

## Memoria

### Ejercicio social finalizado el 31 de diciembre de 2021

Señores Miembros del Consejo de Administración:

En cumplimiento de las disposiciones legales y estatutarias vigentes y en ocasión del cierre del vigésimo segundo 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° 22 finalizado el 31 de diciembre de 2021.

Durante este período se realizó un trabajo intenso y profesional en todas las áreas de la Fundación para dar respuesta a las organizaciones sociales atravesadas nuevamente, y por segundo año, por la pandemia del COVID 19. Fue un año difícil y esperanzador, que demandó grandes esfuerzos para atender las necesidades de las comunidades afectadas por las cuarentenas y las restricciones establecidas para atender la crisis sanitaria.

La Fundación sostuvo las nuevas formas de trabajo y los protocolos de cuidado, y continuó operando su depósito garantizando la entrega de alimentos a las organizaciones durante todo el año. 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 vio disminuidos los volúmenes entregados a las organizaciones Comunitarias vinculadas a las que asiste en relación al año 2020. Las donaciones de nuestros tradicionales donantes mostraron una leve caída y a diferencia del primer año de pandemia, no se realizaron campañas excepcionales de donaciones de alimentos y productos.

Los resultados destacados del periodo de detallan a continuación:

Durante 2021 se recibieron 5.286.307 de alimentos y productos. Estos volúmenes representan una caída de 29,89% en relación a los recibidos donados en 2020, año en el que se produjeron donaciones excepcionales. El segundo año de pandemia fue complejo en lo vinculado al comportamiento de las grandes empresas donantes quienes continuaron acompañando con sus donaciones a Fundación Banco de Alimentos, aunque en volúmenes levemente inferiores a los de años anteriores a la pandemia. Cencosud se posicionó como el mayor donante de alimentos, por las donaciones de leche larga vida, seguido por Molinos Río de la Plata y luego por Fundación Danone.

Unilever se posiciona nuevamente como el mayor donante de productos de higiene y limpieza. Empresas como Arcor, Alimentos Granix, Mondelez, Simplot, Coca Cola Femsa, Clorox y Nestlé, confirmaron nuevamente su compromiso donando a lo largo del año alimentos y productos.

Para contrarrestar la leve caída en las donaciones de la industria, se trabajó en el vínculo con el sector agropecuario, con los productores frutihortícolas y con los mercados concentradores de frutas y verduras. A finales de año, se consiguieron traer 520 toneladas de papa fresca y otras hortalizas pesadas desde el Nudo Mar y Sierra, conformado por los BdA de Mar del Plata, Tandil y Balcarce.

La Fundación BdA Balcarce se constituyó así en el mayor donante de frutas y verduras frescas ocupando el tercer lugar en el ranking total de donantes. Los Mercados Concentradores también se presentaron como una buena oportunidad, no solo por su cercanía, sino también por la continuidad de la operatoria. Se trabajó en promover la relación con los mismos y hacia finales del año se consiguió firmar un convenio con el Mercado de Pilar para el retiro exclusivo de las mermas de frutas y hortalizas durante cuatro días a la semana para llevarlas directamente a organizaciones sociales que trabajan en dicho municipio. El Mercado de Frutos de Beccar se posicionó como el segundo donante de frutas y verduras ocupando el séptimo lugar del ranking total de donantes.

En relación a temas logísticos, se continuó con el desarrollo de proveedores con distinto tipo y tamaño de flota para poder dar rápida respuesta a las donaciones de corta vida útil, cada vez más frecuentes. Se trabajó especialmente para poder conseguir tarifas por debajo de los valores de mercado.

Con la apertura de los locales en los centros comerciales, a mediados de año se retomó el Programa de Recupero de alimentos elaborados con KFC que, además, contó con la colaboración de un grupo de voluntarios. Se recuperaron 864 kilos de 5 locales. Para complementar las donaciones recibidas, se realizaron a lo largo del año colectas virtuales de leche en alianza con colegios y empresas. Se consiguieron recaudar \$538.393 que se destinaron a la compra de leche larga vida. Sumado a eso, en el mes de noviembre se recibió una donación "record" de 287.335 kg de leche larga vida, equivalentes a 11 camiones. proveniente de Cencosud.

Para mantener la fidelización de los donantes, se realizó un evento virtual en el mes de agosto y uno presencial en diciembre, en el terreno de Benavídez. Como todos los años, llevamos a cabo la encuesta de satisfacción a donantes. El 98% de los encuestados calificó como muy bueno el servicio que brinda el Banco, en comparación con el 97% del año anterior.

Durante el 2021 distribuimos 5.097.661 kilos de alimentos y productos con una caída del 33,8% en relación a 2020, año en el que se llevaron a cabo campañas excepcionales

para atender la emergencia alimentaria. Estos alimentos y productos representan 16.487.744 platos de comida.

El 40% de la mercadería entregada, fue distribuida sin contribución. Eso es un total de 2.063.434 kilos. El 23% de la mercadería entregada llegó a las organizaciones a través de algún programa de reparto. Programas que se llevaron a cabo gracias al aporte de los donantes de alimentos y de diferentes empresas donantes de logística, al transporte con camión propio, a fletes pagos y a las becas fletes. Se entregaron en total 1.183.770 kilos con estas modalidades.

El invaluable aporte de empresas y operadores logísticos como CEDOL, Tasa Logística, Chepp, Telefónica, 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. De todos estos programas, el correspondiente a Becas Fletes contó con una inversión total, de \$1.940.768 y benefició a 26 organizaciones. Por otro lado, a través del programa Becas Contribución se llegó a 105 instituciones.

La dinámica de entregas continuó el modelo de finales de 2020. Se mantuvo la atención de organizaciones en el depósito poniendo foco en los protocolos de cuidado. La atención al público en la oficina de salidas se realizó durante todo el año con una persona de staff por turno y sin voluntarios. Sin voluntariado presencial y con parte del staff trabajando de manera virtual, se mantuvo, con tecnología y herramientas, la respuesta de cada organización en tiempo real y la agenda de entregas.

Al ser considerada una actividad esencial, los recursos humanos netamente operativos, cuya presencia era clave para operar, siguieron trabajando en el depósito en turnos separados con el objetivo de brindar seguridad y cumplir todos los protocolos de prevención.

Como todos los años, se llevó a cabo la Encuesta de Satisfacción de OCV que arrojó resultados positivos en la mayoría de los ítems y permitió aplicar acciones de mejoras sobre otros.

En cuanto a las organizaciones sociales, la meta fue sostener la ayuda en la comunidad de manera acorde al modelo del Banco. La rutina de seguimiento y acompañamiento a las instituciones, combinó los relevamientos telefónicos con algunas visitas presenciales que se realizaron a partir del mes de septiembre. En cuanto a las incorporaciones se mantuvieron las altas de emergencia y se realizaron muchas otras altas regulares, también se aplicaron una cantidad relevante de bajas fundamentalmente porque en 2020 se habían producido situaciones de excepcionalidad en los ingresos de organizaciones para atender la crisis alimentaria. De esta manera el Banco de Alimentos

llegó en 2021 a 1238 organizaciones que colaboraron con la alimentación de 341.380 personas.

En 2020 las organizaciones afrontaron una explosión de demanda. En el segundo año de la pandemia acomodaron su dinámica de trabajo a la nueva realidad. Si bien una gran parte volvió a abrir sus puertas para sostener sus actividades, en su mayoría el servicio alimentario se transformó: algunas siguieron entregando solo viandas y bolsones, otras habilitaron nuevamente sus espacios de “comedor” y otras tantas aplicaron un modelo mixto. Sumado a esto, también en forma muy gradual, las instituciones volvieron a dar alimentos y a atender a sus públicos objetivos, aunque en muchos casos continuaron brindando asistencia a las familias de los mismos.

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 noveno año consecutivo se desarrolla en las localidades de Pilar, Boulogne y Virreyes. También se llevó a cabo el programa de cocina saludable con Cencosud.

La capacitación a las organizaciones se desarrolló en forma virtual. Las instituciones se encontraron en 2021 más fortalecidas y acostumbradas al uso de herramientas digitales. La virtualidad permitió llegar a organizaciones que estaban más alejadas geográficamente. Se realizaron 12 talleres de Nutrición y Manipulación de Alimentos y se capacitaron en total 75 organizaciones.

Los valores nutricionales se mantuvieron estables durante todo el año. Se destaca que el valor nutricional alto se mantuvo en promedio en 56%. En cuanto a la gestión del presupuesto, el resultado operativo mejoró un 30% 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 26% respecto a lo presupuestado. Este resultado se debe a campañas digitales, donaciones provenientes del exterior, campañas de marketing digital y aumentos en pequeños donantes y campañas con bases propias y las Mil Millas.

Se dio por finalizada la última campaña de adquisición de donantes en alianza con un banco comercial (Santander Río). El tradicional evento de Cena de Recaudación no pudo concretarse.

La actividad de voluntariado se mantuvo en formato virtual, por ende, solo hubo participación en tareas administrativas. La cantidad de voluntarios que brindaron su tiempo, que fue de 106.

En cuanto a la clasificación de alimentos, al no poder contar con el voluntariado presencial, se sostuvo la modificación de los procesos para realizar dicha actividad de

manera parcial con personal de depósito y delegando la tarea de revisión final a las organizaciones. Respecto al voluntariado de visitas, continuaron con el relevamiento telefónico. Por su parte, el voluntariado corporativo, se canalizó a través de la realización de Colectas Virtuales de Alimentos en empresas y colegios.

Se dictaron diferentes capacitaciones internas o externas en las que participaron 13 personas. Por segundo año consecutivo, la Conferencia de la Global FoodBanking Network se canceló. Se llevó a cabo una capacitación de la Red Argentina de Banco de Alimentos sobre rescate de frutas y verduras llamada "Más Peras y Menos Peros".

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, nuevamente de manera totalmente virtual.

En temas de visibilidad y posicionamiento el 2021 fue nuevamente un año de crecimiento. Bajo el lema "20 años diciendo presente" y con motivo del 20° Aniversario, se implementó una campaña especial que incluyó: difusión de prensa, campaña especial en RRSS, la producción de material audiovisual y una intervención del logo que fue aplicada a todas las comunicaciones durante el año.

Se implementaron diferentes campañas digitales cuyo objetivo fue el llegar a más personas con contenidos vinculados a los intereses de nuestros públicos. La estrategia incluyó la implementación de dos campañas de awareness en los meses de octubre y diciembre y en forma continua, una campaña donada por la agencia Mercado McCann. Se alcanzó un aumento de seguidores de 16.23% en Instagram y del 1.3% en Facebook, alcanzando una comunidad de 22.899 y 84.192 en respectivas redes. Se sumó, además la red social Tik Tok y se mantuvo la presencia en Twitter. Este crecimiento estuvo impulsado, además, por la colaboración de más de 70 influencers. Se generaron a lo largo del año 511 repercusiones de prensa con un ad value de \$42.285.027.

A partir de septiembre se sumó el apoyo pro bono de la agencia Newlink y se realizó el rediseño de la página web hacia finales del año.

#### Proyecto Benavidez

Durante 2021 se continuaron las gestiones vinculadas a la construcción del depósito propio en Benavidez. Se dio continuidad a la gestión de los trámites necesarios para el comienzo de la construcción y la definición del proyecto de obra junto al estudio de Arquitectos Aslan Ezcurra. En paralelo se realizaron los trabajos de limpieza de terreno y cercado del predio. En el mes de marzo se recibió en el lugar donde se está construyendo el depósito al intendente de Tigre, Sr. Julio Zamora. En el mes de julio se adjudicó, a través de un proceso de licitación, de la que participaron 6 empresas, la obra civil a la empresa Hormetal. A partir de septiembre, se dio inicio a la obra civil. Durante

todo el año se dio continuidad a la campaña de capital que logró resultados muy promisorios. Estos avances alcanzados en la campaña permiten proyectar que se recaudarán todos los fondos necesarios para la obra para finales de 2022.

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, 15 de marzo de 2022.

Guillermo Ball  
Secretario

Santiago Nicholson  
Presidente