

ESTADOS CONTABLES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020

"FUNDACION BANCO DE ALIMENTOS"



Reconquista 336- Piso 11

EJERCICIO ECONOMICO N° 21 - INICIADO EL 1º DE ENERO DE 2020
EXPRESADOS EN PESOS DE CIERRE DE 2020

COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR

- BUENOS AIRES -

"2020"

FUNDACIÓN BANCO DE ALIMENTOS

MEMORIA

Ejercicio social finalizado el 31 de diciembre de 2020

Señores Miembros del Consejo de Administración:

En cumplimiento de las disposiciones legales y estatutarias vigentes y en ocasión del cierre del vigésimo primer 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° 21 finalizado el 31 de diciembre de 2020.

Durante este período se realizó un trabajo intenso y profesional en todas las áreas de la Fundación para dar respuesta a las necesidades de las organizaciones sociales atravesadas por la pandemia del COVID 19. Fue un año de grandes desafíos y esfuerzos impuestos por las cuarentenas y restricciones establecidas para atender la crisis sanitaria.

La Fundación se adaptó a nuevas formas de trabajo, implementó protocolos de cuidado y mantuvo su depósito operativo garantizando la entrega de alimentos a las organizaciones durante todo el año. Se trabajó durante el periodo en las particulares, exigentes y duras circunstancias que impuso la emergencia. La gestión administrativa y en particular la operación en el depósito se llevó a cabo cumpliendo con procesos especialmente diseñados para este contexto y con gran compromiso del personal a cargo de estas tareas. El modo teletrabajo permitió continuar con las ineludibles actividades administrativas.

La Fundación, desde el inicio del aislamiento social preventivo y obligatorio, vio incrementados fuertemente los volúmenes de alimentos entregados a las organizaciones comunitarias vinculadas a las que asiste. Las donaciones de nuestros tradicionales donantes aumentaron considerablemente en la emergencia y el resultado de campañas de recaudación de fondos puestas en práctica con motivo de las consecuencias de la cuarentena fueron de magnitud.

Asimismo, debe destacarse la participación de la Fundación en el programa #SeamosUno. Con esta iniciativa, plural y multisectorial de individuos, empresas grandes y pequeñas, emprendedores, ONG, el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires y el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se entregaron 1 millón de cajas con alimentos y elementos sanitarios a los sectores más vulnerables del AMBA. La Fundación Banco de Alimentos se sumó a esta importante acción para lograr un impacto mayor en el cumplimiento de su misión durante la emergencia del COVID 19.

Los resultados destacados del periodo de detallan a continuación:

En 2020 se recibieron 7.642.849 kilos de alimentos y productos que representan un aumento del 47% con respecto al año anterior. Las donaciones aumentaron considerablemente de marzo a septiembre, volviendo a los volúmenes pre-pandemia a partir de este último mes. Del total de kilos recibidos, 1.797.547 kg corresponden a #SeamosUno.

Por cuarto año consecutivo se realizó la encuesta de satisfacción a donantes. El 97% de los encuestados calificó como muy bueno el servicio que brinda el Banco, en comparación con el 93% del año anterior.

Se registró un aumento de volumen, de variedad y calidad de los alimentos. Igualmente, para completar las donaciones recibidas, la Fundación Banco de Alimentos definió por primera vez invertir en la compra de alimentos. Se compraron 100 toneladas de leche larga vida, arroz y harina. El 89,8 % de las donaciones recibidas corresponden a alimentos y el 10,2% 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.

Mc Cain se posicionó como el mayor donante de alimentos, por las donaciones de papas frescas, seguido por Molinos Río de la Plata. Unilever se posiciona como el mayor donante de productos de higiene y limpieza. Nuevamente si se consideran en conjunto las donaciones de Unilever por total compañía, alimentos y productos de higiene y limpieza, esta compañía se ubica en segundo lugar en el ranking total de donantes. El Mercado de Beccar ocupó el segundo lugar entre los donantes de frutas y verduras frescas llegando a las 288 toneladas.

Empresas como Mondelez, Cencosud, Fundación Danone, Simplot, Coca Cola Femsa, Clorox, Nestlé, WalMart y Carrefour confirmaron nuevamente su compromiso donando a lo largo del año alimentos y productos.

Se generaron nuevos donantes de alimentos, entre los que se destacan: Arcos Dorados, Eco de los Andes, Reckitt Benckiser, Grupo Nelo, Rivara, La Anónima, Felices las Vacas.

El año cerró con un total de 202 donantes. Si bien las donaciones de los diez principales donantes muestran una caída en relación a 2019, en el resto de los donantes vemos un incremento del volumen, contribuyendo así a la atomización de las donaciones buscada.

Se destaca que durante el último año se recibieron 732 toneladas de lácteos, lo que representa un aumento de 5,6% con respecto a 2019.

Durante el 2020 se distribuyeron 7.646.082 kilos de alimentos y productos, un 52% más de lo que se distribuyó en todo 2019 (1.797.547 kg kilos corresponden a #SeamosUno) Esto representa un total de 22.678.936 platos de comida, que representan un crecimiento de 16,8% en relación a los platos entregados en 2019.

