



+575% en presencia generada exclusivamente por interés público.



+756% de aumento en alcance de prensa orgánica.



+343% de crecimiento en Empresas Incorporadas al modelo.



+202% en donaciones



219.474 personas y 7.805 mascotas impactadas.

ESTO SÍ ES UN COMBO

Por un **#ChileSinHambre**
actuemos en red

700.000
chilenos
sufren hambre
severa

Fuente: 740 2023
(Demanda alta a diario y que
se reduce en crisis)



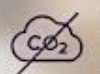
+45% de aumento en donación de alimentos.



+265% de aumento en donación de productos.



15.335.579 kilos de alimentos rescatados durante los últimos 12 meses.



Menos 222.113 toneladas de CO2 emitidas a la atmósfera.



+71,9% engagement en Facebook.



+20,44% crecimiento en Instagram



EL BANCO
DE ALIMENTOS
DE CHILE

Colabora en redalimentos.cl





Red de Alimentos es una organización sin fines de lucro que opera desde hace 15 años como el primer Banco de Alimentos de Chile. Mediante un modelo colaborativo y tecnológico, articula un ecosistema que une a donantes empresas, fundaciones y la sociedad civil para rescatar productos aptos para el consumo humano y entregarlos de forma trazable a poblaciones vulnerables.



El desafío:

Según datos de la FAO y del Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos (INTA), más de 700.000 chilenos sufren de hambre severa y 1 de cada 3 personas mayores se encuentra en riesgo de desnutrición. Sin embargo, históricamente la inseguridad alimentaria severa ha permanecido como una problemática estructural encubierta y silenciada en la discusión pública, invisibilizando la realidad de la vulnerabilidad extrema.

La idea:

El pilar conceptual se construyó sobre un insight unificador:
el hambre no es falta de comida, es falta de conexión.

Acabar con ella implica reconstruir el vínculo social uniendo eficientemente lo que sobra con lo que falta.

La solución:

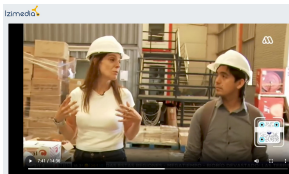
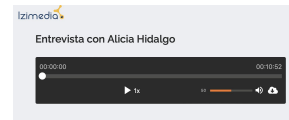
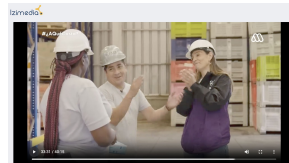
Para canalizar este mensaje, se diseñó la campaña multiplataforma "ESTO SÍ ES UN COMBO". Haciendo una apropiación cultural del lenguaje publicitario clásico de la industria del fast food (asociado a la abundancia y la accesibilidad), la campaña resignificó la palabra "Combo" e instaló la temática del hambre



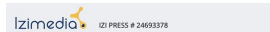
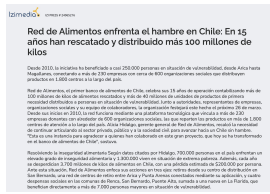
Red de Alimentos activó un plan de vocerías liderado proactivamente por la Gerente General, Alicia Hidalgo, y la Directora de Gestión Social, María José Vergara.

Los impactos orgánicos en medios tradicionales se multiplicaron, pasando de 12 registros en el periodo anterior a 81 registros en el periodo de campaña, **lo que equivale a un incremento neto del +575% en presencia generada exclusivamente por interés público.**

El alcance de la gestión de prensa orgánica transitó de 3.678.424 personas a un total de 31.505.006 contactos. **Este crecimiento del +756% demuestra que la inseguridad alimentaria abandonó las secciones secundarias.**



