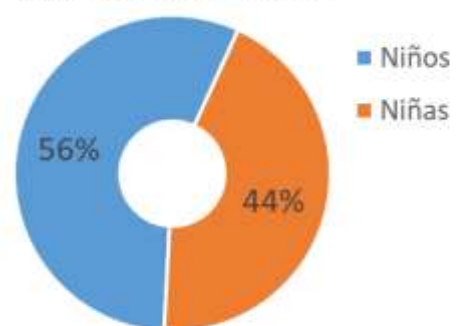
Características de los pacientes



Edades de los pacientes



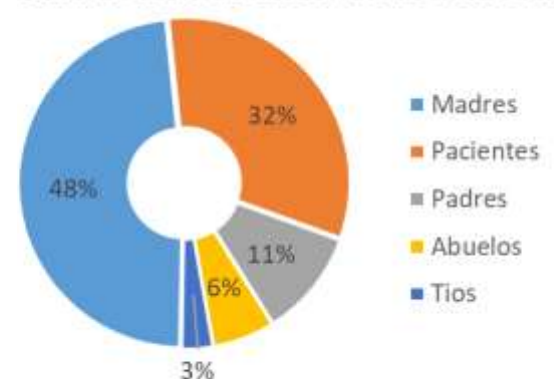
Sexo de los pacientes



¿Quiénes usan las Salas Familiares en los hospitales?



Quiénes usan las Casas Ronald McDonald?



Familias Atendidas por Programa/año:

CIFRAS HISTORICAS ACUMULADAS A DICIEMBRE DE 2021					
Salas Familiares	NUMERO DE FAMILIAS ATENDIDAS				
	AÑOS ANTERIORES	2019	2020	2021	Acumulado Total Histórico
SF Clinica Shaio	3.825				3.825
SF Militar Ppal.	16.796	2.456	670	809	20.731
SF Militar Oncología	1.416	316	85	110	1.927
SF Medellín	13.544	2.938	1.060	1.913	19.455
SF Simón Bolívar	6.808	3.215	594	313	10.930
SF Simón Bolívar Quemados	765	372	35	59	1.231
SF H. Suba	0	0	50	592	642
TOTAL	43.154	9.297	2.494	3.796	58.741

CIFRAS HISTORICAS ACUMULADAS A DICIEMBRE DE 2021					
Casas Ronald	NUMERO DE FAMILIAS ATENDIDAS				
	AÑOS ANTERIORES	2019	2020	2021	Acumulado Total Histórico
Casa Ronald Cartagena	3.694	980	304	383	5.361
Casa Ronald Nuevos Horizontes	1.624	598	276	219	2.717
TOTAL	5.318	1.578	580	602	8.078

TOTAL PAIS - TOTAL PROGRAMAS	48.472	10.875	3.074	4.398	66.819
-------------------------------------	---------------	---------------	--------------	--------------	---------------

Porcentaje de Ocupación de los Programas/año (Promedio Ponderado)

CIFRAS HISTORICAS ACUMULADAS A DICIEMBRE 2021					
Salas Familiares	OCUPACION				
	2019	2020	2021		Prom. Ponderado 5 años
SF Militar Ppal.	147%	96%	30%	12 meses	91%
SF Militar Oncología	83%	56%	12%	11 meses	61%
SF Medellín	186%	70%	48%	12 meses	107%
SF Simón Bolívar	132%	158%	12%	9 meses	96%
SF Simón Bolívar Quemados	112%	98%	48%	3 meses	115%
SSF Temporal SUBA		68%	71%	12 meses	70%
TOTAL	133%	81%	37%		90%

CIFRAS HISTORICAS ACUMULADAS A DICIEMBRE 2021					
Casas Ronald	OCUPACION				
	2019	2020	2021		Prom. Ponderado 5 años
Casa Ronald Cartagena	92%	74%	75%	12 meses	83%
Casa Ronald Nuevos Horizontes	67%	35%	41%	12 meses	56%
TOTAL	79%	49%	58%		70%
TOTAL PAIS - TOTAL PROGRAMAS	117%	67%	43%		85%