El 57% de la mercadería entregada, fue distribuida sin contribución. Eso es un total de 4.393.021 kilos.

La dinámica de entregas cambió a raíz de la pandemia: disminuyó la cantidad de organizaciones atendidas en el depósito, y parte de esas entregas se hicieron con camión propio. A su vez se absorbieron grandes ofrecimientos de mercadería -llamados Grandes Ruteos- llevándolos a través de vehículos contratados, propios o de transportes ofrecidos por los donantes directamente a las organizaciones.

Fue necesario e imprescindible dedicar el recurso del camión propio a mayor cantidad de entregas para las organizaciones. Durante el segundo trimestre del año se realizaron -en promedio- 310 viajes por mes, en tanto que en el primer trimestre fueron 195 viajes. Es decir, la demanda de transporte creció un 59%.

De todos los productos repartidos, el 53,4 % fue entregado por algún programa de reparto (incluido #SeamosUno). Estos programas se llevaron a cabo gracias al aporte de los donantes de alimentos, de diferentes empresas donantes de logística, al transporte con camión propio, con fletes pagos y con los programas de becas fletes. Se entregaron en total 4.111.835 kilos con estas modalidades. En tal sentido el invaluable aporte de empresas y operadores logísticos como CEDOL, Tasa Logística, Chepp, Telefónica, Direct TV, Andreani, entre otras han permitido sostener e incrementar estas iniciativas 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

En lo vinculado a la operación, durante el 2020 la Fundación se abocó a dar respuesta atendiendo dos grandes desafíos: la necesidad de ofrecer la mercadería a las organizaciones sin voluntariado y con parte del staff trabajando remotamente y la necesidad de adecuar la tecnología y herramientas que permitieran compartir en tiempo real la respuesta de cada organización y la agenda de entregas.

Los recursos humanos netamente operativos, fueron organizados en dos turnos para poder mantener los protocolos de prevención. La atención de las organizaciones que retiraban su pedido, se llevó a cabo sin voluntarios. Para cumplir con el protocolo y cuidar a las organizaciones y a los miembros del Banco, se realizaron varias modificaciones en el depósito incorporando un turnero digital, demarcación y limitación de sectores y separadores vidriados para la atención administrativa.

Con donaciones de recursos adicionales a las proyectadas se equipó al equipo de trabajo que tiene bajo su responsabilidad tareas administrativas con notebooks a fin de facilitar el teletrabajo.

Se llevó a cabo por décimo tercer año consecutivo la Encuesta de Satisfacción de OCV que arrojó resultados positivos en la mayoría de los ítems y permitió aplicar acciones de mejoras sobre otros.

Durante los primeros meses de la pandemia se recibió una gran cantidad de solicitudes por parte de distintas organizaciones para sumarse al Banco de Alimentos. Esto se confirma en el aumento de las personas alcanzadas, se colaboró con 500.673 personas con un pico de 575.065 personas en el mes de septiembre. En relación al número de organizaciones, se pasó a un total de 1.317 que retiraron en forma regular. Y en paralelo se sumaron 82 organizaciones que fueron dadas de alta como "ALTA DE EMERGENCIA". Las altas de emergencia se implementaron para dar respuesta a otro tipo de situaciones de urgencia surgidas en el contexto de la pandemia y contemplan la entrega de alimentos a instituciones u otras iniciativas de la sociedad civil que decidieron dar acompañamiento a personas que sufren hambre brindando algún tipo de servicio alimenticio. Dado que estas iniciativas más espontáneas no cuentan con los requisitos formales que se exigen a quienes se suman al BA en forma permanente, se decidió acompañarlas ofreciéndoles alimentos sin contribución y por única vez.

Los programas de Becas y de Reparto se mantuvieron como fueron establecidos a principios de año. Con ambos programas y contemplando además las entregas extraordinarias sin contribución, se vieron beneficiadas a un total de 246 OCV que representan 149.401 personas.

Las OCV realizaron modificaciones frente a la pandemia. Todas implementaron protocolos de salubridad y realizaron cambios en el servicio alimenticio ofrecido. La mayoría dejó de dar de comer en forma presencial y comenzó a entregar viandas y/o bolsones de alimentos atendiendo a familias.

Durante el 2020 se afianzaron nuevamente los programas en alianza con empresas. Por un lado, se continuó el trabajo junto a SC Johnson & Son con el Programa de Fortalecimiento a Organizaciones Sociales que por octavo año consecutivo se desarrolla en las localidades de Pilar, Boulogne y Virreyes. También se llevó a cabo el programa de cocina saludable con Cencosud.

Las capacitaciones y talleres habituales de nutrición pasaron a formato virtual. Se brindaron talleres de nutrición y buenas prácticas de manipulación de alimentos a 120 personas de 62 organizaciones.