María José Vergara, Red de alimentos



Entrevista a María José Vergara, Gerente de Gestión Social de Red de Alimentos



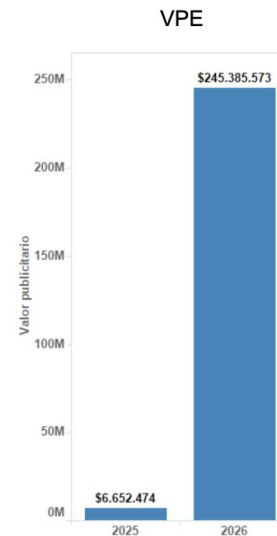
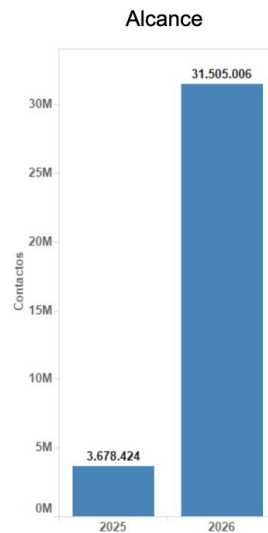
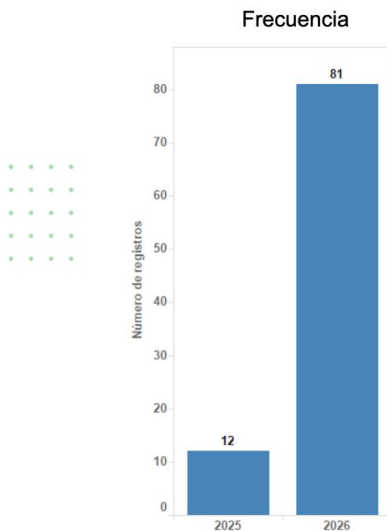
RESPALDOS

Balance Comparativo Enero - Abril 2025 Vs. Enero - Abril 2026

Frecuencia – Alcance – VPE

Allpress
Comunicación que importa

Comunicación
responsable



Balance Comparativo Enero - Abril 2025 Vs. Enero - Abril 2025

Allpress
Comunicación que importa

Comunicación
responsable

Voceros

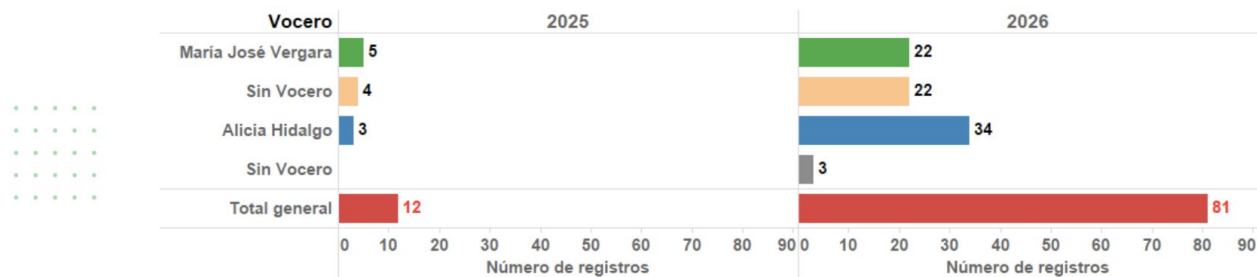


Gráfico Variación Donaciones de alimentos y productos Q1 2025 vs 2026

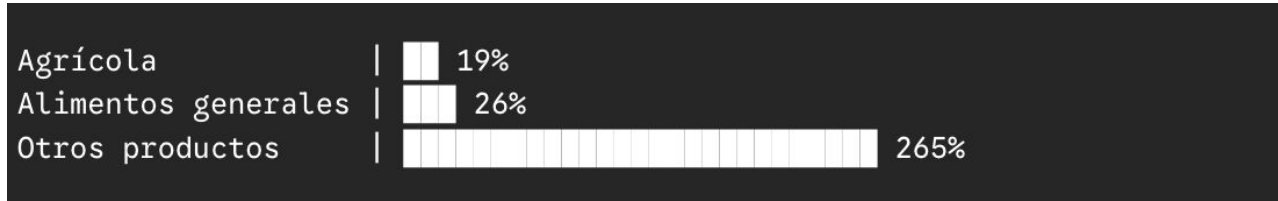


Gráfico Variación Donaciones y empresas Q1 2025 vs 2026