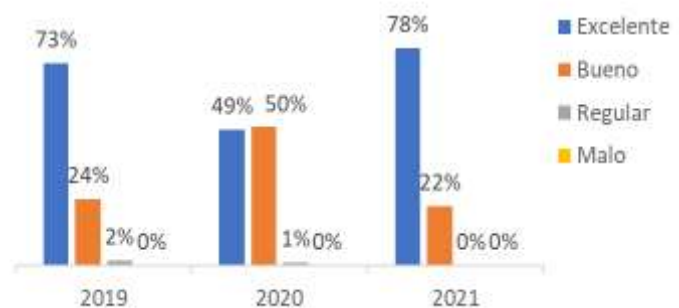
La ocupación se cuenta sobre los meses en los que los programas prestaron servicio a las familias. No se tienen en cuenta los meses que por pandemia estuvieron cerrados.

Experiencia general de las familias

Desde mayo de 2021 se inició la realización diaria de encuestas digitales a las familias que abandonan los programas, lo que permitió la respuesta del **18%** de las familias del año. En 2019 se realizó una encuesta anual presencial entre noviembre y diciembre, lo que permitió la respuesta del **2%** del total de familias del año. En 2020 se iba a empezar a realizar encuestas digitales todos los meses por voluntarios, pero por la llegada de la pandemia solo se realizaron encuestas entre enero y marzo por voluntarios de AIESEC, lo que nos permitió tener la respuesta del **2,5%** de total de familias del año.

Esta encuesta en promedio, nos muestra que el 99% de las familias sienten que los servicios de la Fundación están entre excelente y bueno; pero también nos arroja solicitudes importantes para ir mejorando la calidad de los servicios a las familias año tras año.

Calificación de la experiencia en General de las familias



Costo por familia

Costo Mensual de 1 Familia en la Fundación



La gráfica muestra claramente el incremento respecto al 2019 en el costo por familia tanto en Casas como en Salas familiares, debido a la disminución en familias atendidas en los dos últimos años por las restricciones de la pandemia.

3. Resultados eventos de recaudación de fondos:

3.1. Evento Virtual "Gran Bingo virtual 20 años: más unidos que nunca"

El 16 de septiembre de 2021, se llevó a cabo el evento principal de recaudación de fondos de la Fundación, que, por la pandemia, continuó siendo virtual. El evento tuvo una duración de 3.5 horas, fue conducido y presentado por Ivan Lalinde, en compañía del presidente de la Junta Directiva Hector Orozco y la directora de fundraising y comunicaciones Luz Angela García.

Se contó con la participación de 29 empresas, 64 personas que adquirieron 73 Boxes Premium, empresas y personas que adquirieron 1.750 cartones sencillos del bingo. En total, se repartieron 2.558 cartones de Bingo. En el momento de mayor audiencia se tuvo 1.144 conexiones, estimando que esto equivale mínimo a 2 personas por conexión, es decir, un alcance de 2.288 personas que conocieron o reforzaron la labor de la Fundación.

La meta de recaudación fue sobrepasada un 8%, logrando hasta la fecha de este informe \$288.477.656.

3.2. Gran Día 2021

El 20 de noviembre, Arcos Dorados llevó a acabo la jornada de el Gran Día, que este año nuevamente se realizó un día sábado. A diferencia del año anterior, varias personas de ADC y las Fundaciones beneficiadas pudieron ir a apoyar presencialmente la venta de Bigmac's en los restaurantes. El embajador de la campaña fue el campeón paralímpico de natación Nelson Crispin. El resultado total fue dividido con Aldeas Infantiles SOS.



3.3. Alcantías en Restaurantes McDonald's

Para 2021 se tuvo un incremento del 16,5% con respecto al 2020. Se ha trabajado muy de cerca con la transportadora de valores Prosegur, quienes iniciaron el servicio de recolección con Arcos Dorados en febrero, para mejorar la logística mensual de recolección, sumado a esto, todos los meses el equipo de la Fundación hace un recorrido adicional por los puntos principales que Prosegur no logra recolectar en Bogotá, Medellín y Cartagena (60% del total de alcantías del país). El personal de Seguridad de McDonald's apoya en otras ciudades principales como Cali, Barranquilla y Santa Marta.



A diciembre 2021, se tenían instaladas 383 alcantías en 211 puntos en 18 ciudades/municipios de Colombia, con un promedio de recolección diaria de cada alcantía de \$310.

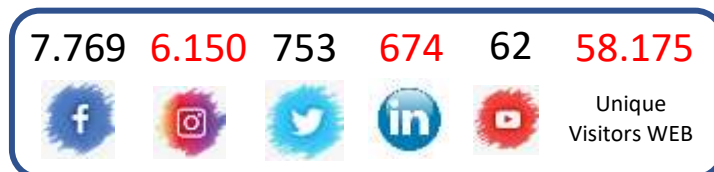
3.4. Marketing Digital

Desde diciembre 2020, que la Junta directiva aprobó trabajar en "la estrategia de fortalecimiento de donantes individuales, a través de campañas digitales, reforzadas con seguimiento y cierre de leads con call center" se contrató a una agencia digital; sin embargo, al finalizar mayo, se tomó la decisión de no continuar con ellos y buscar otra alternativa que se ajustara más a la realidad de la Fundación. Fue así como, después de analizar varias opciones y hacer "pilotos" varios meses, en octubre se contrató a un consultor externo, quien tiene las siguientes responsabilidades:

- Administración del grant de Google de USD 10.000 mensuales en pauta.
- Administración y segmentación de bases de datos de donantes y posibles donantes para envíos de emails.
- Generación de campañas digitales para consecución de leads y donaciones en: Ads y youtube.
- Medición, rastreo, trazabilidad y análisis de los leads capturados con diferentes herramientas y Google analytics.

Las campañas de Facebook e Instagram las gestiona la Community Manager, pero desde 2020 se identificó un problema de acceso con el "business manager" que finalmente fue resuelto con Facebook en febrero 2022.

A diciembre 2021, estas son las cifras de seguidores en las redes sociales de la Fundación:



Un dato muy importante es que en entre julio y diciembre logramos 105.501 reproducciones de los anuncios de videos de YouTube.

3.5. Donantes recurrentes y de un solo pago/donación

Si bien 2021 fue un gran año en donantes de "un solo pago/donación", en donantes recurrentes se tuvo un decrecimiento del 20,6% debido principalmente, a que, a finales del 2020 se perdieron algunos donantes de valores mensuales importantes, lo cual afectó el comportamiento del 2021, y solo hacia finales del mismo, con las actividades de marketing digital, inició una recuperación que se empieza a notar en diciembre 2021 y enero 2022 después de la campaña de conversión con call center.



En la siguiente gráfica se puede observar lo descrito en el párrafo anterior y empezamos a ver una tendencia positiva para el 2022. En cuanto a donantes de un solo pago/donación, se puede observar que creció tanto en número de personas, como en promedio de donación. Las campañas digitales aportaron hacia finales del 2021 e inicios del 2022 mas de 18 donantes, lo cual demuestra que ha empezado a tener resultado el trabajo que se ha realizado en marketing.





Hoy en día la Fundación cuenta con varios canales para recibir donaciones, lo cual ha permitido que la experiencia sea más fácil y se puedan vincular directamente a las campañas digitales para evitar “pasos” para el donante:

- PSE: para un solo pago digital.
- Efecty: código convenio para un solo pago presencial.
- Pay pal: para donaciones únicas y recurrentes para productos del exterior.
- Donar Online: para donaciones recurrentes automáticas y de un solo pago con tarjetas de crédito (a través de mercado pago solidario).
- AFRUS: para donaciones recurrentes automáticas y de un solo pago con tarjetas de crédito y desde cuentas bancarias de todos los bancos (este último ha presentado bastantes inconvenientes con los débitos)
- Convenio con Bancolombia: para donaciones recurrentes (por sucursal virtual) desde cuentas bancarias de todos los bancos. Se inició en febrero 2022.
- Mercado Pago Solidario: para donaciones recurrentes automáticas y de un solo pago con tarjetas de crédito y desde cuentas bancarias de todos los bancos. Para campañas puntuales como el “Bingo Virtual”.
- Transferencias directas a las cuentas del BBVA y Bancolombia de la Fundación

3.6. Bonos de toda ocasión y de condolencias

En mayo 2021 se implementó la Tienda virtual en la página web de la Fundación, a través de la cual se están ofreciendo principalmente los bonos de toda ocasión y los de condolencias, los cuales se han empezado a promocionar entre los conocidos y bases de datos de la Fundación, logrando unos aportes de 7.574.670 con:

- 15 bonos + orquídeas
- 15 bonos + velitas
- 8 bonos sencillos

Desde diciembre se empezó a pautar digitalmente en las redes sociales y con el Google grant. Y se deberán generar alianzas para promocionarlos con terceros.