Se continuó realizando la medición de cantidad de nutrientes de los alimentos entregados. Se observó que el valor nutricional de los alimentos entregados fue alto en un 65%, medio en un 10% y bajo en un 25%.

En cuanto a la gestión del presupuesto, el resultado operativo mejoró un 38% respecto al proyectado, producto principalmente de mejores contribuciones, ahorros en gastos operativos, mayores ingresos por programas y donaciones no proyectadas. A su vez, el resultado de la campaña de recaudación de fondos, también fue mejor en un 21% respecto a lo presupuestado. Este resultado se debe a donaciones provenientes del exterior, campañas digitales, reducción de inversión en los call centers y aumentos en pequeños donantes y campañas con bases propias. En tanto que Mil Millas, Cena de Recaudación y otros eventos no pudieron concretarse.

A raíz del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO), se cancelaron las actividades presenciales de voluntariado. Se logró mantener un 25% de voluntarios a partir de la realización

de tareas virtuales. En cuanto a la clasificación de alimentos, se modificaron los procesos para realizar dicha actividad de manera parcial y delegando la tarea de revisión final a las organizaciones. Respecto al voluntariado de visitas, los voluntarios cambiaron su tarea presencial en territorio por relevamientos telefónicos. En cuanto al voluntariado corporativo, se logró continuar con algunas actividades de voluntariado profesional y algunas empresas se sumaron a realizar actividades de difusión. Se llevaron a cabo 4 actividades virtuales en empresas y colegios con el fin de fidelizar voluntarios en esas instituciones. Se contó con la colaboración de 370 voluntarios.

La Conferencia de la Global FoodBanking Network se canceló y se realizaron capacitaciones virtuales con la GFN.

En lo que respecta al Sistema de Gestión de Calidad, se mantuvo el certificado y se realizó con éxito la auditoría externa de mantenimiento en el mes de octubre, esta vez de manera totalmente virtual.

En temas de visibilidad y posicionamiento, se implementaron diferentes campañas digitales que se alinearon en su discurso y contenido a la situación de aislamiento provocada por la pandemia y la agudización de la emergencia alimentaria. Una de estas campañas fue donada por la agencia de publicidad Mercado McCann. La mayor exposición en redes sociales fue acompañada por la donación de pauta por parte de Facebook y Twitter, así como también por la difusión de influencers que sumaron su compromiso. Se logró sumar a más de 14.000 personas a nuestra comunidad de redes sociales. En cuanto a repercusiones de prensa, se obtuvieron 1.689 apariciones, logrando un crecimiento del 169% con respecto al 2019. Esto se debió principalmente a que la temática del hambre estuvo en agenda en un año tan particular como el 2020 y que la alianza con #SeamosUno impulsó la cantidad menciones del Banco de Alimentos en los medios. Sumado a esto, se consiguió la difusión en medios radiales de un spot propio que hacia fin de año fue reemplazado por el nuevo anuncio institucional donado por Disney.

La activación de campañas y la mayor exposición del BA se vio reflejado en la obtención de los siguientes premios: Foro Ecuménico, Eikon y Lápiz de Platino.

Proyecto de Mudanza a Benavidez

Durante el 2020 se continuaron las gestiones vinculadas a la construcción del depósito propio en Benavidez. Se lanzó la campaña de capital con el fin de conseguir los fondos necesarios para la construcción y se conformó un comité especial para dicha campaña. Se dio inicio a los trámites en el ADA (Agencia de Administración Aguas) obteniéndose la pre factibilidad del proyecto y se gestionaron habilitaciones en el Municipio de Tigre. Además, se presentó el estudio de impacto ambiental. Junto con el estudio de arquitecto se definió el layout del proyecto para la presentación de planos y el lanzamiento de la licitación para la construcción de la obra.

Por último, deseamos resaltar la colaboración desinteresada de nuestros voluntarios y la tarea comprometida del staff que ha sido determinante en el resultado del ejercicio.

Agradecemos el enorme apoyo y actitud solidaria de los donantes.

Buenos Aires, 26 de marzo de 2021.

Mario Luis Vicens
Secretario

Santiago Nicholson
Presidente

FUNDACION BANCO DE ALIMENTOS

DOMICILIO LEGAL: Reconquista 336- Piso 11- Oficina 111 - Ciudad Autónoma de Buenos Aires

DESCRIPCION DE ACTIVIDADES: Recepción y Distribución de Productos Alimenticios a entidades que gerencien u organicen comedores y centros alimentarios.

INSCRIPCION EN EL ORGANO DE CONTRALOR:

INSPECCION GENERAL DE JUSTICIA: C N° 1.685.715- Resolución N° 000236

FECHA DE INSCRIPCION

<u>DEL ESTATUTO</u>	29 de marzo de 2001
<u>DE LAS REFORMAS</u>	22 de septiembre de 2009

N° de C.U.I.T.: 30-70759612-7

ESTADOS CONTABLES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020

EJERCICIO ECONOMICO N° 21 - INICIADO EL 1º DE ENERO DE 2020
EXPRESADOS EN PESOS DE CIERRE DE 2020

COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR