

Fundación Banco de Alimentos

MEMORIA

Ejercicio social finalizado el 31 de diciembre de 2016.

Señores Miembros del Consejo de Administración:

En cumplimiento de las disposiciones legales y estatutarias vigentes, y en ocasión del cierre del decimoséptimo ejercicio de la Fundación Banco de Alimentos, corresponde someter a consideración del Consejo de Administración, la presente Memoria, el Inventario, el Estado de Situación Patrimonial, los Estados de Recursos y Gastos, de Evolución del Patrimonio Neto y de Flujo de Efectivo, con sus Notas y Anexos complementarios, correspondientes al Ejercicio Económico N°17 finalizado el 31 de diciembre de 2016.

Durante este período se realizó un intenso trabajo en las distintas áreas de la Fundación, que permitió alcanzar los siguientes resultados:

En el año 2016 aumentó la cantidad de donaciones de alimentos y productos alcanzando los 4.428.777 kilogramos, así como también su distribución llegando a repartirse 4.323.927 kilos de alimentos y productos. Se incrementó la cantidad de fruta y verdura fresca, gracias a los programas de recupero de fruta y verdura con proveedores de Carrefour y Food Service, y también gracias a la nueva metodología de recupero con el Mercado Central.

Se sostuvo durante todo el año el envío de donaciones de alimentos y productos a Bancos de Alimentos del interior del país.

Creció la cantidad de organizaciones vinculadas a la Fundación y la cantidad de personas alcanzadas. Se incorporaron 174 nuevas organizaciones, y el alcance en número de personas llegó a 110.186. Se realizaron 9 reuniones de incorporación de organizaciones a lo largo del año. Como resultados de este trabajo la Fundación en 2016 llegó a 809 organizaciones comunitarias localizadas en la Ciudad de Buenos Aires y 33 partidos del Gran Buenos Aires

Se sostuvieron los programas de becas. Se dio por finalizado el Programa Comensalidad y en su reemplazo se inició el programa Nutrir el Futuro. También se incorporó un día adicional al programa de entregas de alimentos y productos a las organizaciones con el camión propio.

La sustentabilidad de la organización continuó con un crecimiento sostenido alcanzando los 7 meses y 28 días meses.

Desde el Área de Nutrición se implementó con éxito un sistema de Identificación de alimentos aptos celiacos con relevante impacto para las organizaciones comunitarias.

Respecto al voluntariado, hubo un aumento en la cantidad de horas voluntarias –a pesar de la menor cantidad de voluntarios- que se explica por un mayor compromiso por parte de los voluntarios individuales. Además se evidenció un importante crecimiento del voluntariado grupal (empresas, escuelas y ONG)

En relación a Desarrollo de Fondos, se profundizó el trabajo con donantes individuales aplicando una importante inversión en campañas de captación con bancos comerciales. A su vez, se logró crecer en donaciones provenientes de fondos internacionales y en lo vinculado a eventos se destacaron los resultados de las Mil Millas además de la Cena de Recaudación.

En relación a la Comunicación se logró contar con un informe realizado de manera pro bono por Cuore -empresa de investigación de mercado- en el que se destaca un crecimiento significativo en el conocimiento y la visibilidad de la organización, especialmente en la Ciudad de Buenos Aires, donde el incremento fue de diecisiete puntos porcentuales. Asimismo durante 2016 se realizó la actualización de la marca del Banco de Alimentos a través de la reformulación de su isologotipo y claim gracias al aporte pro bono del estudio F&S.

Se detallan a continuación las acciones más relevantes de la gestión 2016:

1. Se incorporaron 56 nuevos donantes de alimentos, productos y servicios.
2. Se implementaron nuevos Programas de Recupero de Fruta y Verdura con proveedores de Carrefour y Food Service. Se modificó la metodología de rescate aplicada con mercado central, promoviendo la entrega sin contribución a organizaciones que recibieron en forma directa estos alimentos tomando bajo su responsabilidad la tarea de clasificarlos. Con todos estos programas en total se recuperaron 92.356 kilogramos de frutas y verduras frescas.
3. Se recibió de parte de CAPIA (Cámara Argentina de Productores Avícolas) la donación de 1.000.000 huevos para todo el país. La donación se hizo a través de Javier Mascherano, hecho por el cual tuvimos una alta repercusión en prensa y redes sociales.
4. Se dio por finalizado el programa Comensalidad y se lo reemplazó por un nuevo programa de becas llamado “nutrir el futuro” que tiene como finalidad formar a las cocineras como referentes en las OCV en temas nutricionales. La cantidad de organizaciones beneficiadas con becas ascendió a un total de 165. A esto se suman 9 organizaciones que fueron beneficiadas con becas por los programas de Comensalidad y, posteriormente, Nutrir el Futuro.
5. También se benefició a un total de 213 organizaciones a través de los programas de reparto, ya sea con camión propio como en alianza con otros donantes.
6. Se realizaron 1654 visitas de acompañamiento e incorporación. Se contrató un recurso adicional durante 9 meses para cubrir el cronograma de visitas y realizar las incorporaciones. También se sumaron 6 voluntarios nuevos para hacer visitas.

7. En el marco del proyecto de SC Johnson se comenzaron a implementar Kermesses Saludables.
8. A través de la Red Argentina de Bancos de Alimentos se recibieron \$210.000 donados por la Fundación Internacional Carrefour. Con este dinero cubrió parte del costo de un autoelevador nuevo. Para este equipamiento, también se utilizaron fondos provenientes del Rotary Club.
9. Se instaló un reefer extra que permitió sumar 10 posiciones adicionales para captar mayor cantidad de alimentos frescos
10. Se logró la renovación del alquiler en el predio actual por 3 años más.
11. A la Cena de Recaudación se sumaron nuevas empresas tales como Almundo, Banco Provincia, Banco Patagonia, Banco HSBC, entre otros.
12. Fuimos seleccionados como beneficiarios -junto a Fundación Ruta 40, Fundación Alfarcito y Colegio Madre Teresa- del Redondeo Solidario de Banco Galicia. Estos fondos se aplicaron al programa de Rescate de Fruta y Verdura con el MCBA.
13. Se logró recaudar \$ 42.869 a partir de la carrera de Rodrigo Nardillo (CCC Mont Blanc). De ese monto, \$20.000 se entregaron a Bancos de Alimentos del interior del país.
14. Se recibieron USD 25.000 de parte de General Mills. La empresa aseguró la misma cantidad para 2017.
15. Se mantuvieron los grandes donantes: Rabobank, Antares Naviera, Murchison, Ciara, entre otros.
16. Se realizó un trabajo en equipo con la consultora DAOSAXION llamado "Liderazgo para alcanzar más". Se implementaron dos encuentros con el equipo de dirección general y reuniones de coaching individuales con ellos. En paralelo se revisó y modificó el proceso de evaluación de desempeño alineándolo con la planificación anual de cada área.
17. Se implementaron nuevos espacios de encuentro con voluntarios, así como también un programa de padrinos en pos lograr la fidelización de los mismos.
18. Se realizó una alianza con Danone que generó la participación del BA en una activación en redes sociales que el donante desarrolló durante la entrega de los Premios Martín Fierro. Gracias a esta acción se recibieron 50.000 potes de yogur.

Se detallan a continuación las acciones destacadas por áreas

Área social

1. Se sostuvieron los programas con:

- SC Johnson,
 - IVI Foundation ,
 - Copa de leche
 - Niño Saludable de Nestlé.
2. Se brindó soporte a Molinos Rio de la Plata en dos encuentros con organizaciones comunitarias que organizó en los partidos de Pilar y San Fernando.
 3. Se realizó un trabajo de articulación con universidades y se acompañó a alumnas de Trabajo Social de la Universidad de José C .Paz y se recibieron pasantes de la Universidad Maimónides.
 4. Se comenzó a trabajar con el Municipio de San Miguel en la entrega de alimentos a centros de primera infancia.

Donantes de Alimentos y Servicios Logísticos

1. En 2016 se recibieron 4.428.777 kg. que representan un 4,66% más que lo ingresado el año anterior. Los alimentos aumentaron un 3,43% y los productos de higiene y limpieza un 13,47%.
2. Se generaron 56 nuevos donantes, entre los que se destacan: Expofrut, Dole, Hausbrot, Vital y Baggio.
3. Se incrementó en un 26,3% las donaciones de lácteos de Fundación Danone y se logró un crecimiento de 72,8% de fruta y verdura. Esto impulsó que durante todo el tercer trimestre del año entre el 70 y 80% de los alimentos fueran de alta calidad nutricional.
4. Como consecuencia de un mayor rescate de frutas y verduras, se realizó una inversión mayor en fletes pagos, ya que la dinámica de los retiros de este tipo de alimento hace imposible trabajar con fletes donados.

Operaciones

1. Se logró cubrir en promedio aproximadamente el 23% de las necesidades de las OCV. Este porcentaje es idéntico al de 2015.
2. Aumentaron la cantidad de pedidos realizados por parte de las organizaciones, pasando de 10.812 en 2015 a 11.268 en 2016.
3. El porcentaje de organizaciones que no pudieron realizar pedidos de alimentos por problemas económicos fue un 10% menor en comparación con el año anterior. En promedio fueron 57 las OCV que no realizaron pedidos por problemas económicos.

4. Del total de kilos repartidos, un 20,4% de ellos fueron entregados sin contribución lo que equivale a 885.584 kilos.

Voluntarios y clasificación

1. Las horas de voluntariado de clasificación aumentaron un 4,70% en relación a 2015. Hubo un mayor compromiso por parte de voluntarios individuales que se reflejó en un aumento en la cantidad de horas donadas por este grupo.
2. El número de voluntarios acompañó la demanda de clasificación. El ingreso de grupos de voluntarios aumentó en un 75%. Este crecimiento estuvo dado principalmente por el ingreso de 29 empresas, 6 colegios y 3 ONG entre los que se destacan: DT Logística, Oneminetta, Maersk. Walmart, JP Morgan, Coca Cola Femas, SAP, Telecom, Camacita, Instituto Ballester, San Juan Bosco y Buenos Aires Acetil
3. En relación a los voluntarios individuales que desarrollan tareas administrativas, se evidenció un aumento en el número de voluntarios en las siguientes áreas según demanda de las mismas: Nutrición, Área Social, Recursos Humanos.
4. Se destaca la participación de empresas como Mondelez y Porter Novelli a través de voluntariado profesional para el área de comunicación.

Contabilidad y Finanzas

1. La sustentabilidad subió considerablemente durante 2016 superando los 7 meses. Esto se debió a principalmente a mayores ingresos provenientes de campañas de recaudación, pero también a menores gastos operativos.
2. El valor de la contribución que realizan las OCV en relación al valor de mercado fue de 4,25%.
3. El valor de mercado de los alimentos recibidos fue de \$ 468.282.423.-valor obtenido luego de la pesificación realizada en enero de 2017, que arrojó como resultado el valor de \$108,30 por kilo recibido.

Desarrollo de Fondos

1. La recaudación neta fue de \$ 13.487,733 lo que representa un crecimiento del 44,88% con respecto al 2015.
2. Este incremento es producto de las importantes donaciones recibidas a partir de los eventos de recaudación realizados en el año, especialmente en Cena y Mil Millas.
3. La inversión realizada en campañas para captación de donantes individuales fue de \$6.581.956
4. Se lograron captar 5.407 nuevos donantes individuales

Comunicación

1. La cantidad de apariciones en medios disminuyó levemente (en tan solo 2 repercusiones) en relación al año anterior. Los meses que contaron con menores repercusiones coinciden con meses en los que dejaron de existir ciertas actividades tales como semana de la sopa Knorr. No obstante esto, la cantidad de repercusiones supera ampliamente los objetivos planteados.
2. En relación al ad value, el valor alcanzado en 2016 fue de \$8.251.215.-, que representa un 15% más que en 2015.
3. El salto en la cantidad de fans de Facebook y seguidores en Twitter cumplió con los objetivos que se plantearon al inicio del año y en ambos casos mostró un crecimiento con respecto a 2015, de un 31,8 % y 19,38% respectivamente

Calidad

1. En el mes de noviembre, la Fundación aprobó la auditoría periódica al Sistema de Gestión de Calidad, es de destacar que desde el año 2007 se ha mantenido la certificación del Sistema de Gestión de Calidad de acuerdo a ISO 9000.

Por último se detallan los objetivos planteados para el año y su grado de cumplimiento

La colaboración desinteresada de nuestros voluntarios y la tarea comprometida y eficaz del Staff ha sido determinante en el resultado del ejercicio.

Agradecemos el enorme apoyo y actitud solidaria de los donantes

Buenos Aires, 20 de abril de 2017.

Mario Vicens

Secretario

Tomás Klepetar

Presidente