

Número 8. Diciembre de 2024

BAMADRID.org



La revista del Banco de Alimentos de Madrid



ANIVERSARIO

1994 - 2024



Un paseo por la historia:

origen y evolución

del Banco de Alimentos de Madrid (p. 8)



Sumario

30 AÑOS DE HISTORIA

- 4 Carta del Presidente
- 6 Cambiar para que nada cambie
- 8 Un paseo por la historia: origen y evolución del Banco de Alimentos de Madrid
- 10 El banco en cifras
- 11 Dónde nos encontramos
- 12 El banco en imágenes
- 18 Nuestros embajadores
- 22 La cara oculta de la prosperidad: evolución de la pobreza en la Comunidad de Madrid
- 24 Alimentación, nutrición y seguridad alimentaria
- 26 Así somos y así nos ven: una reflexión sobre nuestra imagen
- 30 Fundación Lealtad: El BAM: un modelo a seguir en innovación y gestión
- 32 ¿Para qué sirve nuestro trabajo?

PERSONAS CON NOMBRE PROPIO

- 34 Carmen Polo
- 36 David Readman
- 38 Rafael Pavón

DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS Y ENTIDADES SOCIALES

- 40 Transformación y nuevos retos en la atención a entidades sociales
- 42 Asociación DUAL y Banco de Alimentos de Madrid: una colaboración hermanada
- 44 La Cañada Galiana: una población resiliente que apuesta por la vida

SOLIDARIDAD Y SENSIBILIZACIÓN

- 46 Alegato por la solidaridad y la dignidad humana, Ignacio Ayres, Comunidad de Madrid
- 48 Diversidad, solidaridad y paz. IES Ramiro de Maeztu
- 50 Educando en valores: 30 años sensibilizando a niños y adolescentes
- 52 La solidaridad como parte de la esencia de la educación. Colegio Retamar
- 54 Villanueva de la Cañada, un municipio solidario y comprometido
- 56 La unión de objetivos y conciencias nos hace más fuertes. Ayuntamiento de Alcorcón
- 58 El valor de la solidaridad y la justicia social. Centro Universitario Cardenal Cisneros
- 60 La Gran Recogida: más de una década de solidaridad

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

- 62 Mercamadrid: 30 años de solidaridad y colaboración con la FBAM
- 64 De la Responsabilidad Social Corporativa a la Responsabilidad Social Cooperativa. CESCE
- 66 FBAM: una organización basada en voluntariado con enfoque profesional. A&O Shearman
- 70 Unidos para cubrir necesidades de la población vulnerable. The Keapler Cheuvreux Foundation
- 72 La FBAM es un colchón para miles de madrileñas y madrileños cada día
- 74 FBAM y Arup: una alianza para digitalizar la conciencia colectiva
- 76 FINDUS: unidos contra el desperdicio y a favor de la solidaridad
- 78 KPMG: trabajar unidos para reducir las desigualdades
- 80 Banco de Alimentos de Madrid y MERCADONA: 10 años de trayectoria
- 82 Drinking Runners significa solidaridad
- 84 Mutua Madrileña: comprometidos con la mejora social
- 86 Deoleo: comprometidos con iniciativas de impacto positivo social, medioambiental y ético
- 88 JTI: un compromiso que hace la diferencia
- 90 Salón Gourmets: afán de superación
- 92 Societé Générale: también una banca de alimentos
- 94 Brother Iberia: la importancia de la RSC para un futuro más justo
- 96 Zamora Company. El BAM: un ejemplo de solidaridad y buen hacer
- 98 Fundación Pryconsa. El BAM: un pilar fundamental en la lucha contra el hambre
- 100 El Corte Inglés y los Bancos de Alimentos: una colaboración continua y creciente
- 102 Ahorramás y Banco de alimentos: un compromiso de 30 años
- 104 El BAM: una manera de colaborar y salir adelante juntos. Cadena SER Madrid Sur
- 106 Radio Aranjuez Cadena SER. Una labor fundamental: animar a la genta a que participe en la Gran Recogida

UN FUTURO POR DELANTE

- 108 Reforzando alianzas
- 110 Digitalización: la aventura continúa
- 112 Sostenibilidad
- 114 Cumplimiento normativo: una nueva forma de actuar
- 116 PlanB: una herramienta contra el desperdicio

Revista BAMADRID.org - Diciembre 2024

Consejo Editorial: Presidencia y Dirección de Marketing y Comunicación del Banco de Alimentos de Madrid

Redacción: Milla Benito y Rafael Chaves

Maquetación: Aries Grupo de Comunicación

Fotografía: Juan José Sacristán y archivo fotográfico de la FBAM

Edita: Fundación Banco de Alimentos de Madrid, Ctra. de Colmenar, km 13,600, (Colegio San Fernando), 28049 Madrid

Teléfono: 917 346 383

Correo electrónico: mila.benito@gmail.com

Imprime: Aries Grupo de Comunicación

Depósito legal: M-13095-2013

30 AÑOS DE HISTORIA



Carta del Presidente

Cumple el banco treinta años, son muchos años, casi los he vivido completos porque llevo 27 de voluntario. Puedo deciros que desde los comienzos la ilusión no faltó. Nuestra fundación fue iniciada por personas con una entrega total, a los que conocí y que me inculcaron, desde el principio, la importancia de nuestro lema «Contra el hambre y el despilfarro».

A todos nos impulsaba la idea de ir ejercicio a ejercicio consiguiendo las cifras de alimentos necesarios para distribuir a las personas necesitadas, a través de las entidades benéficas a las que atendemos.

30 AÑOS DE HISTORIA

A lo largo de estos 30 años, os aseguro que las necesidades son una constante y difíciles de reducir, las personas vulnerables siempre han estado y creo estarán ahí, precisadas de ayuda, porque la vida tiene muchas facetas, unas favorables y otras desfavorables. Por ello, en todo momento hemos de estar presentes para apoyar solventar, en lo posible, el problema de necesidad de los demás, moviéndonos siempre en prestar nuestra ayuda alimentaria.

El banco de alimentos es un todo: voluntariado, personal contratado, empresas donantes, cadenas de alimentación, personas suscriptoras, particulares y organismos de la administración, que dentro de una organización, cada vez más especializada, procura atender el máximo de personas que se encuentran en situación de vulnerabilidad.

En 27 años he encontrado a personas, todas magníficas, con ideas claras de querer ayudar y poniendo todo su conocimiento al servicio de nuestra organización. El banco no es lo que era cuando comencé como voluntario, hoy en día se alcanzan cifras de recepción y entrega de alimentos que ni nos las imaginábamos.

Contamos con una central en San Fernando —oficinas y almacén— y tres delegaciones en San Fernando, Corredor del Henares (Alcalá de H.), Delegación Sur Metropolitano (Alcorcón) y Mercamadrid que cubren el almacenaje y

suministro a todas las poblaciones de nuestra Comunidad para dar mejor servicio a las entidades benéficas.

Siempre recurrimos a nuestros benefactores, que en todo momento nos ayudan, pero os puedo asegurar, que a lo largo de estos 30 años, ha estado ahí la *Divina providencia*, la hemos tenido siempre amparándonos y solucionándonos problemas, a veces, que creíamos insalvables.

La pericia, el buen hacer de muchas de las personas voluntarias que he conocido —algunas aún están y otras son de nueva incorporación—, han sido la base y el fundamento del banco de alimentos, sin ellos difícilmente podríamos haber conseguido las cifras actuales.

He de finalizar, recordando con cariño a los que ya no están con nosotros y a sus familias, animar a los actuales voluntarios y personal contratado, dar gracias a todos los benefactores; empresas, particulares y organismos oficiales que siempre nos prestan su ayuda y pedirles, que sigan como hasta ahora, confiando en nosotros.

Un fuerte abrazo a todos.

Francisco García González
Presidente de la Fundación
Banco de Alimentos de Madrid

Fundación Banco de Alimentos de Madrid

Trabajamos para contribuir al cumplimiento de los ODS y la Agenda 2030.



30 AÑOS DE HISTORIA

Cambiar para que nada cambie

Gema Escrivá de Romaní Giró

Directora General

Fundación Banco de Alimentos de Madrid



La Fundación Banco de Alimentos de Madrid es una entidad sin ánimo de lucro, apolítica y aconfesional, basada en el voluntariado, que opera en la Comunidad de Madrid. Nuestra actividad principal consiste en la **recuperación de excedentes** de alimentos, aptos para el consumo humano —este fue el origen de los bancos de alimentos— para su posterior **distribución gratuita** a las personas más desfavorecidas a través de entidades benéficas legalmente constituidas en la Comunidad de Madrid. Esta fue la razón

de ser por la cual se creó lo que en el inicio fue la Asociación Banco de Alimentos de Madrid en 1.994 y está sigue siendo nuestra misión hoy, en 2.024, vertebrada en los mismos dos ejes.

A lo largo de estos 30 años y muy especialmente desde el 2021, coincidiendo con la pandemia, nos hemos transformado profundamente hasta llegar a ser la fundación que hoy somos. Internamente, lo hemos cambiado todo para asegurar que nada de

lo esencial cambie: evitar el despilfarro y garantizar una comida diaria a las personas en situación de vulnerabilidad que atendemos, en favor principalmente de los ODS 1 fin de la pobreza, 2 hambre cero y 10 reducción de las desigualdades.

El voluntariado sigue siendo la columna vertebral de la organización. Iniciamos 2024 con 395 personas voluntarias y únicamente 34 contratadas. Promovemos además el voluntariado en empresas, instituciones y asociaciones, a través de nuestros programas de RSC apoyando con ello el ODS 17.

También con equipos de voluntariado expertos en docencia, trabajamos activamente en programas de sensibilización en Centros Educativos —se impartieron 222 en 2023 que impactaron a 7.469 niños y jóvenes (ODS 4 educación).

La constante mejora en transparencia y buenas prácticas ha sido otro de nuestros objetivos clave de los últimos años.

En estos 30 años hemos superado momentos muy difíciles coincidentes con tres crisis económicas —iniciadas en 1.993, 2.008 y 2.020— que impactaron a las capas de población más vulnerables que necesitaron de nuestra ayuda más que en toda nuestra historia. Por ello ha sido necesario renovar nuestra estructura organizativa y nuestra manera de operar, creando además nuevas áreas de actuación, hasta convertirnos en el gran banco de alimentos que hoy somos: moderno y

profesionalizado, principal motor de la alimentación social de la CAM.

La mejora en sostenibilidad para adaptarnos además a la nueva *Ley de prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario* se ha convertido en un objetivo clave de la organización, apoyamos la economía circular fomentando el ODS 12 —producción y consumo responsable—. En 2023 evitamos la destrucción de 13,3 mill kg de alimentos (el 62,7% de los 21,2 mill kg ingresados) procedentes de excedentes alimentarios que fueron aprovechados para su consumo.

La constante mejora en transparencia y buenas prácticas ha sido otro de nuestros objetivos clave de los últimos años: hoy contamos con un área de cumplimiento normativo (CCN), un órgano independiente dependiendo directamente del Patronato, que en 2023 puso en marcha 11 políticas y 5 documentos de obligado cumplimiento para todas las personas que trabajan para nuestra Fundación.

Hemos afianzado nuestro proceso de transformación digital e incorporado nuevas herramientas que nos permiten organizar la gestión de los almacenes, las compras y el control financiero. También disponer del censo de beneficiarios —que reciben alimentos a través de las entidades benéficas— y consecuentemente, evitar duplicidades en la recepción de ayuda alimentaria. En definitiva, hemos mejorado el control de la gestión tanto interna como externamente.

Han sido cambios profundos para adaptarnos a las nuevas realidades. Pero sin duda para garantizar que no cambie nada de lo esencial: seguir trabajando con rigor, transparencia y austeridad —del total de activos ingresados en 2023, un 96% se dedicaron íntegramente al cumplimiento de nuestra misión y solo un 4% a mínimos costes operativos—.

Por encima de todo ello, después de 30 años, seguimos siendo una Fundación de personas dedicadas a cuidar de personas. Esto nunca cambiará porque por y para ellos seguiremos trabajando con todo nuestro empeño.

