

FUNDACIÓN BANCO DE ALIMENTOS

MEMORIA

Ejercicio social finalizado el 31 de diciembre de 2018

Señores Miembros del Consejo de Administración:

En cumplimiento de las disposiciones legales y estatutarias vigentes y en ocasión del cierre del décimo noveno 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° 19 finalizado el 31 de diciembre de 2018.

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

En 2018 aumentó la cantidad de donaciones de alimentos y productos recibidos alcanzando los 5.639.343 kilos que representan un aumento del 22% con respecto al año anterior. El 91% de las donaciones recibidas corresponden a alimentos y el 9% a productos de higiene y limpieza.

Estas donaciones se alcanzaron gracias al apoyo sostenido de las empresas donantes que acompañan el crecimiento de Fundación Banco de Alimentos desde su creación. McCain se posicionó como el mayor donante de alimentos, seguido por Molinos y Unilever en tanto que Unilever se posiciona como el mayor donante de productos de higiene y limpieza. Es de destacar que, si se consideran juntas las donaciones por total compañía, Unilever se consolida como el segundo donante. Se consolidaron las donaciones de frutas y verduras del Mercado de Beccar llegando a las 414 toneladas, lo que representa un record en las donaciones de este tipo de alimentos. Otras empresas como Mondelez, Cencosud, Fundación Danone, Coca Cola Femsa, Clorox, Nestlé, Arcor, WalMart y Carrefour confirmaron nuevamente su compromiso donando a lo largo del año alimentos y productos. Además, se generaron 45 nuevos donantes. Durante el último año se recibieron 881.738 kilos de lácteos y postres, lo que representa una suba del 22% respecto del 2017. En lo que respecta a fruta y verdura fresca, por segundo año consecutivo, logramos incrementar de manera relevante el volumen recibido. En 2018 el crecimiento fue mayor al triple 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 5.537.813 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 1.835.598 kilos a 290 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 316 organizaciones que recibieron 332.818 kilos de alimentos. Además se mejoró sensiblemente el impacto de las donaciones de la Fundación por los 2.306.242 millones de kilos entregados a través de diferentes acciones que permitieron llegar con papas, lácteos, agua mineral, frutas y verduras y alimentos no perecederos, entre otros, a más de 300 organizaciones comunitarias vinculadas a la Fundación Banco de Alimentos.

Durante el 2018 se continuaron afianzando 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 sexto año consecutivo se desarrolla en las localidades de Pilar, Boulogne y Virreyes y, por otro lado, se trabajó también en alianza junto a Cencosud en el Programa Cocina Saludable

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 251 nuevas organizaciones, y el alcance en número de personas llegó a 143.342, siendo el crecimiento en personas alcanzadas de un 20%

En cuanto a los platos de comida a través de los cuales las organizaciones brindan ayuda alimentaria, estos mostraron un crecimiento del 11% teniendo en cuenta que a fines de 2017 eran 4.011.832 y a fines de 2018 fueron 4.465.420.

Nutrición

Desde el Área de Nutrición, se continuó realizando la medición de nutrientes de los alimentos entregados. En lo que respecta al valor nutricional, en el último año se destaca una baja en el valor nutricional alto y una suba importante en el valor nutricional medio. La suma de ambos valores (alto y medio) registró un aumento de 10 puntos porcentuales en relación a 2018. A esto se suma también una disminución en el valor nutricional bajo. Se concluyen entonces que el valor nutricional de los alimentos entregados mejoró respecto del año anterior.

Finanzas

En lo que respecta a las inversiones financieras se usaron como instrumentos los plazos fijos, las Lebacs y FCI (para inversiones en pesos) y BONAR 2020 para inversiones en dólares. En junio se decidió dolarizar parte de las reservas en pesos y finalmente en septiembre se dolarizaron todas las reservas. La composición de las reservas a cierre de año es 45% en cuenta dólares y 55% BONAR 2020. Los ingresos por Desarrollo de Fondos superaron los objetivos propuestos.