4. Voluntariado

En 2021, la gran parte del año se continuó con la restricción de tener voluntarios presenciales en los programas, motivo por el cual, el voluntariado, en su gran mayoría fue realizado de virtual. En total tuvimos 144 voluntarios que sumaron 2.223 horas:

- Voluntarios corporativos: 47 voluntarios que hicieron 331 horas, de Coca-Cola, UPS y McDonald's.
- Instituciones educativas: 82 voluntarios que hicieron 1.422 horas. Entre las instituciones educativas encontramos a los colegios Liceo Francés, Maria Auxiliadora, SEK Internacional, Santa Mariana de Jesus y CIEDI, El Carmelo. Las Universidades El Bosque y El Rosario.
- Individuales: 15 voluntarios que hicieron 470 horas.



4. Detalle ingresos 2021

Las donaciones están desagregadas como se muestra a continuación (en miles de pesos colombianos):

	2021	2020
Gran Día	650.007	-
Cena de Amigos	319.735	88.949
Subsidio Casa Ronald McDonald Nuevos Horizontes	287.680	\$239.094
Donaciones recibidas RMHC	234.095	568.758
Donaciones Empresas	64.651	547.056
Eventos de recaudación	60.360	5.551
Alcancías	42.774	36.706
Donaciones Personas Naturales	31.936	22.197
Donaciones en especie	17.613	37.753
Venta de Merchandising	9.443	691
Actividades en las Casas Ronald	7.585	14.027
Otros Ingresos	6.238	-
Otras alcancías	688	259
	1.732.805	1.561.041

5. Detalle gastos 2021

De acuerdo a lineamientos y estándares financieros de casa matriz (Ronald McDonald House Charities) se presenta la siguiente clasificación de los gastos operativos (en miles de pesos colombianos):

	2021	2020
Casas Ronald McDonald	508.272	457.547
Salas Familiares Ronald McDonald	298.283	298.622
Fundraising & Desarrollo	273.096	231.840
Gastos Generales Admón y Gestión	170.332	172.668
Total Depreciación y Amortización	113.379	108.804
	1.363.362	1.269.481

6. Evolución previsible

A 31 de diciembre de 2021, la Fundación cuenta con un saldo en Bancos de \$2.014.315.593, mas \$900.000 en Cajas Menores, lo cual asegura el desarrollo normal de las operaciones de todos los programas y su parte administrativa durante al menos 20 meses.

No han ocurrido hechos posteriores que puedan poner en riesgo la continuidad de la Fundación como se indica en la nota 19 a los estados financieros.

7. Operaciones celebradas con los miembros del consejo directivo y con los administradores

Durante 2021, la firma Brick Abogados, de la cual el señor Juan Diego Rodriguez es socio y a su vez hace parte del Consejo Directivo de la Fundación, asesoró jurídicamente a la Fundación en todos los temas legales, tributarios y laborales que se requirió.

8. Transparencia

Conscientes de la importancia de contar con valores como la transparencia, nuestra Fundación somete a proceso de auditoría los estados financieros, el cual es realizado por KPMG Colombia.

9. Propiedad Intelectual

Se informa que la Fundación está cumpliendo con las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor.

10. Libre Circulación de Facturas

Se informa que la Fundación no entorpeció la libre circulación de las facturas con endoso emitidas por los vendedores o proveedores.

11. Varios

A 31 de diciembre de 2021, La Fundación se encuentra al día con todas las obligaciones importantes que debe cumplir: Cámara y Comercio, informe anual alcaldía de Bogotá, Renovación de Régimen Tributario Especial ante la DIAN, impuestos nacionales y distritales de Bogotá y Cartagena mensuales, bimensuales y anuales.

Atentamente,



Diana M. Peña Giraldo
Directora Ejecutiva
Representante Legal (S)