

FUNDACIÓN BANCO DE ALIMENTOS

MEMORIA

Ejercicio social finalizado el 31 de diciembre de 2017

Señores Miembros del Consejo de Administración:

En cumplimiento de las disposiciones legales y estatutarias vigentes y en ocasión del cierre del décimo octavo 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 N° 18 finalizado el 31 de diciembre de 2017.

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

En 2017 aumentó la cantidad de donaciones de alimentos y productos recibidos alcanzando los 4.606.669 kilos que representan un aumento del 4% con respecto al año anterior. Este número está conformado por 4.128.443 kilos de alimentos, 478.212 kilos de productos de higiene y limpieza y 14 kilos de productos varios.

Estas donaciones se alcanzaron gracias al apoyo sostenido de las empresas donantes que acompañan el crecimiento de Fundación Banco de Alimentos desde su creación. Molinos Río de la Plata volvió a posicionarse como el mayor donante de alimentos, en tanto que Unilever se posiciona como el mayor donante de productos de higiene y limpieza. Es de destacar también el compromiso de Mondelez, Cencosud, Fundación Danone, Coca Cola Femsa, Clorox, Nestle, Arcor, WalMart y Carrefour entre otros. Además se generaron 53 nuevos donantes, entre los que se destacan: Alimentos Refrigerados (ARSA), Catter Meat, los Mercados de Frutas y Verduras de Pilar y Beccar, Servicios Compass y varios productores de legumbres.

Durante el último año se recibieron 670.778 kilos de lácteos, lo que representa una suba del 22% respecto del 2016. En lo que respecta a fruta y verdura fresca, por segundo año consecutivo, logramos incrementar de manera relevante el volumen recibido. En 2017 el crecimiento fue del 82% respecto del año anterior. Nuestros esfuerzos en mejorar el valor nutricional de los alimentos repartidos comenzaron a rendir sus frutos y trabajaremos en consecuencia para mantenerlo y mejorarlo.

También se incrementó la distribución de los productos recibidos en donación en relación al año anterior, llegando a entregar 4.395.652 kilos de alimentos y productos.

Se detallan a continuación los programas implementados durante el año y los principales resultados por áreas de trabajo

Programas

A través del Programa de Reparto –tanto con camión propio como con el aporte de diferentes donantes de logística- se entregaron 394.105 kilos a 307 organizaciones. Adicionalmente se llevaron 113.698 kilos de Frutas y Verduras Frescas a 17 organizaciones. En tal sentido el invaluable aporte de empresas como Tasa Logística y Chepp entre otras han permitido sostener e incrementar estos programas y así beneficiar a más instituciones con donaciones de transporte. De esta forma las organizaciones beneficiadas no tuvieron que afrontar el costo del transporte hacia y desde el depósito de la Fundación Banco de Alimentos.

A partir del Programa de Becas, se beneficiaron 226 organizaciones que recibieron 236.629 kilos de alimentos. Cabe aclarar que en el último año se aplicaron cambios en este programa que impactaron en la cantidad de organizaciones beneficiadas, pasando de 165 en 2016 a 226 en 2017. Con este cambio la cantidad de organizaciones alcanzadas creció un 37%.

Durante el 2017 se afianzaron los programas en alianza con empresas. Por un lado se trabajó junto a SC Johnson en lograr un mayor impacto a través del Programa de Fortalecimiento a Organizaciones Sociales -que por quinto año consecutivo se desarrolla en las localidades de Pilar, Boulogne y Virreyes-; y por otro lado, se trabajó también en alianza junto a Nestlé en programas de nutrición.

Organizaciones y Beneficiarios

En relación a los beneficiarios, hemos logrado llegar a una mayor cantidad de organizaciones, personas alcanzadas y platos de comida que las instituciones ofrecen a las poblaciones que asisten.

Así, en el último año, se incorporaron 154 nuevas organizaciones, y el alcance en número de personas llegó a 119.591.

A fin de seguir profundizando el vínculo con las organizaciones y con el objeto de crear un momento de encuentro e intercambio en octubre se realizó el Encuentro de Organizaciones, que contó con la participación de 517 personas pertenecientes a 349 organizaciones.

Nutrición

Desde el Área de Nutrición, además de medir el valor nutricional de los alimentos que se entregan, se comenzó a medir la cantidad de nutrientes. En lo que respecta al valor nutricional, se destaca un crecimiento de 3 puntos porcentuales en el valor nutricional alto.

Finanzas

En lo que respecta a la sustentabilidad con las inversiones financieras se obtuvo un mejor rendimiento que el esperado, y los ingresos por Desarrollo de Fondos superaron los objetivos propuestos.

Infraestructura

Se realizaron nuevas inversiones en equipamiento. Por un lado se sumó un nuevo reefer, que permitió aumentar la capacidad de frío en 8 posiciones; y por otro lado, se instalaron nuevas estanterías, que suman 96 posiciones adicionales para almacenamiento de productos secos. También se adquirieron balanzas, zorras hidráulicas, y otros equipamientos de depósito, algunos de ellos donados. Estas inversiones nos permiten dar una mejor y más rápida respuesta a los ofrecimientos de donaciones de alimentos y productos de nuestros donantes.

Calidad

En lo que respecta al Sistema de Gestión de Calidad se continuó trabajando, como se viene haciendo desde el año 2007, en la actualización de la norma ISO 9001 a su versión 2015. La certificación de la misma fue alcanzada con éxito en el marco de una auditoría externa realizada por Det Norske Veritas (DNV) en octubre.

Voluntariado y Recursos Humanos

En relación al voluntariado total se destaca un aumento del 19% en la cantidad de voluntarios que trabajaron en el año. En lo respecta al ingreso de voluntarios individuales –que participan en diferentes tareas- , se evidenció un aumento del 6%.

Las acciones de fidelización para voluntarios permanentes se vieron reflejadas en la antigüedad promedio, que actualmente es de 4,9 años. Cabe destacar que un 53% de los voluntarios poseen más de 6 años de antigüedad.

Entre las acciones implementadas se destacan las nuevas actividades ofrecidas tales como el Taller de Juguetes, las Kermeses Saludables en Organizaciones y nuevos eventos para canalizar su participación como embajadores.

Dieciséis personas participaron de diversas capacitaciones externas. En particular cabe mencionar que dos personas recibieron media beca para la realización de estudios de posgrado y diplomatura; y dos personas fueron becadas para participar en La Conferencia de la Global Food Banking Network en Houston, Estados Unidos de América.

Desarrollo de Fondos

Desde el área de Desarrollo de Fondos, se alcanzó un crecimiento del 33% en la recaudación neta por encima del objetivo, superando escasamente la inflación del periodo.

Se evidenció un crecimiento en las campañas de donantes individuales y también un crecimiento en alianzas con empresas, reflejado en la implementación de acciones de marketing filantrópico con empresas tales como Subway y Campari. A su vez, se recibieron nuevos fondos de grandes donantes individuales que marcaron una gran diferencia en la recaudación de este año.

En cuanto a eventos de recaudación, tanto la Cena Anual como las Mil Millas alcanzaron los resultados esperados. Por otro lado, en su primera edición, la Foodie Night tuvo grandes resultados, a la vez que permitió instalarse entre el público joven afianzando su compromiso con el Banco de Alimentos y con su causa.

Comunicación

En temas de visibilidad y posicionamiento, se implementó la campaña de comunicación masiva “Bancos” con el apoyo de la agencia Mercado McCANN que se canalizó a través de medios gráficos como La Nación y Clarín, vía pública y redes sociales. De acuerdo a un informe realizado por una empresa de investigación de mercado el conocimiento de la organización creció un 50% post campaña de posicionamiento.

Otra acción de visibilidad implementada fue la Jornada de Clasificación en Vía Pública que contó con el apoyo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en noviembre.

Además, durante el 2017 se llevaron a cabo distintas acciones en alianzas con empresas tales como #Salvemoslacomida o Jornadas Éxito que potenciaron la aparición en los medios de prensa.

En el último año se lograron 417 repercusiones, 63 más que en 2016, reflejando un 18% de crecimiento. En forma paralela se activaron diferentes campañas en redes sociales, tanto de posicionamiento como de recaudación de fondos. Se logró crecer en seguidores en Facebook, alcanzando a los 58.405, así como también en Instagram y Twitter.

Como primera aproximación al tema de comunicación digital, y en el marco de una acción de voluntariado profesional, se realizó una alianza para la activación de una campaña de recaudación en redes sociales.

En agosto se lanzó el nuevo sitio web que fue rediseñado en función del proceso de rebranding iniciado en 2016 con el cambio de logo.

Reconocimientos

Como resultado del esfuerzo y del trabajo en equipo, en 2017 obtuvimos dos reconocimientos. El primero de ellos de parte de GS1 (www.gs1.org.ar), organización global sin fines de lucro que se dedica al diseño e implementación de estándares globales y soluciones para mejorar la eficiencia y la visibilidad a lo largo de la cadena de valor. Esta empresa premió al Banco de Alimentos por la implementación del Código de Barras. El otro reconocimiento fue otorgado por APSAL, Asociación Profesionales de Salud y Alimentos, (www.apsal.org) en la categoría “Acciones Sociales” por la Movilización de Voluntarios para la recuperación de alimentos de la industria”.

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

Agradecemos el enorme apoyo y actitud solidaria de los donantes.

Buenos Aires, 28 de marzo de 2018.

Mario Luis Vicens
Secretario

Tomás Miguel Klepetar
Presidente