Infraestructura

Se realizaron nuevas inversiones en equipamiento. Por un lado, se compraron y cambiaron 33 largueros, se adquirió una batería para autoelevador y un termómetro para la medición de los productos refrigerados y/o congelados. En el área de clasificación se instalaron tres extractores para generar espacio propicio y agradable para la clasificación de verduras.

Calidad

En lo que respecta al Sistema de Gestión de Calidad se continuó trabajando, como se viene haciendo desde el año 2007, se mantuvo el certificado. 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 5% en la cantidad de las horas totales trabajadas por voluntarios. La base de voluntarios activos aumentó un 5% por un incremento del número de voluntarios permanentes, lo cual se debe a la implementación de nuevas acciones y programas entre los que se destacan: Taller de Juguetes, Misión Entrega, Kermesses Saludables y Colecta de Leche.

Las acciones de fidelización para voluntarios permanentes se vieron reflejadas en el aumento de la antigüedad promedio, que actualmente es de 5,5 años

Ocho personas participaron de diversas capacitaciones externas. Se realizaron dos viajes a Bancos de Alimentos del interior 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 31% en la recaudación neta por encima del objetivo.

Se continuó trabajando en la búsqueda de la sustentabilidad del Banco de Alimentos a través de la adquisición de pequeños donantes individuales sostenidos en el tiempo, potenciando los canales y las técnicas de adquisición digitales. Se aumentaron alianzas con el sector privado reflejado en la implementación de acciones de marketing filantrópico con empresas tales como Subway, Campari y Cepas que permitieron recaudar además de comunicar en nuevos públicos. En la variedad de estrategias del plan anual el área también impulsó y coordinó acciones cuya distribución contempla acompañar a otros Bancos de Alimentos a nivel nacional.

En cuanto a eventos de recaudación, tanto la Cena Anual como las Mil Millas superaron los resultados esperados. Por otro lado, en su segunda 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 hizo foco en el desarrollo de una Estrategia de Comunicación Digital. Para tal fin se contrataron los servicios de una agencia especializada y se invirtieron recursos en pauta para Facebook e Instagram. Gracias a esto, se logró crecer en alcance, interacción y seguidores. En este último ítem, el crecimiento fue del 19%, que se reflejan en 8.300 nuevos seguidores en FB y 3.500 en Instagram. En cuanto a repercusiones de prensa, se obtuvieron 403 apariciones.

Como acciones a destacar, en el mes de agosto se llevó a cabo –en conjunto con la RED- un evento con periodistas para comunicar el lanzamiento del segundo camión y los avances de la Ley Donal. Y en el mes de diciembre -a partir de una acción de voluntariado corporativo de Disney- se trabajó en la producción de un nuevo video institucional.

En el último año se lograron 403 repercusiones. 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 66.705, así como también en Instagram y Twitter.

Para finalizar en el mes de julio En julio de 2018, el Consejo de Administración realizó una sesión de revisión del Plan Estratégico, que derivó en las siguientes acciones:

Se definió la VISION de la organización.

Se fortaleció el equipo de Donantes del Alimentos con la incorporación de un recurso nuevo

Se Implementaron estrategias con inversión en logística para la captación de grandes donaciones de frescos.

Se Incrementó por encima de lo proyectado en 2017 el número de OCV y personas atendidas.

El Consejo de Administración trabajó en pos de la incorporación de nuevos miembros para este órgano y para el comité de DRR.

Se gestionaron alianzas con el sector público: se firmaron convenios de colaboración con Provincia de Buenos Aires y los municipios de Tigre y Quilmes. A la vez que se afianzaron los vínculos con otros municipios, tales como San Martín, Morón y Vicente López.

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 febrero de 2019.

Mario Luis Vicens
Secretario

Santiago Nicholson
Presidente