30 AÑOS DE HISTORIA

Un paseo por la historia: origen y evolución del Banco de Alimentos de Madrid

Cándido Casal

FBAM



En el largo recorrido que el Banco de Alimentos de Madrid está realizando junto a la sociedad madrileña, se cumple este año el trigésimo aniversario. El banco fue fundado en 1994 por una serie de personas, entre las que es de justicia recordar y destacar a su

primer presidente, D. Javier Ortiz, a quien aún tenemos la fortuna de contar entre nosotros.

Más que añorar o aceptar tópicos de «todo lo pasado fue mejor», ni de alardear de un éxito que nunca es personal, preferimos

recordar que, gracias a la decisión de una serie de voluntarios, carentes de medios pero llenos de ilusión, sentaron las bases de una institución respetada y reconocida por la sociedad madrileña como es el actual Banco de Alimentos de Madrid.

Lo que probablemente, en aquellos momentos, era una forma diferente de enfrentarse a los procedimientos caritativos de aquella sociedad, se ha transformado en la expresión de la solidaridad que impera en una gran parte de la sociedad madrileña. Una vez más se hace presente el dilema entre caridad y justicia. Cuando falta la segunda se palia con la caridad y cuando se busca la justicia, se complementa con la caridad.

En el conocido informe Foessa de 1995 se decía que la tasa de pobreza de la Comunidad de Madrid era del 11,10%, que cuantitativamente suponía 540.000 personas. En 2024 la EAPN informa que 1,3 millones de personas residentes en la Comunidad de Madrid están en riesgo de pobreza y/o exclusión social. Es decir, sí en 1995 había motivos para fundar un banco de alimentos, en 2024 sigue siendo igualmente necesario la existencia de esta institución (aunque los métodos de cálculo son diferentes, el posible error cuantitativo no es, para estos efectos, significativo).

Nos llevaría mucho tiempo enumerar los cambios positivos que se han producido en España a lo largo de estos treinta años y por ende en el Banco de Alimentos de Madrid. Pero también es verdad que lamentablemente, a pesar de los esfuerzos de muchos, sigue presente el gran drama de la pobreza.

Una cifra que nos puede dar idea de la actividad del Banco de Alimentos de Madrid y cómo se ha transformado en el mayor banco de España es el volumen de actividad. La cantidad de alimentos que repartimos a la población beneficiaria desde 1994 a 2003, es la misma que hemos entregado solo en 2023: alrededor de 22 millones de kilos.

Como cada momento tiene su afán y contamos con la ayuda de los dos pilares

en los que se basa nuestra organización, las personas voluntarias y las donantes, continuamos aportando nuestro trabajo gratuito para intentar colaborar en la ingente tarea de paliar el hambre a los miles madrileños que están en riesgo de pobreza.

El Banco de Alimentos de Madrid es una organización del Tercer Sector apolítica y aconfesional, que en el año 2000 se transformó: pasó de ser asociación a fundación, dependiendo del Protectorado de Fundaciones de la Comunidad de Madrid, siendo auditada por una empresa independiente y, voluntariamente, por la Fundación Lealtad.

Seguimos los principios de gratuidad, transparencia, neutralidad y profesionalidad, por eso no nos son ajenos conceptos como sostenibilidad, economía circular, huella de carbono, cumplimiento normativo, transformación digital, etc.

Toda esta gran transformación realizada en aquel Banco de Alimentos de Madrid, al que el Ayuntamiento de Madrid cedió en 1994 unas instalaciones históricas, aunque deficientes, en Ribera de Curtidores, hasta la situación actual de un banco con cuatro almacenes repartidos en la Comunidad de Madrid, dos de ellos construidos por el propio banco, son una prueba de que «el esfuerzo, la constancia y la solidaridad tienen como fruto conseguir las utopías».

Para la persona interesada en conocer en mayor profundidad los avatares de los primeros años del Banco de Alimentos de Madrid puede consultar *Los Bancos de Alimentos. Contra el hambre y el despilfarro* que pueden encontrar en:



30 AÑOS DE HISTORIA

El banco en cifras (datos a 31 de Diciembre 2023)

COBERTURA ASISTENCIAL

22.023

Toneladas de alimentos distribuidos

13.357

Toneladas de alimentos, el **62,7%** del total de alimentos ingresados proceden de recuperación

137.124*

Personas atendidas en Dic. 2023
* media de personas beneficiarias durante 2023: 150.779

3.427

Lactantes

RECURSOS HUMANOS

395

Voluntarios permanentes

9.619

Voluntarios ocasionales

34

Personas contratadas

ENTIDADES BENÉFICAS

154

Consumo

296

Reparto

45

Consumo y reparto

55

Madrid Capital

45

Otros municipios



PARTICIPACIÓN DE LA SOCIEDAD

GRAN RECOGIDA DE ALIMENTOS

1.534

puntos de donación

9.519

voluntarios en tiendas y clasificación

3.313.586 kg*

*Donaciones recibidas: entre alimentos físicos y recursos equivalentes a esta cantidad de alimentos

OPERACIONES KILO

832

En empresas, instituciones, centros educativos y cadenas



Sede Central

Ctra. de Colmenar Viejo, km 13,600
(vía de servicio) 28049 Madrid
E-mail: administracion@bamadrid.org
Teléfono: 91 734 63 83

Delegación Mercamadrid

Calle 488. Nave F-12. Módulos 8-14.
Ctra. de Villaverde a Vallecas,
km 3,500. 28053 Madrid
E-mail: mercamadrid@bamadrid.org
Teléfono: 91 507 62 33



Delegación Sur Metropolitano

C/ Informática, 3.
Polígono Urtinsa 2 - 28923 Alcorcón
E-mail: dsmm@bamadrid.org
Teléfono: 91 610 43 00



Delegación del Corredor del Henares

Bulevar Buenos Aires, 3.
Pol. Camporroso 28806
Alcalá de Henares
E-mail: alcala.bam@bamadrid.org
Teléfono: 91 884 28 99



El banco en imágenes



- Un grupo de personas voluntarias en la puerta de la sede central de San Fernando •



- Trabajadores y voluntarios recibiendo donaciones de alimentos frescos de empresas del entorno de Mercamadrid •



- Frutas y hortalizas de retirada en el almacén de San Fernando a punto de ser distribuidas a entidades benéficas •



- Organización de menús preparados recibidos por donación en el almacén de Mercamadrid •



- Voluntarios de un comedor social recogiendo tomates de primera calidad a punto para ser consumidos •



- Nuestras puertas siempre están abiertas para recibir visitas de todo tipo de organizaciones interesadas en conocer nuestra actividad •

30 AÑOS DE HISTORIA



- Nuestro presidente y dos voluntarias del equipo de sensibilización de la FBAM entregando permios a escolares participantes en el *Concurso escolar de dibujo* de la Cátedra Bancos de alimentos UPM y FESBAL •



- Alumnos del colegio Ramón y Cajal recibiendo charla sobre nuestra actividad y haciendo voluntariado •



- Entrega de alimentos de la Operación Kilo organizada por FESNAD con participantes de importantes empresas de la industria alimentaria •



- El voluntariado corporativo nos ayuda regularmente en labores de clasificación de alimentos en nuestros almacenes •



- Una de las calles de nuestro almacén en la delegación Sur Metropolitano •



- Jóvenes haciendo voluntariado en los establecimientos que participan con recogida física de alimentos en la campaña Gran Recogida •

30 AÑOS DE HISTORIA



- Hemos renovado vehículos de nuestra flota por otros híbridos de gas/gasóleo, para realizar transportes de manera más sostenible •



- Vista panorámica de la Delegación Sur Metropolitano •



- Nuevas generaciones de voluntarios y voluntarias que se inician en la Gran Recogida •



- Una forma más eficiente y sostenible de donar en la Gran Recogida: haciendo una aportación económica al pasar por la línea de caja •



- Un momento entrañable: Manuela, junto a su madre, nos entrega su donación para las personas desfavorecidas: la recaudación de su Primera Comunión •



- Recogida de donaciones de la tradicional carrera 10K organizada por Mercamadrid •

30 AÑOS DE HISTORIA



- Tres embajadores para la campaña Gran Recogida 2024: Leo Harlem, Lara Palma y Sergio Ramos •



- Nuestro edificio del almacén de la delegación del Corredor del Henares •



- Una visita a REMAR, una entidad benéfica de reparto y consumo que recibe alimentos de nuestra entidad •



- Gran Recogida 2024: establecimiento con recogida física de alimentos •



- Menús solidarios preparados por Fundación Telefónica que son entregados por navidad y organizados por sus equipos de voluntariado •



- Fruta de temporada lista para ser entregada en el muelle de nuestro almacén de San Fernando •

30 AÑOS DE HISTORIA



- Un numeroso grupo de voluntariado en la Delegación del Corredor del Henares •



- Equipo de voluntariado en la Delegación Sur Metropolitano clasificando alimentos •



- Incorporamos patatas y huevos a los alimentos que forman parte de nuestra cesta básica que se distribuye a cada beneficiario •



- Recibimos un reconocimiento de la Parroquia Santo Domingo de la Calzada por suministrar alimentos a la población de la Calzada •



- Francisco García entrega un reconocimiento especial a Jose Ángel Armada en agradecimiento a sus 12 años de gran trabajo dedicados a la Delegación de Alcorcón •



- Equipo de voluntariado del área de Operación Kilo Eventos en el Salón Gourmet. Asistimos a las cinco ferias de alimentación más importantes organizadas en IFEMA •

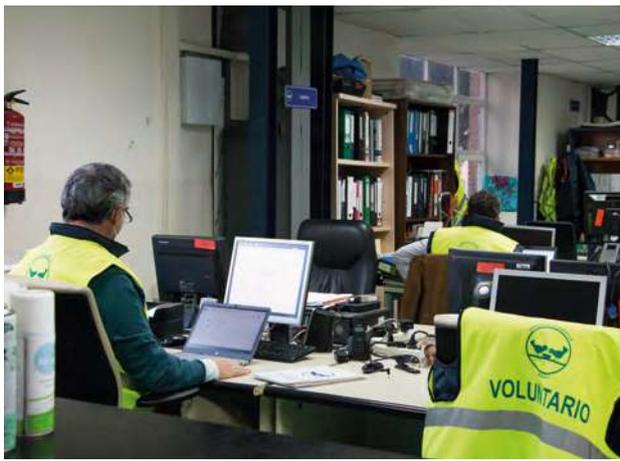
30 AÑOS DE HISTORIA



- Trabajo diario en nuestros cuatro almacenes para clasificar y almacenar los alimentos que cada día se distribuyen en sus zonas correspondientes •



- Revisando los picking preparados para ser retirados por las entidades benéficas atendidas desde el almacén de Alcalá de Henares •



- La digitalización del área de logística y los almacenes ha hecho nuestra gestión más eficaz •



- Reunión de visitantes que realizan periódicamente visitas de atención y control a las entidades benéficas atendidas •



- Jornada de agradecimientos 2024: Un encuentro de todas las personas que colaboramos con la FBAM en sus cuatro delegaciones •



- Una jornada de agradecimientos a empresas que colaboran ayudándonos con sus donaciones económicas, de alimentos, de bienes y servicios o con voluntariado corporativo •

Nuestros embajadores

«Quiero felicitar al Banco de Alimentos de Madrid



Por estos 30 años, llevando comida a la gente más necesitada, y no sólo comida sino también dignidad. Para mí es un orgullo poder colaborar con ellos y además aprovecho la ocasión para felicitar al resto de bancos de alimentos de toda España por su labor diaria».

Alejandro Sanz

«Después de todos estos años colaborando juntos, no puedo estar más orgulloso de lo que estáis consiguiendo

Felicitáros por vuestro 30 aniversario es reconocer vuestro esfuerzo, solidaridad y compromiso. Lo que hacéis no solo cambia vidas, también nos motiva a todos a seguir sumando. ¡Por muchos más años marcando la diferencia!».

Iker Casillas



Felicidades al Banco de Alimentos de Madrid por su 30 aniversario

Es un orgullo para mí poder colaborar con esta Fundación ya que, de algún modo, me permite ser parte de esta gran familia que forman todos los voluntarios que, altruistamente, dedican parte de su tiempo a ayudar a las personas más desfavorecidas de nuestra sociedad.

Carlos Sainz



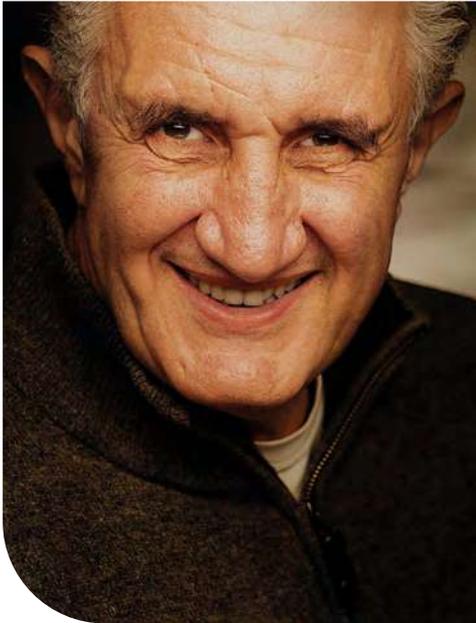
«Quiero dar la enhorabuena al Banco de Alimentos de Madrid por sus 30 años de increíble trabajo»



Desde que comencé a colaborar con ellos en 2018, he tenido la oportunidad de ver de primera mano el impacto que tienen en nuestra comunidad y en la vida de tantas personas. La dedicación y el esfuerzo de su equipo para ayudar a quienes más lo necesitan son realmente inspiradores. Para mí, es un honor poder ayudar a difundir sus campañas y contribuir a una labor tan importante. Seguiré apoyando esta causa y trabajando junto a la FBAM para construir un futuro más solidario y con oportunidades para todos».

Carlos Sainz JR.

«Me propongo escribir un pequeño párrafo sobre la labor del banco de alimentos de Madrid



Una tarea difícil para mí, más que nada, por lo de pequeño párrafo porque es tan grande la labor que hacen el día a día —especialmente tal como estamos en estos momentos, donde por una parte sobra tanto y, por otra parte, falta aún más— que su labor se me antoja que no solo es necesaria, sino también absolutamente esencial para muchísimas familias. Es por esto por lo que cada vez que me piden colaboración de cualquier tipo, ya sea en una celebración, una campaña de recogida de alimentos o incluso escribiendo un pequeño párrafo, saben que pueden contar conmigo, porque labores como las que realizan facilitando alimentos son súper necesarias para corregir la desigualdad social y sobre todo, para llevar lo más vital a muchísimos hogares, como son los alimentos que necesita una familia».

Fernando Romay

«Os felicito por vuestro 30 aniversario. Hacéis una labor increíble que, en estos tiempos, es muy necesaria

Cuando mis viajes me lo permiten, me encanta colaborar en la Gran Recogida, incluso la comparto con mis amigos, como Miguel Abellán o con mis primos. Aparte de hacer una labor súper chula, hemos pasado ratos muy divertidos haciendo voluntariado. Al final, cuando haces algo benéfico, también, de forma egoísta, te hace sentir bien. Mientras mi agenda me lo permita, me encantará acompañaros siempre».

Fonsi Nieto





«De las cosas más gratificantes que he vivido»

es formar parte del gran equipo que se deja la piel día tras día en el banco de alimentos, con el único objetivo de ayudar a todos los que lo necesiten. Ellos son la representación de la solidaridad».

Tamara Gorro

«Estos 30 años son una verdadera inspiración»

para todos nosotros, recordándonos que la solidaridad y el compromiso social son pilares fundamentales para construir un futuro más justo y equitativo. Enhorabuena por todo lo conseguido hasta ahora y que sigan siendo una fuente de esperanza y ayuda para aquellos que más lo necesitan en los años venideros».

Silvia Vaquerizo
«Los sueños de Julieta»



30 AÑOS DE HISTORIA

La cara oculta de la prosperidad: evolución de la pobreza en la Comunidad de Madrid

Departamento de Marketing y Comunicación FBAM



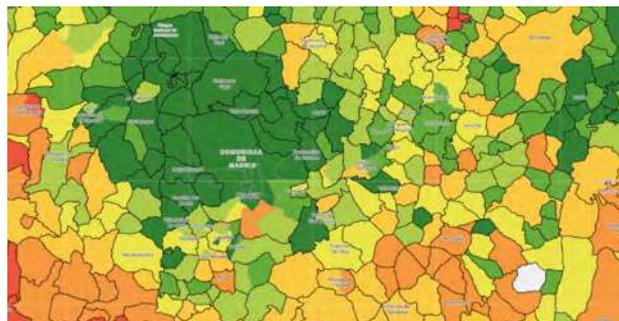
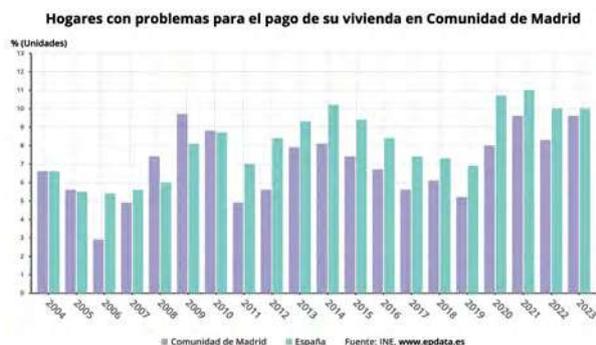
Ubicación de entidades benéficas atendidas por el BAM que distribuyen a las personas desfavorecidas en la Comunidad de Madrid. Fuente: elaboración propia Power BI.

La Comunidad de Madrid, uno de los motores económicos del país, presenta una realidad social llena de contrastes: de los diez municipios con población superior a 1.000 habitantes más ricos de España, cinco son madrileños, según la Agencia Tributaria. En el número uno está Pozuelo de Alarcón, con 85.323 euros de renta media bruta, frente a municipios y barrios donde la renta media está entre los 11.631 y los 12.622 euros e, incluso, entre los 11.631 y los 12.622.

Durante las últimas décadas, Madrid ha experimentado un notable crecimiento

económico y concentrando una gran cantidad de riqueza. Sin embargo, este desarrollo no se ha traducido en una mejora de las condiciones de vida para toda su población. La CAM es «la tercera comunidad autónoma con la mayor renta media por persona y, sin embargo, [...] los datos de pobreza son más elevados de los que correspondería esperar», como recogen los datos básicos 2024 de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid.

Los datos del informe 2024 *El estado de la pobreza en la Comunidad de Madrid*, publicado por la Red Europea de lucha contra la



pobreza (EAPN), indican que 1.001.594 personas vive en riesgo de pobreza y/o exclusión social en base al umbral de pobreza nacional: 9.535 euros por persona al año. Sin embargo, si tenemos en cuenta el nivel de renta autonómico —12.170 €/persona—, son 1.397.319 personas en esta situación. Además, el 6,5 % —441.461 personas— viven en Privación Material y Social Severa (PMSS): no pueden hacer frente a 7 o más de los 13 conceptos de consumo básico, como comer proteínas dos veces por semana, mantener la vivienda a una temperatura adecuada o abordar un gasto imprevisto.

La cantidad de personas en situación de pobreza y vulnerabilidad ha experimentado fluctuaciones a lo largo de los últimos 30 años, influidas por factores como las crisis económicas, las políticas sociales y los cambios en el mercado laboral. Actualmente, el factor vivienda también es un factor reseñable: el 6,9 % de los hogares tiene problemas para pagar el alquiler o la hipoteca, cifra cercana a la del año 2009, tras la explosión de la burbuja inmobiliaria (según Ep Data con los datos de la Encuesta de Condiciones de Vida del INE). Está por encima de los años posteriores, los de la crisis. Solo fue alcanzada en 2021 tras el impacto de la pandemia de la COVID-19.

A pesar de las fluctuaciones, en los últimos años se ha observado una tendencia general a la baja en las tasas de pobreza y exclusión social en la Comunidad de Madrid, mejora que no es homogénea: existen grandes disparidades entre diferentes grupos de población y áreas geográficas. Uno de los ítems que miden la PMSS es la ingesta de proteína de origen animal cada dos días. Casi el 8% de los hogares de la CAM no cumplían este ítem en 2006, en los inicios del colapso de la burbuja inmobiliaria. No hemos vuelto a esas cifras y, sin embargo, el dato es preocupante: hoy afecta al 5,8 % de los

hogares, muy por encima de años más «duros» como 2008, 2011 o, incluso, los de la COVID y del inicio de la Guerra de Ucrania.

Como señala el *Informe territorial sobre exclusión y desarrollo social en la Comunidad de Madrid 2022* de la Fundación FOESSA, «aunque durante las crisis se produce un rápido incremento de la exclusión, la posterior llegada de periodos de recuperación y crecimiento económico no suponen un descenso de dichos niveles de exclusión al mismo ritmo. De esta forma, en las últimas décadas se ha constatado que la facilidad para caer en la exclusión cuando hay crisis se transforma en dificultad para salir de ella incluso en los periodos de bonanza».

La cantidad de personas en situación de pobreza y vulnerabilidad ha experimentado fluctuaciones a lo largo de los últimos 30 años.

La pobreza en Madrid es un problema complejo que requiere de soluciones a largo plazo y de la colaboración de todos los agentes sociales. Es fundamental que las organizaciones del tercer sector, las instituciones públicas, las empresas y la sociedad civil sigamos trabajando de manera conjunta para construir una región más justa y equitativa.

Alimentación, nutrición y seguridad alimentaria

Departamento de Marketing y Comunicación FBAM



Alrededor del 13% hogares de los españoles padece inseguridad alimentaria. Esto significa que tanto la cantidad como la calidad de los alimentos que entran en ellos son inadecuadas, y presentan mayor riesgo de tener problemas de salud vinculados a la malnutrición y de que algunos derechos humanos se vean vulnerados.

La seguridad alimentaria existe, según la definición de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), «cuando todas las personas tienen acceso en todo momento (ya sea físico, social o económico) a alimentos suficientes, seguros y nutritivos para cubrir sus necesidades

nutricionales y las preferencias culturales para una vida sana y activa». En nuestro entorno más inmediato hay miles de personas que no tienen acceso a una alimentación adecuada: 1 de cada 6 residentes en la Comunidad de Madrid (1.001.584.000 personas) vive en riesgo de pobreza, 445.000 vive en pobreza severa y 441.461 en Privación Material y Social Severa. Esta realidad implica serias dificultades para comprar alimentos saludables y nutritivos. A ello se suma la carencia de tiempo para cocinarlos (por pobreza alimentaria, pluriempleo precarizado o acceso limitado a cocina en viviendas compartidas por varias familias), lo que favorece el recurso a productos precocinados y ultraprocesados.

Los bancos de alimentos y su papel en la nutrición

Como señala The Global FoodBanking Network, los bancos de alimentos son agentes locales que conocen en profundidad las necesidades nutricionales y las características específicas de los sistemas alimentarios, así como las tradiciones culturales de las comunidades a las que pertenecen. Este conocimiento, junto con la relación constante con las entidades colaboradoras, permiten adaptar los programas de ayuda alimentaria.

«La seguridad alimentaria consiste en garantizar un acceso constante a alimentos seguros, asequibles y nutritivos», afirma la directora de promoción mundial de Nutrition International, Robyn Bright, en una entrevista publicada por The Global FoodBanking Network. «La seguridad nutricional también consiste en garantizar el acceso a la nutrición adecuada en el momento adecuado». En el Banco de Alimentos de Madrid adquirimos alimentos de cesta básica (alimentos básicos) que tienen fecha de caducidad muy amplia y son difíciles de conseguir mediante donaciones. Actualmente se compone de 16 productos diferentes que se entregan con regularidad: pasta, arroz, azúcar, harina, galletas, aceite, legumbres secas y precocinadas, conservas de pescado, productos cárnicos (pavo/pollo), leche, huevos, sopas, patatas, cacao y tomate frito. Complementamos esa cesta básica con productos frescos y frutas y hortalizas, que provienen de donaciones, para tratar de garantizar una dieta saludable a las 137.000 personas a las que atendimos en 2023 con una comida diaria a través de 540 entidades benéficas.

La inseguridad alimentaria afecta a los derechos humanos

Desde FAO señalan que, aunque se acepta el término acortado «derecho a la alimentación» en lugar de «derecho a una alimentación adecuada» por economía de palabras, «resulta imprescindible recordar la necesidad de que los alimentos sean adecuados desde el punto de vista nutricional y de la interdependencia que mantiene este derecho humano con otros». Derechos como el de tener un nivel de vida adecuado, tomar parte en la vida cultural



de la comunidad o el derecho al trabajo y a la educación, todos ellos en riesgo si una persona carece de seguridad alimentaria.

La población que recibe ayuda alimentaria de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid están en situación de pobreza. Al recibir alimentos de cesta básica pueden destinar los recursos económicos que necesitarían para nutrirse adecuadamente a otras necesidades, como adquirir ropa nueva con la que acudir, por ejemplo, a una entrevista de trabajo y optar a salir de la situación de privación. La ayuda alimentaria, recuerda FAO, «es una medida de emergencia que debe tener una duración limitada». Llevamos tres décadas trabajando para facilitar la seguridad alimentaria a miles de personas en la Comunidad de Madrid. Ojalá dejemos de cumplir aniversarios porque significará que se ha alcanzado nuestra meta, coincidente con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 2, Hambre Cero: poner fin al hambre y asegurar el acceso de todas las personas a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año.

Así somos y así nos ven: una reflexión sobre nuestra imagen

Mila Benito

Directora de Marketing y comunicación de la FBAM



En un contexto actual de mercado, cada vez más competitivo, construir un posicionamiento claro y conseguir una buena imagen y reputación de marca entre los públicos a los que te diriges son factores imprescindibles para cumplir con los objetivos en cualquier empresa, siendo esto igual o aún más relevante para las organizaciones del tercer sector. Hablamos de **«construir»** cuando apelamos al posicionamiento deseado, que se define desde la propia organización y de **«conseguir»** cuando nos referimos a la imagen y reputación de la marca ya que se refiere al resultado final que ese posicionamiento diseñado por la compañía, se convierte en percepción de imagen y reputación en la mente de las personas.

La percepción que el público tiene sobre una marca influye en la elección de la misma y en su lealtad a largo plazo. Si hablamos de organizaciones del tercer sector, y en concreto de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid (FBAM), conseguir una buena imagen y un posicionamiento relevante y diferente, es lo que posibilita que particulares y empresas nos elijan para dirigir sus donaciones, llevar a cabo su voluntariado o realizar cualquier otro tipo de colaboración.

La **imagen** de la FBAM se ha construido a lo largo de los años a través de **tres factores clave:** nuestra propia **actividad** —principalmente a través de campaña La Gran Recogida— la **comunicación** —a través de nuestros canales, especialmente RRSS y presencia en los medios de comunicación— y la propia **experiencia de cada público** en su colaboración con nuestra fundación desde diferentes ámbitos —formando parte del voluntariado, siendo donante o en sus relaciones corporativas de diferente índole con nuestra entidad. Recordemos que nuestros públicos son diversos y no menos importantes unos que otros: donantes, voluntariado, entidades benéficas, entidades colaboradoras, administración pública, cadenas de distribución, medios de comunicación y sociedad en general—. De esos tres factores, es sin duda la propia experiencia la que más fideliza a nuestros públicos: de manera coloquial, siempre decimos que **quien colabora por primera vez con nuestra fundación, repite**. La imagen de nuestra entidad se forma en la mente del público basándose principalmente en sus propias **interacciones y percepciones**.

Hecha la reflexión anterior, recurrimos a la IA para explorar cuál es el posicionamiento

que la FBAM ha construido a partir de la comunicación y, de otro lado, como se nos percibe: cuál es la imagen que hemos logrado construir realmente en el imaginario de nuestros públicos, explorando el ruido en redes sociales e información digital disponible, principalmente para comprobar si ambos coinciden. Y esta es la información que nos arroja:

Posicionamiento construido desde la comunicación:

En el tercer sector, donde las organizaciones sin fines de lucro compiten por recursos y atención, la imagen y el posicionamiento de marca son fundamentales. La Fundación Banco de Alimentos de Madrid es un ejemplo sobresaliente de cómo una estrategia de marca bien definida puede impulsar la misión y el impacto social. La organización ha sabido desarrollar y mantener una imagen positiva y un posicionamiento fuerte en la comunidad.

Su posicionamiento marca la diferenciación con otras organizaciones similares pues se centra en ser una entidad clave y esencial en la lucha contra el hambre y el desperdicio de alimentos en la Comunidad de Madrid y esto lo transmite mostrando su trabajo diario a través de una adecuada comunicación con sus públicos —principalmente a través de sus perfiles sociales— y su transparencia operativa.

Y estos son los pilares estratégicos que la organización utiliza para fortalecer su imagen de marca:

1. **Presencia en Medios y Redes Sociales:** Utilizar los medios de comunicación y las redes sociales para comunicar su misión y logros.
2. **Eventos Comunitarios:** Organizar eventos para involucrar a la comunidad y aumentar la visibilidad —principalmente la Gran Recogida—.
3. **Colaboraciones Estratégicas:** Asociarse con empresas y otras ONG's, lo que amplía o complementa el alcance de su actividad,

4. **Presencia Transparencia y rendición de cuentas:** informa a la comunidad sobre cómo se utilizan los recursos.
5. **Historias humanas** sobre su voluntariado y beneficiarios.

Esta estrategia de posicionamiento, es importante porque ayuda a conseguir: visibilidad, confianza del donante, atracción de voluntariado, compromiso comunitario y reputación.

Imagen real conseguida: así se nos percibe

A lo largo de estos 30 años de historia, hemos logrado construir un posicionamiento sólido y una imagen positiva sin realizar inversión en publicidad, ni campañas de telemarketing, solo sustentada en nuestra propia realidad y «hechos». Por ejemplo, a través de la campaña La Gran Recogida, no solo conseguimos alimentos, también sensibilizamos a la comunidad sobre el problema del hambre y las carencias alimentarias de una parte vulnerable de la población. Lo mismo ocurre a través de las charlas, talleres y operaciones kilo llevadas a cabo en centros educativos. También evidenciamos nuestro trabajo para evitar el desperdicio alimentario aprovechando los alimentos expuestos para que no se desperdicien y distribuyéndolos a entidades benéficas.

Trabajando mano a mano con los diferentes agentes sociales, siendo transparentes y eficaces en la gestión de nuestros recursos y con una comunicación efectiva de nuestros logros hemos fortalecido la confianza de la sociedad en general y de nuestros donantes. Tras 30 años de actividad, somos una organización confiable y eficiente en la lucha contra el hambre y el desperdicio de alimentos en la Comunidad de Madrid que conecta excedentes alimentarios con personas necesitadas, apoyándonos en valores como la transparencia, el impacto social y la sostenibilidad.

Expresado en términos tradicionales, lo concretamos así:

- **Misión:** El propósito y razón de ser: recuperar excedentes alimentarios para

30 AÑOS DE HISTORIA

evitar su desperdicio y redistribuirlos gratuitamente a entidades benéficas que asisten a personas en situación de necesidad.

- **Visión:** Seguir siendo el referente en la lucha contra el hambre y el desperdicio, promoviendo una sociedad más digna, solidaria y sostenible.
- **Valores:** Solidaridad, transparencia, sostenibilidad, eficiencia y compromiso social.

Pero en este viaje no caminamos solos. Hemos construido esta buena reputación en la sociedad también gracias a la colaboración de empresas y organizaciones de diferentes sectores, otras entidades del tercer sector que colaboran con nosotros en la distribución de los alimentos y del voluntariado. El nuestro es un trabajo coral y también los logros, que lo son de toda la sociedad.

Hoy podemos afirmar que vamos consiguiendo un fuerte reconocimiento por nuestra labor solidaria y el impacto positivo que ejercemos en la comunidad y como consecuencia de ello, las donaciones y ayudas que recibimos son un reflejo de la confianza y solidaridad que se deposita en nuestra fundación, incluso en contextos económicos difíciles. También lo es nuestra capacidad para atraer a personas voluntarias que colaboran con nosotros de manera desinteresada.

La Fundación Banco de Alimentos de Madrid es una muestra clara de cómo una **estrategia**

bien ejecutada puede aumentar el impacto y construir buena reputación. A través de una combinación de transparencia, comunicación efectiva y un enfoque claro de nuestra misión, la FBAM ha logrado convertirse en un pilar esencial en la lucha contra el hambre en Madrid, ser el motor de la alimentación solidaria.

Pero nos encontramos en un momento social muy delicado y cambiante y aunque se reconoce nuestra eficacia operativa y capacidad para asumir posibles nuevos desafíos, también somos conscientes de que necesitamos seguir trabajando duro para seguir adaptándonos a nuevas realidades como la puesta en vigor de la nueva Ley de Prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario, seguir ejecutando controles que garanticen la buena gestión de nuestros recursos o garantizar la sostenibilidad de la cesta básica que entregamos a cerca de 120.000 personas vulnerables y que supone para ellas una comida diaria. Porque todo ello y nuestra capacidad para seguir transmitiendo a la sociedad lo que hacemos con transparencia y veracidad, hará posible que mantengamos nuestra imagen y credibilidad —no todo el mundo conoce la dimensión de nuestra labor—.

Este es nuestro reto mantener la sostenibilidad de nuestra organización y seguir ejerciendo nuestra actividad con austeridad y eficacia. Porque por nuestros hechos se nos conoce. Y de nuestro buen hacer depende nuestra reputación.





**UN KILO
DE ALIMENTOS,
UN MILLÓN
DE GRACIAS**



bamadrid.org



30 AÑOS DE HISTORIA

Fundación Lealtad:
«El BAM es un modelo a seguir
en innovación y gestión»

Ana Benavides

Directora general de Fundación Lealtad



Pregunta: ¿Cuándo y cómo surge Fundación Lealtad?

Respuesta: Nació en 2001 de la mano de dos personas del mundo financiero que conocían bien el análisis de entidades complejas. Vieron que, tanto a las personas como a las empresas les faltaba información para decidir a qué ONG donar, observaron qué se estaba haciendo en los países anglosajones y crearon Fundación Lealtad. Así comenzaron a ofrecer información sobre ONG para demostrar que son confiables y aumentar las donaciones.

P: ¿Con cuántas organizaciones trabajaba en sus inicios y con cuántas cuenta ahora?

R: Se comenzó con un piloto de tres organizaciones. Ahora estamos por encima de las 280 ONG Acreditadas y al año trabajamos con más de 550. Aquellas que no están acreditadas las reforzamos con formación, diagnóstico y seguimiento.

P: ¿Cuáles han sido sus principales logros desde sus inicios?

R: Nosotros hablábamos de transparencia en 2001, la Ley de Transparencia llegó en 2013. Dicho esto, ser transparente es sencillo, una cuestión de voluntad. Lo complicado es tener unas buenas políticas y aplicarlas, un buen control del uso de los fondos, un voluntariado formado... ahí es donde más trabajamos con las ONG. De nuestros 9 Principios de Transparencia y Buenas Prácticas, uno aborda la transparencia y ocho las buenas prácticas de gestión y gobernanza. Si hablamos de logros, estar contribuyendo a la mejora de las ONG es el principal.

Pero no solo trabajamos para el Tercer Sector, también lo hacemos para los donantes. Tenemos una web donde ponemos a disposición de la sociedad, gratuitamente, toda la información relevante de las ONG Acreditadas. Nuestro buscador pone fácil la selección de ONG y difícil escudarse en el «no dono porque no me fío».

P: ¿A qué retos os enfrentáis?

R: Hace dos años incorporamos un nuevo subprincipio relacionado con el análisis de impacto. Cuando miramos el Barómetro de Confianza de Edelman, las ONG están bien posicionadas a nivel ético, pero no tanto a nivel de eficiencia. Estamos ayudando a las ONG a explicar mejor sus resultados y el impacto generado.

Además, nuestro análisis tiene más sentido cuando la información que publicamos es ampliamente utilizada. Trabajamos para su difusión y el aumento de la confianza.

P: Fundación Lealtad es un gran observatorio del Tercer Sector. Después de los años en los que las ONG sufrieron los efectos de la crisis provocada por la pandemia, ¿cómo veis el entorno social actual y la situación de las ONG?

R: Ha salido reforzado en lo que se refiere a digitalización y la forma de organizarse dando mayor flexibilidad a nivel de recursos humanos. Pero, si bien no parece que en términos generales los ingresos de las ONG estén cayendo, las necesidades sí han aumentado considerablemente.

P: El Banco de Alimentos de Madrid es una entidad acreditada desde 2012 y hemos renovado el sello Dona con Confianza año tras año. ¿Cómo valoráis la labor de nuestra organización y cómo ha sido la relación durante estos años?

R: El sello no solo se consigue: hay que mantenerlo. Desde 2012 hemos ido incorporando novedades en los Principios que siempre habéis sido capaces de aplicar. La relación con vosotros es fluida y agradable, estando abiertos a nuestras recomendaciones. Realmente, sois una ONG bien gestionada. Actualmente hay 11 bancos acreditados sois los que más kilos repartís entre entidades beneficiarias, sois innovadores y un modelo a seguir.

P: Después de 30 años de actividad de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid, ¿un deseo para estos próximos años?

R: Aunque suene utópico, mi mayor deseo es que la sociedad sea capaz de no desperdiciar alimentos y que no haya tantas carencias. Siendo menos ambiciosa, que vuestra labor la hagáis de la forma más eficiente posible. Es estupendo que hagáis dos cosas tan distintas y complementarias: reduciendo las necesidades básicas y el desperdicio.



30 AÑOS DE HISTORIA

¿Para qué sirve nuestro trabajo?

Carlos del Castillo

Director de RRHH de la FBAM



El pasado agosto se celebraron los Juegos Olímpicos de París y el atletismo siempre ha sido una de las disciplinas que más me gusta ver en concreto las pruebas de relevos (4x100, 4x400), en las que se compite en equipo y los distintos participantes se relevan en la carrera cada 100 o 400 metros, mediante la entrega de una pequeña barra cilíndrica llamada testigo.

Esta prueba llama mi atención, en primer lugar porque los relevos y la entrega del testigo añade un plus de dificultad y espectacularidad a la misma, pero también porque de alguna manera simbolizan la respuesta a una pregunta básica que nos solemos hacer las personas a lo largo de nuestra vida: **¿cuál es nuestra misión como personas en este mundo?**

En cierta forma, considero que nuestra vida se desarrolla dentro de un marco más global, que podría encajar en el formato de esas pruebas por relevos nuestros padres nos preceden en esta carrera y nos entregan el testigo, y nosotros haremos lo mismo con el siguiente relevo, es decir, nuestros hijos o familiares afines.

A partir de aquí la respuesta puede ser relativamente sencilla: nuestra misión es contribuir a que este mundo sea mejor, es decir, entregar el testigo a los siguientes relevistas, habiendo avanzado más o menos (no es necesario haber recorrido grandes distancias, ya que nuestras vidas tendrán sentido simplemente con haber avanzado algo).

Hoy las grandes empresas e instituciones están apostando cada vez más por definir **cuál es su propósito** dentro de la sociedad a la que pertenecen, con el fin de ser sostenibles en el medio y largo plazo. En cierta forma a nivel corporativo también quieren dar respuesta a la misma pregunta anterior: ¿cuál es la misión de la empresa en este mundo?

Definir este propósito de la empresa, se configura también como un elemento básico para atraer y retener el talento necesario para lograr sus fines, ya que de esta manera podrán dar respuesta a la pregunta que los profesionales se formulan cada vez más: **¿para qué sirve mi trabajo?**

Según Tomás Pereda, subdirector general de la Fundación Máshumano, en el ámbito de los recursos humanos está apareciendo lo que podría denominarse un «turista laboral», que salta de liana en liana cada dos años aproximadamente, valorando más un proyecto con sentido que una marca reconocida. Así mismo viene cobrando cada vez más fuerza como causa de cambio laboral, la aspiración de encontrar un sentido a su trabajo que dé respuesta a la pregunta anterior.

En el Banco de Alimentos de Madrid, según consta en nuestra Memoria 2023, al final del último año éramos un colectivo de 429 personas que colaboran con esta institución de forma habitual (34 contratadas y 295 voluntarias), y otras 9.619 que lo hicieron de forma ocasional (Gran Recogida, Operaciones Kilo, Ferias y Eventos, etc.). Por

otro lado, cada vez son más las empresas (97), que ofrecen a sus empleados la posibilidad de colaborar en momentos puntuales con nosotros (1.444), precisamente como vía de responder en la práctica a su propósito corporativo.

Todos nosotros tenemos la suerte de poner nuestro tiempo, habilidades y conocimientos profesionales (cada vez más especializados dados los requerimientos del entorno en el que operamos a disposición de una institución que nos permite dar respuesta a las dos preguntas básicas que nos formulamos como personas citadas en este artículo: **¿cuál es nuestra misión como personas en este mundo? y ¿para qué sirve nuestro trabajo?**

En el Banco de Alimentos de Madrid, según consta en nuestra Memoria 2023, al final del último año éramos un colectivo de 429 personas.

Esta respuesta es la misma desde la creación del Banco de Alimentos de Madrid hace 30 años, y sigue siendo plenamente válida hoy en día: **ayudar a las personas y familias vulnerables, que se encuentran en situación de pobreza o en riesgo de exclusión, para que puedan salir de esta situación y se puedan desarrollar de forma plena en todos los ámbitos de sus vidas.**

En definitiva, nuestra colaboración con el Banco de Alimentos de Madrid, nos permite **contribuir a que este mundo sea algo mejor.** y esto es algo que nos dará tranquilidad cuando llegue el momento de entregar nuestro testigo a los que nos sucedan en esta carrera de relevos que es la vida.

PERSONAS CON NOMBRE PROPIO

Siempre hay un voluntario dispuesto a echar una mano

Carmen Polo

Voluntaria y miembro del Patronato de la FBAM



Me incorporé al Banco de Alimentos de Madrid, en mayo de 2007. Me había jubilado en enero, después de 40 años de trabajo como investigadora científica en el área de Tecnología de Alimentos, del Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Allí, no solo trabajé en investigación sino que tuve la oportunidad de trabajar en puestos de gestión. Ya antes de jubilarme tenía claro que cuando llegara el

momento me incorporaría a una organización que se ocupara de la ayuda a las personas necesitadas. Pedí ayuda a un buen amigo que por su trabajo conocía muy bien a las entidades benéficas, porque también tenía que ser una organización profesional y transparente, y sin dudar lo me aconsejó colaborar con el Banco de Alimentos de Madrid. Fue un gran acierto y le estoy muy agradecida.

PERSONAS CON NOMBRE PROPIO

El Banco de Alimentos de Madrid de aquel momento se parecía al actual en sus valores y principios pero no en su organización ni en los medios de que disponía. No estábamos digitalizados porque no teníamos los programas adecuados pero tampoco los voluntarios éramos muy expertos en tecnología. Recuerdo que era frecuente oír a un voluntario angustiado que estaba utilizando un Word ¡Se me han perdido los márgenes!. Pero no era un gran problema porque enseguida acudía otro un poco más experto que le echaba una mano y le ponía en su sitio los márgenes díscolos. En eso no hemos cambiado. Siempre hay un voluntario dispuesto a echarnos una mano.

He trabajado con
3 presidentes, Javier
Ortiz, Javier Espinosa
y Francisco García
y dos directores
generales, Vicente
López Alemany
y Gema Escrivá,
la directora actual.

Empecé a trabajar en labores administrativas, ayudando en distintas direcciones: Recursos Humanos (Voluntariado en aquella época), Logística, Aprovisionamiento, Distribución, Secretaría General y alguno más, lo que hizo que desde el inicio pudiera conocer muy bien el banco. He trabajado con 3 presidentes Javier Ortiz, Javier Espinosa y Francisco García y dos directores generales, Vicente López Alemany y Gema Escrivá, la directora actual. También en estos años he tenido muchos compañeros en distintos puestos de

trabajo. De todos he aprendido algo y de la mayoría mucho, cosas que me han servido para la vida de voluntaria en el banco y para la vida personal.

Después de esa primera etapa en labores administrativas se me asignó a la Dirección de Voluntariado. Posteriormente fui nombrada patrono de la fundación y secretaria general, más adelante directora de distribución y atención a entidades benéficas, la dirección más complicada y bonita del banco porque es que la nos permite estar más cerca de las entidades benéficas y de las personas necesitadas, nuestra razón de ser. Cuando parecía que ya había llegado a un puesto definitivo en el que me «jubilaría» fui nombrada directora general. Y por último, de nuevo secretaria general. *En la actualidad (septiembre de 2024), soy miembro del patronato de la fundación y colaboro en la secretaría general.* Cada cargo y cada puesto de trabajo en el banco tiene sus dificultades, pero el ambiente de trabajo que se «respira» entre los compañeros facilita mucho las cosas.

Cada cargo y cada puesto de trabajo en el banco tiene sus dificultades, pero el ambiente de trabajo que se «respira» entre los compañeros facilita mucho las cosas.

Y termino con una recomendación a los jubilados. Cuando termine tu etapa profesional no te limites a echar en falta tu vida anterior, sal de tu mundo, ayuda en una ONG, te queda mucho por aprender y, además de ayudar a las personas necesitadas, harás muchos amigos.

PERSONAS CON NOMBRE PROPIO

En todo este tiempo siempre he encontrado un compañerismo y un gran equipo detrás de la Gran Recogida

David Readman

Voluntario Jefe de zona en Gran Recogida



Sí. Yo también soy una de esas personas que en un momento de su vida se planteó que quería ayudar al prójimo. Qué fácil decirlo. Pero qué difícil poner en marcha el plan ¿no?

De entrada hay tantas ONGs que resulta complejo decidir con cuál involucrarse. Si es que te dejan, que esa es otra, claro.

España está llena de gente con la mejor de sus voluntades. Y con multitud de fines muy loables. Pero no todas me valían. No quería una asociación que se gastara gran parte del dinero en sueldos. Tampoco una que no fuera transparente en qué hace, cómo lo hace y, sobre todo, en qué gasta las ayudas que recibe.

De entrada
hay tantas ONGs
que resulta complejo
decidir con cuál
involucrarse.

Cuando algo me interesa mucho, cuando creo que es un asunto trascendental, no me gusta tomar una decisión a la primera. Por eso, dediqué bastante tiempo a estudiar opciones a fondo. Mientras tanto, el tiempo pasaba y yo cada vez más sentía esa necesidad de hacer algo. A la vez, una persona muy cercana y admirada por mí, me habló en ese tiempo del Banco de Alimentos de Madrid. Ella colaboraba y cada vez más con esta organización. Conocía bien sus entresijos. Cuando me explicó cómo funciona, cómo gestionan las ayudas y entendí que aquí sí había un resultado tangente que se traduce en algo tan sencillo (pero necesario) como alimentos para llegar a fin de mes, me convencí de entrar como voluntario en una Gran Recogida. Antes, por supuesto, me descargué las memorias anuales. Miré al dedillo cómo gastan sus recursos y a cuánta gente llega la ayuda. Y cómo controlan que ese trabajo llegue a quien tiene que llegar. Que ni se quede en el camino, ni haya gente aprovechada que abuse del sistema.

A partir de ahí ya no he dejado de colaborar siempre que puedo. Primero en el año 2014 como voluntario en un turno de esta campaña puntual de recogida de alimentos (o ahora de donaciones). El año siguiente, 2015, me animé a ser coordinador de un supermercado. Pasó otro año y desde el BAM me pidieron ayudar como supervisor de una zona de Madrid y así lo hice durante varios años, desde el 2016 hasta el 2022. El último paso ha llegado en 2023. Ahora coordino como Jefe de Área la mitad del área

metropolitana de Madrid. Y con cada paso, aunque hay más responsabilidad, también recibo a cambio más satisfacción por el resultado obtenido.

Y en todo este tiempo siempre he encontrado un compañerismo y un gran equipo detrás de la Gran Recogida. Y al lado. Ese apoyo tan necesario para sentir que no estás solo en lo que haces. Y que puedes contar con gente que conoce bien su trabajo, que lleva también muchos años ayudando y que quieren siempre que todo salga lo mejor posible.

Como desde el primer día, sigo pensando que cada minuto, cada gestión, cada pequeño gesto que dedico a la Gran Recogida vale la pena. Saber que miles de personas tienen más fácil llegar a final de mes gracias a la ayuda de los madrileños, es el mejor sueldo que puedo recibir. La mayoría somos voluntarios que no cobramos ni un euro por dedicar nuestro tiempo y esfuerzo. Por eso, cada año renuevo mi compromiso con el Banco de Alimentos de Madrid.

España está llena
de gente con la mejor
de sus voluntades.
Y con multitud de fines
muy loables.

A la vez, surgen nuevos retos que superar. Nuevos sistemas de ayuda, como las tarjetas monedero. Nuevas formas de comunicarse, como las redes sociales que cambian y empujan a manejar otro lenguaje. Hay que dar paso a generaciones más jóvenes que quieran también participar de este gran proyecto. Y, por eso, es esperanzador saber que al Banco de Alimentos de Madrid le queda mucho futuro por delante.

PERSONAS CON NOMBRE PROPIO

Una vida de trabajo para el Banco de Alimentos de Madrid

Rafael Pavón

Jefe de almacén de San Fernando



«Pregunta a Rafa» es una respuesta habitual en la sede central de la FBAM cuando alguien pregunta algo sobre el almacén. También existe la versión «pregúntale al jefe». Rafa Pavón entró a la organización como voluntario en 1996, cuando el entonces único almacén estaba en la planta baja de un edificio de la Ribera de Curtidores, en pleno centro de Madrid. Él define

su puesto como «el que está para solucionar los problemas». Lo dice con una sonrisa y con su característico tono energético de voz.

Cuando comenzó su voluntariado, el banco era muy distinto: «Hacíamos de todo», cuenta. «Una de las primeras operaciones kilo la hicimos en un partido del Estudiantes. A las doce de la

PERSONAS CON NOMBRE PROPIO

noche estábamos descargando dos camiones del ejército, con la policía escoltándonos...», se ríe al recordarlo. «Nadie creía que íbamos a conseguir tantos kilos. ¡Las bolsas llegaban hasta la puerta!». A la jornada siguiente, «lo que tenías, dabas. Entonces la previsión era al día». Pronto aquel espacio se quedaría pequeño.

Entonces la entidad no era conocida. «En las primeras operaciones kilo la gente no se paraba y ahora casi que no tienes que explicar nada, simplemente con el chaleco, la ven».

En octubre de 1998 Rafa fue contratado para hacer el traslado al Colegio San Fernando, la actual sede. «Empecé solo, no era jefe ni nada, con los voluntarios». Gracias a ellos fue aprendiendo a hacer su trabajo. «Yo era un crío», afirma, tanto en edad como en diferencia con el equipo (la edad media del voluntariado ronda ahora los 65 años). Eran solo hombres: empezó a incorporar mujeres alrededor de 2001, primero en oficina y luego en clasificación. «Ahora están en todos los puestos».

Desde sus comienzos hasta ahora las cosas han cambiado considerablemente: el almacén de San Fernando, que empezó casi al mismo tiempo que el de Mercamadrid, era un espacio compartido con otras ONG's; luego se creó el de Alcorcón y, más adelante, el de Alcalá. No había que tener carnet para conducir las transpaletas y se aceptaban todas las donaciones. «Una vez me llegaron conejos de una cacería», cuenta. «Sin las normas, no hubiéramos evolucionado tanto».

Un trabajo gratificante

«Para el que da alimentos, es muy agradable, pero hay otros voluntarios que están haciendo una labor en la que no ven esto directamente y hay que explicarles que son parte de la cadena y que, sin ellos, esto no funcionaría. Todo el mundo es importante».

Atender a las entidades, clasificar, descargar camiones. «Aquí todos los días son diferentes, tengo un problema y hay que solucionarlo». Eso hace que el tiempo pase volando. «Siempre hay cosas que hacer». Gestionar a las personas es lo más complejo del puesto de jefe de almacén. «Tratarlas, comprenderlas, hablar. Cada una

tiene sus problemas». Crear sentimiento de grupo es la clave: «la gente que viene aquí lo hace gratis y curra, y a veces curra más que cuando trabajaba. Si no ven una gratificación, si no se encuentran integrados, ni son se lo pasan bien, esto no funciona tampoco».

Para él el boom del banco fue el premio de la reina Sofía. «Nos dimos a conocer. A partir de ahí empezó a llegar mucha mercancía, todo fue más regular». Otro hito fue la pandemia: «Con la buena labor que hicimos, yo creo que ya nadie duda del banco de alimentos».

Desde sus comienzos hasta ahora las cosas han cambiado considerablemente: el almacén de San Fernando, que empezó casi al mismo tiempo que el de Mercamadrid, era un espacio compartido con otras ONG's.

Al preguntarle sobre el futuro, piensa que lo utópico es que no exista. «El banco tiene que continuar haciendo lo que hace y seguir evolucionando». Porque, augura, dentro de unos años la manera de ayudar será diferente. «Y, siempre, seguir moviendo los alimentos, así todo el mundo gana. Ahora hemos descubierto que lo estamos haciendo es ecológico y está de moda, aunque lo llevamos haciendo muchos años. ¡Es que somos pioneros!». Y recuerda: «Si no nos ayudaran la gente y las empresas, no podríamos funcionar».

DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS Y ENTIDADES SOCIALES

Transformación y nuevos retos en la atención a entidades sociales

Eladio Álvarez Gómez

Director departamento de Distribución y atención a entidades sociales
Fundación Banco de Alimentos de Madrid



Asumí la dirección del departamento de Distribución y atención a entidades benéficas a principios del 2021, cuando mi predecesora, Mercedes Montoya, decidió pedir un relevo, más que merecido, tras lidiar —junto a su equipo— con el incremento de la demanda de alimentos inimaginable que causó la pandemia y a una transformación en la manera de dar servicio a las entidades que atendíamos completamente diferente a la habitual. Llegamos a repartir comida diaria a más de 180.000 beneficiarios llegaron a ser más de 200.000 en el peor momento. Surgieron nuevas entidades,

asociaciones, e incluso grupos de vecinos que se organizaron para repartir alimentos, lo que nos exigió flexibilizar nuestros procesos. El esfuerzo del equipo anterior fue ímprobo y desde aquí les doy las gracias de corazón.

Todo eso afortunadamente pasó y tuvo también una parte positiva: nos permitió identificar áreas de mejora de cara al futuro. Mientras todo volvía a su cauce, hicimos balance de lo sucedido y afrontamos las medidas necesarias para volver a una «normalidad» que no sería exactamente como antes.

DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS Y ENTIDADES SOCIALES

Rehicimos procesos, definimos normativa, renovamos convenios, reestructuramos departamentos y finalmente trazamos y ejecutamos un plan de trabajo.

El incremento de las donaciones monetarias en detrimento de las físicas ha supuesto un cambio de paradigma. Hemos pasado de que la totalidad de los alimentos distribuidos fueran donados, a comprar gran parte de ellos, permitiéndonos elegir dichos alimentos y a la vez abaratar los precios al realizar compras en origen. También podemos seleccionar los más importantes y crear una cesta básica de productos para asegurar su distribución regular a todos los beneficiarios.

Una vez pasada la urgencia social, momento en que flexibilizamos los requisitos para las entidades y los compromisos de las mismas con nuestra fundación, retomamos el cumplimiento de los procesos definidos con ellas, dando lugar a la revisión de la documentación, la reanudación de las visitas, y la firma de un nuevo convenio de colaboración entre las entidades y nuestra fundación más riguroso y adaptado a la normativa vigente. Como soporte a las renovadas exigencias se creó el Comité de evaluación que estudia y dictamina los casos de incumplimientos de las entidades si se producen.

Empeñados en garantizar la transparencia y la buena gestión de los fondos de nuestros donantes quisimos asegurar que los alimentos lleguen a quien verdaderamente los necesita. Para ello y dado que exigimos a las entidades un registro de los beneficiarios que reciben nuestros alimentos, decidimos dar un paso más y crear un registro único para todas las entidades. Tuvimos la suerte de poder compartir inquietudes y necesidades con entidades y otros bancos de alimentos que nos apoyaron. Gracias al Banco de Alimentos de Navarra —que nos facilitó el software— y a la ayuda del de Bilbao conseguimos implantar en todas las entidades de reparto la aplicación «Gestión de Unidades Familiares» (GUF). Esta herramienta, de

uso obligatorio, está parametrizada para guardar la confidencialidad de los datos entre entidades, banco de alimentos y Servicios Sociales. GUF ha permitido, además, digitalizar entidades que no tenían medios suficientes. La aplicación facilita la gestión y control de beneficiarios y almacén, calendariza citas, ayuda a la distribución de alimentos, recoge firmas, posibilita la creación de un supermercado y, por último, evita duplicidades de beneficiarios entre entidades.

Todos estos avances y no habrían sido posibles sin la ayuda del departamento de informática, entre otros, y de nuestros órganos de dirección y gobierno que nos han apoyado.

Reitero mi compromiso con los beneficiarios y con las entidades beneficiarias, nuestra razón de ser, y los principios de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid.

Y seguimos avanzando ante los retos que tenemos por delante.

Hemos pasado de que la totalidad de los alimentos distribuidos fueran donados, a comprar gran parte de ellos, permitiéndonos elegir dichos alimentos y a la vez abaratar los precios al realizar compras en origen.

Asociación DUAL y Banco de Alimentos de Madrid: una colaboración hermanada

Raúl Izquierdo Muñoz

Director Técnico De Asociación DUAL



Asociación DUAL gestiona un Programa de Atención Integral Urgente dirigido a Familias en Situación de Alta Necesidad que en 2024 celebra su décimo cumpleaños coincidiendo con el trigésimo aniversario de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid, entidad a la que, como a una hermana mayor, queremos felicitar por cumplir treinta años en su esencial labor de aprovisionar y distribuir alimentos para asociaciones que se encargan de hacerlos llegar a personas y familias en situación de vulnerabilidad.

De hecho, la colaboración entre nuestra asociación y la Fundación Banco de Alimentos de Madrid no ha dejado de crecer e intensificarse progresivamente, marcando un hito durante la declaración del primer estado de la alarma derivado de la irrupción de la pandemia de la COVID-19 en marzo de 2020. En esas fechas y en apenas unos días cuadruplicamos nuestra demanda asistencial y pasamos de atender a quinientas personas semanalmente a superar las dos mil. Fue entonces cuando a todos nos tocó hacer un sobreesfuerzo para satisfacer las necesidades básicas de numerosas familias que habían perdido su principal fuente de ingresos tras la orden de confinamiento estricto de la población.

asociación
DUAL

DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS Y ENTIDADES SOCIALES

En esta época, además de continuar prestando servicio en diversos centros y servicios para personas con discapacidad o en situación de exclusión social, nuestro programa de atención urgente inició una labor de distribuidor secundario para otros puntos de reparto alimentos, lo que nos permitió detectar nuevas necesidades en este ámbito de actuación y empezar a diseñar nuevas soluciones innovadoras.

Fue así como surgió la iniciativa ConJuntos, una base de datos colaborativa para optimizar la gestión de los puntos de entrega de alimentos evitando la duplicidad de recogidas por una misma persona beneficiaria, que despertó el interés de Fundación Banco de Alimentos de Madrid hasta el punto de inspirar la puesta en marcha de una iniciativa similar en su sistema de distribución.

De forma paralela, surgió otra herramienta única hasta la fecha: la transformación parcial de nuestro sistema de entrega de alimentos en Merc@DUAL, el primer supermercado solidario on line que permite encargar la ayuda alimentaria de nuestras personas beneficiarias a través de una página web de forma análoga a cualquier ciudadano que realiza la compra vía internet en un supermercado tradicional. Esta iniciativa permite normalizar y dignificar el proceso de recogida de ayudas básicas, y favorece la alfabetización digital de las personas más desfavorecidas.

Recientemente hemos incorporado dos aplicaciones para mejorar el control en la recogida de alimentos y para automatizar el reparto de nuestro stock de existencias. Todo ello, mientras debido al crecimiento exponencial de nuestro programa nos veíamos obligados a cambiar de ubicación de forma sucesiva ocupando espacios más amplios para dar cabida al aumento de donaciones y a la creciente demanda asistencial, tratando de mejorar las instalaciones y el equipamiento del programa, llamando a numerosas puertas en estos últimos años en los que hemos sufrido un importante recorte de los ingresos procedentes de subvenciones públicas. No obstante, hemos logrado adquirir cámaras

frigoríficas y hemos habilitado la cabina de nuestro camión como isoterma. Esto nos permite ofrecer una gran variedad de alimentos que favorecen el seguimiento de una dieta completa que incluye carnes y pescados, frutas, verduras y hortalizas, alimentos precocinados congelados así como productos secos, todo ello adaptando las ayudas a las necesidades de cada grupo convivencial en función de su configuración bien sea por la presencia de menores de edad y bebés, o de personas con restricciones en su dieta por motivos de salud, culturales o religiosos.

Es así, como de forma hermanada y a través de una intensa colaboración con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid hemos logrado hacer crecer y consolidar nuestro programa de atención urgente, afrontando con éxito las consecuencias socioeconómicas derivadas de la pandemia, primero, y después la crisis inflacionaria.

De forma hermanada y a través de una intensa colaboración con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid hemos logrado hacer crecer y consolidar nuestro programa de atención urgente.

Por eso felicitamos a la Fundación Banco de Alimentos de Madrid y por eso también debemos felicitarnos todos.

La Cañada Galiana: una población resiliente que apuesta por la vida

Equipo de Cáritas

Parroquia Santo Domingo de la Calzada. Cañada Real Galiana



La Parroquia Santo Domingo de la Calzada está enclavada en el sector 6 de la Cañada Real Galiana, en la que viven familias de numerosas etnias: Gitana Española, Gitana Rumana y población marroquí; en menor número y recién llegados, de América Latina.

El entorno tiene características de supervivencia muy adversas:

Una gran parte de este sector, carece de luz eléctrica desde hace casi cuatro años.

No hay una ubicación para un centro de salud, supliéndose por una médica y un enfermero que circulan diariamente por el sector para poder atender las necesidades médicas más básicas.

El transporte público no llega, para desplazarse tienen que andar hasta la carretera de Valencia o el metro que está a 4 Km. En el caso de la escolarización hay diferentes rutas que recorren la Cañada recogiendo a los niños/as y adolescentes para acercarlos a los diferentes colegios o IES.

No disponen de comercios básicos, donde comprar, por llamarlo así, el pan de cada día.

El paro afecta a gran parte de la población, así el poder adquisitivo es muy precario y eso repercute directamente en la alimentación, tanto de personas adultas como, la muy numerosa, población infantil y juvenil.

Este sector de la Cañada es un entorno donde la droga y todo su entramado están repercutiendo muy desfavorablemente.

Y en medio de toda esta situación, la población es resiliente, valora y apuesta por la vida y por las futuras generaciones.

Este curso 2024-2025 que ahora comenzamos, es el duodécimo año del proyecto «Comedores populares» que realizamos en colaboración con el banco de alimentos. El tiempo de la pandemia fue muy difícil, en todos los sentidos, especialmente para las familias de Cañada. Todas y todos hicimos un esfuerzo extraordinario y se pudieron mantener los comedores, recibir alimentos que tanto escaseaban y con precios muy elevados y seguir adelante. Fue... ¡Todo un reto!

El número de Comedores ha ido aumentando progresivamente cada curso, ahora son quince, 10 marroquíes, uno latino, y 4 rumanos, con un total de 120 Familias. Y siguen llegando familias, la situación de sus países de origen, la búsqueda de una vida más digna, el efecto llamada, los precios desorbitados de la vivienda y otros imponderables, les hace acogerse, en este lugar. La mayor parte de las veces totalmente a la intemperie.

DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS Y ENTIDADES SOCIALES

Este curso 2024-2025 que ahora comenzamos, es el duodécimo año del proyecto «Comedores populares» que realizamos en colaboración con el Banco de Alimentos.

Los objetivos para el Proyecto Comedores que por parte de la parroquia pensamos y soñamos, se siguen consiguiendo mayoritariamente:

Posibilitar una dinámica comunitaria en el conjunto de la población.

Mejorar las relaciones de ayuda entre grupos de vecinos y vecinas de la zona.

Ayudar a las familias en lo referente a la alimentación.

Favorecer el compartir, la solidaridad, la responsabilidad, la participación y el respeto entre las personas y las familias.

Esto son algunos testimonios que recibimos de las familias en los que podemos ver lo importante que es para ellas este soporte alimentario que se les proporciona desde el Banco de Alimentos:

- *Es una gran ayuda recibir alimentos, verdura, fruta, galletas para los niños.*
- *Los comedores son también ocasión para compartir y repartir con la gente del grupo.*
- *Tenemos buena convivencia entre nosotras. Todo va muy bien. Nos es de gran ayuda.*
- *El banco de alimentos es la mejor solución de las ayudas y el proyecto de la Parroquia es muy bueno.*

Todos y todas terminan dando las GRACIAS.

Queremos FELICITAR a la FBAM en su 30 aniversario, en este compromiso permanente de ayuda y humanización a la población que sigue siendo vulnerada y excluida por la sociedad. Nos sumamos desde la parroquia Santo Domingo de la Calzada a esta merecida celebración. Siempre sabemos y contamos que **estáis ahí**.

Os AGRADECEMOS con mucho cariño a todas las personas que visible y/o invisiblemente formáis esta fundación por vuestro trabajo, dedicación y buen hacer.

Nuestro DESEO es que el SUEÑO de Dios, que hacemos nuestro, sea que todas las criaturas de la Tierra tengan VIDA DIGNA Y ABUNDANTE ¡¡¡ y ahí está incluida nuestra querida Cañada Real Galiana.



SOLIDARIDAD Y SENSIBILIZACIÓN

Alegato por la solidaridad y la dignidad humana

Ignacio Ayres Janeiro

Director general de Servicios Sociales e Integración de la Comunidad de Madrid



En los últimos treinta años, más de mil millones de personas repartidas por los puntos cardinales menos afortunados del Planeta han conseguido salir de la pobreza extrema, según estimaciones de Naciones Unidas.

El dato es verdaderamente alentador, si no fuera porque la porción de los ingresos que le corresponde a la mitad más pobre de la humanidad apenas ha experimentado variación alguna, pese a que la producción económica mundial se ha triplicado desde 1990.

Las desigualdades siguen socavando el progreso económico y agudizando las diferencias sociales: alrededor de 700

millones de personas malviven con menos de 2,15 dólares al día, la línea de pobreza extrema. Según OXFAM Intermón, la economía mundial tendría que crecer 175 veces para que se pudiera doblar esta cantidad.



Difícilmente podemos aspirar a alcanzar unas cotas aceptables en términos de Estado del Bienestar si no somos capaces de velar por el principio de respeto y salvaguarda de la dignidad humana, que únicamente está garantizado por el camino de la solidaridad y el compromiso compartido.

Soy consciente de que es mucho más fácil decirlo que lograr un crecimiento real, inclusivo, equitativo y sostenible. Pero estoy convencido de que el desafío está a nuestro alcance si conseguimos dejar a un lado los ejercicios estériles de voluntarismo, el cortoplacismo y las razones de oportunidad política.

Observamos con mucha preocupación como desde el Gobierno central se improvisa una política migratoria errática, o persevera a la hora de demostrar su incapacidad manifiesta para articular medidas conducentes a estimular la creación de empleo, teniendo en cuenta que el trabajo es una de las llaves maestras más efectivas a la hora de reducir la pobreza y la desigualdad.

Por eso es tan importante que sigamos avanzando en el reforzamiento de todos los mecanismos de protección social cuya utilidad resulte incuestionable, optimizando al máximo los recursos presupuestarios disponibles.

Desde la Comunidad de Madrid nos estamos esforzando por dispensar la atención que merecen las personas en riesgo de exclusión social, que son las más vulnerables y la primera de nuestras prioridades.

Ese esfuerzo se ve recompensado en datos, como los cosechados en el último Informe AROPE sobre el Estado de la Pobreza en España, que coloca a la Comunidad de Madrid con los datos más bajos de toda su serie histórica, lo que supone un descenso de casi dos puntos con respecto al año anterior, y que permitió que 115.000 personas abandonaran el umbral de la pobreza en 2023. Un resultado que coloca a la región como la segunda con la tasa de pobreza más baja, solo por detrás del País Vasco.

En cuanto al análisis de los datos, se refleja que en la región la mayor parte de la reducción de la tasa AROPE se atribuye al descenso que se produce entre las mujeres. Además, en cuanto a la pobreza severa, es decir, hogares que viven con un ingreso máximo de 611 euros, Madrid acumula 3,6 puntos menos que la media nacional y supone el tercer dato más bajo con respecto al resto de Comunidades Autónomas.

Nos preocupa y mucho, el modelo por el que ha optado el Gobierno a través de la tarjeta monedero, una fórmula que solo alcanza a familias vulnerables con menores a su cargo y que va a privar de alimentos a unas 100.000 personas sin recursos (jóvenes, adultos y mayores sin hijos a su cargo).

Desde la Comunidad de Madrid hemos intentado corregir este error de gestión con una línea de ayudas para que los bancos de alimentos puedan continuar asistiendo a ese 70% de la población que ha sido excluida de las tarjetas monedero. Estamos hablando de 7 millones de euros anuales, a través de la convocatoria del 0,7% del IRPF, que serán efectivos desde comienzos de 2025.

Las administraciones públicas desempeñan un papel clave, obviamente, en asuntos tan sensibles como los servicios sociales. Pero nada sería posible sin el compromiso de la sociedad civil en su conjunto y sin la impagable contribución de entidades como la Fundación Banco de Alimentos de Madrid, que precisamente lleva treinta años demostrando que el movimiento se demuestra andando.

Por eso me gustaría aprovechar esta oportunidad para reconocer su extraordinaria labor. ¿Acaso hay mayor satisfacción que saber que el Banco de Alimentos de Madrid ha podido atender el pasado año a 137.000 personas (más de 3.400 de ellas lactantes) a través de 540 entidades benéficas establecidas en la Comunidad de Madrid? Sí, conseguir que año a año sea más pequeña hasta que desaparezca la cifra de personas que tienen lo justo para comer cada día.

Diversidad, solidaridad y paz: alumnos que contagian su ilusión

Alicia Albiñana Blázquez

Profesora de Biología y Geología del IES Ramiro de Maeztu
Colaboradora del Grupo Diversidad, Solidaridad y Paz



El IES Ramiro de Maeztu tiene una trayectoria importante en acciones solidarias en sus más de 100 años de historia: mercadillos navideños solidarios, la colaboración con el pueblo saharauí, visitas a residencias de mayores, la ONG Acercándonos, proyectos conjuntos con Agua de Coco, y un largo etcétera.

El grupo Diversidad, Solidaridad y Paz, encabezado en el centro por Pilar Yuste, se creó a propuesta de alumnos y algunos profesores, con el fin de colaborar en varios ámbitos sociales. El grupo se encarga de realizar diversas actividades (algunas citadas anteriormente), entre las que se encuentra la Operación Kilo, con la que apoyamos al Banco de Alimentos de Madrid.

Aprovechamos que somos un centro grande, con más de 1600 personas entre alumnos, profesores, y demás personal, para lanzar una campaña de recogida de alimentos y otros artículos de primera necesidad, y la respuesta por parte de todos es siempre muy positiva.

Nuestros alumnos del grupo solidario son clave en este éxito, no sólo por su implicación, su dedicación y su compromiso, sino también porque son capaces de contagiar su ilusión a los demás, haciendo que se extienda hasta el último rincón. Y eso que en un centro tan

grande como el nuestro no es fácil. Ellos, con su creatividad y su alegría, son capaces de superar cualquier dificultad que pueda surgir en alguno de los niveles de la organización.

Año tras año vemos cómo durante el tiempo que dura la campaña, muchos de nuestros alumnos se dan cuenta de la realidad que les rodea, y que no siempre ven de forma tan clara: no todo el mundo tiene la suerte que tienen ellos. Se produce entonces una transformación, que a veces hasta percibimos en sus interacciones, el compartir, el no derrochar, el sentir el deseo de seguir colaborando por mejorar la vida de aquellos que no tienen tanta suerte.

Por eso creemos que estas iniciativas son tan poderosas y tan necesarias en el proceso de aprendizaje de nuestros chavales.

¿Por qué elegimos colaborar con el banco de alimentos? La respuesta es fácil. La labor que lleváis a cabo es inconmensurable. Sólo hay que visitar vuestra web para ver las cifras de la cantidad de gente a la que ayudan. Pero lo más impresionante, desde mi punto de vista, es poder visitarles. He tenido la suerte de haber sido invitada a recoger un premio para nuestro centro en su sede, y de poder hacer un recorrido por las instalaciones y hablar con los que trabajan allí, tanto personal fijo como voluntarios. No se nos ocurre mejor forma de aportar nuestro pequeño granito de arena, que tratar de exprimir al máximo la solidaridad del Ramiro para seguir apoyando su labor.

Muchas gracias por dejarnos formar parte de esta familia solidaria año tras año. Esperamos poder seguir colaborando en el futuro y que estos 30 años de andadura sean sólo una pequeña fracción del tiempo y el camino que os queda por recorrer.

Felicidades.



**UN KILO
DE ALIMENTOS,
UN MILLÓN
DE GRACIAS**



bamadrid.org



SOLIDARIDAD Y SENSIBILIZACIÓN

Educando en valores: 30 años sensibilizando a niños y adolescentes

Equipo Centros Educativos Fundación Banco de Alimentos de Madrid



La Dirección de Aprovisionamiento del Banco de Alimentos de Madrid dispone de un departamento dedicado específicamente a la gestión y atención de las Operaciones Kilo de los centros escolares. Ésta, a su vez, integra un equipo de voluntarios especializados en la impartición de charlas y talleres y en la organización de visitas de

estudiantes, de todas las edades y niveles educativos, a las instalaciones del banco: somos el equipo de Sensibilización en Centros Educativos.

El artículo 5º de la Carta Fundacional de los Bancos de Alimentos detalla como uno de sus fines fundacionales es la concienciación

de la sociedad acerca de los problemas originados por el hambre. Por su parte, la Memoria anual 2023 del Banco de Alimentos de Madrid, en su apartado Misión, concreta este fin fundacional del siguiente modo: *«Concienciar, especialmente a niños y adolescentes sobre vulnerabilidad social, carencias alimentarias y desperdicio de alimentos. Fomentamos su participación activa y les sensibilizamos desde la infancia y la adolescencia para promover su voluntariado».*

Desde siempre, hemos considerado que una de las patas más importantes de esa labor de concienciación de la sociedad es la que se refiere a los niños y jóvenes. Ellos son el futuro de nuestra sociedad, al tiempo que son prescriptores de nuestra labor social entre sus padres y familias y prestan una ayuda imprescindible como voluntarios ocasionales en las grandes recogidas que, año tras año, realizamos.

En 2023,
se realizaron 222
charlas en centros
educativos de la
Comunidad de Madrid,
con la participación
de 7.459 alumnos.

La labor de sensibilización a escolares abarca todos los niveles educativos: Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria, Bachillerato, Formación Profesional y Universidad. Así como a Centros de Adultos y Centros de Educación Especial. Y lo hacemos a través de tres formatos: charlas sobre pobreza y desperdicio alimentario, impartidas en los propios centros educativos; talleres: *«Despilfarro en directo»* o *«Elige tu comida favorita»* (en función de la

edad del alumno) también realizados en los propios colegios; y visitas a los almacenes del banco.

Cada uno de esos formatos tiene su propia dinámica y puesta en escena, pero todos ellos abordan tres temas: la pobreza alimentaria, el despilfarro de alimentos y la misión, organización y labor que realiza el Banco de Alimentos de Madrid. El contenido de los mismos se ha ido concretando, desarrollando y mejorando a lo largo del tiempo con el conocimiento y la experiencia de los voluntarios que hemos ido integrando el equipo, teniendo en cuenta el «Programa Coral» de la Cátedra de Alimentos de la Universidad Politécnica de Madrid y las orientaciones de la Dirección de Comunicación del banco. Adicionalmente utilizamos diversos materiales audiovisuales, variables en función de la edad y nivel educativo de los alumnos, para dar soporte a los contenidos de la presentación de una manera más visual y adaptada a las nuevas generaciones.

En 2023, se realizaron 222 charlas en centros educativos de la Comunidad de Madrid, con la participación de 7.459 alumnos.

Todas las actividades de voluntariado del banco son especialmente gratificantes para quienes dedicamos nuestro tiempo, conocimientos y entusiasmo a ayudar a aquellos que sufren necesidad alimentaria. Los voluntarios del equipo de sensibilización, además de compartir esa misma sensación, tenemos la satisfacción derivada de la ilusión, entusiasmo y empatía que nos transmiten los alumnos.

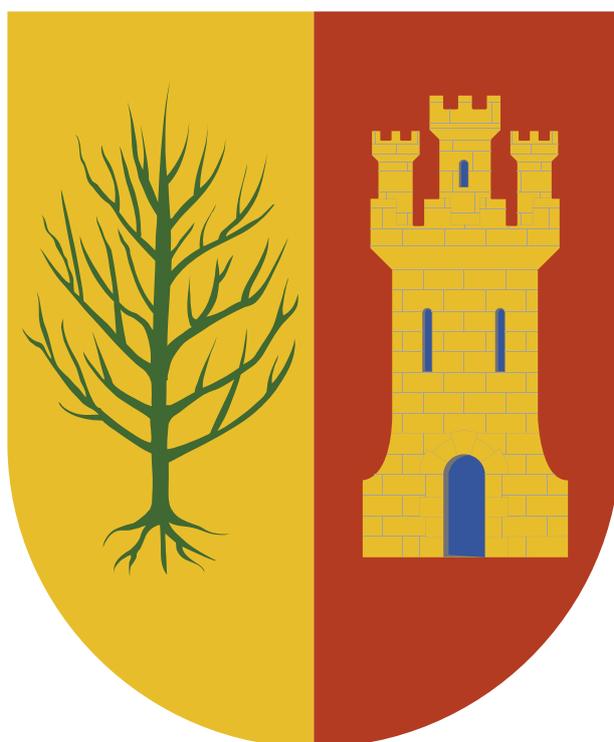
No podemos concluir este apunte sin hacer un especial reconocimiento a todos aquellos voluntarios que, sin realizar su labor directamente en el equipo de sensibilización, colaboran con nosotros durante las visitas que los jóvenes realizan a nuestros almacenes. Tanto a los compañeros de clasificación como a todos aquellos que los reciben y atienden, con paciencia y cariño, en los muelles o les muestran el funcionamiento de la maquinaria del almacén. Sin ellos la labor de sensibilización estaría incompleta.

SOLIDARIDAD Y SENSIBILIZACIÓN

La solidaridad no es un adorno,
es parte de la esencia
de la educación

Alberto Barrera Rodríguez

Subdirector Colegio Retamar



RETAMAR

En la web del Colegio Retamar se puede leer lo siguiente: «En palabras de san Juan Pablo II, la solidaridad es “la determinación firme y perseverante de empeñarse por el bien común; es decir, por el bien de todos y cada uno, para que todos seamos verdaderamente responsables de todos” (Juan Pablo II, *Sollicitudo rei socialis*, n. 38, 1987). Por eso, pretendemos movilizar a todos nuestros alumnos para que trabajen a favor de los

más necesitados a través de programas de sensibilización y de actuaciones concretas de voluntariado».

Y es que forma parte de la identidad propia de nuestro colegio que, «ante las grandes desgracias y necesidades que se presentan, haya siempre una respuesta por parte de los alumnos de Retamar, de modo que cada uno haga suyas esas realidades diarias que

ocurren a su lado». Es decir, para nosotros la solidaridad no es un adorno, ni una actividad más, ni un simple modo de ayudar: es parte de la esencia de la educación que nuestras familias desean para sus hijos.

Esta es la razón de que en Retamar tengamos un profundo agradecimiento al Banco de Alimentos de Madrid. Desde 2013 nos ha ayudado en la formación de nuestros alumnos invitándonos a participar cada año en la Gran Recogida de Alimentos. Ese fin de semana forma parte ya del calendario del colegio y es una de las actividades más esperadas y queridas por nuestros alumnos y nuestros antiguos alumnos, que, siempre que pueden, continúan ayudando en la Gran Recogida.

Los dos primeros años nuestra colaboración fue pequeña. La buena experiencia en resultados para la Gran Recogida y, sobre todo, en el crecimiento personal de los jóvenes voluntarios, nos animó, a partir de 2015 a llegar a más. A partir de ese año nos hicimos cargo de todos los turnos en más de quince centros. Y la actividad siguió creciendo...

Pretendemos movilizar a todos nuestros alumnos para que trabajen a favor de los más necesitados.

Ese año recibimos, por primera vez, un premio de los que otorga anualmente el Banco de Alimentos de Madrid. Y también nosotros entregamos un reconocimiento al Banco de Alimentos de Madrid con motivo del *Cincuenta Aniversario del Colegio*, en 2016. Siempre hemos dicho que es mayor nuestro agradecimiento cada año, por el bien que la Gran Recogida hace a nuestros alumnos, a nuestras familias, a toda la comunidad educativa de Retamar.

La implicación de nuestros alumnos fue creciendo. Y también la confianza del banco

de alimentos en nuestra aportación. Desde 2018 ponemos nosotros los coordinadores en los centros comerciales. Les gusta decir a los mayores del colegio que «trabajan para el banco de alimentos, no para Retamar». Son ellos los que organizan todo, sin que intervengan los profesores. Y así, además, la tradición va pasando de unos a otros cada año. Los mayores coordinan a más de 500 voluntarios cada año que cubren todos los turnos en más de 30 centros comerciales en Madrid, Pozuelo, Majadahonda, Las Rozas...

Entre las muchas anécdotas ocurridas en estos años, señalo dos muy recordadas por todos, porque nos hacen ver la extensión y la profundidad de la labor del banco de alimentos con la que colaboramos.

La primera sucedió en un pequeño supermercado. Dos voluntarios habían cubierto todos los turnos del sábado. Por alguna razón, no había habido mucho público y los resultados de la campaña iban algo por debajo de lo previsto y los dos voluntarios estaban algo desanimados. De pronto entró en la tienda el pobre que durante toda la tarde había estado pidiendo en la puerta. Para él tampoco había sido buena tarde. Llenó un carro de comida y lo entregó a los voluntarios mientras les decía: «hoy no tengo mucho, pero yo también quiero ayudarlos y espero que mañana volváis sin desánimo».

La otra anécdota es más antigua. Un alumno de 4º de ESO había hecho alguna travesura propia de la edad. Un profesor le ofreció cambiar el castigo que le correspondía —estudiar en la biblioteca el viernes por la tarde— por hacer los turnos de aquel día de la Gran Recogida. Aceptó a regañadientes. Al final del día aquel alumno estaba feliz. Volvió al día siguiente, y al siguiente; y el siguiente año, todos los turnos. En su último año en el colegio fue el responsable de toda la campaña. Y siguió, ya como antiguo alumno, colaborando cada año y animando a muchas personas a ayudar.

Por estos recuerdos, y por tantos otros que aquí no caben, el Colegio Retamar está tan agradecido a la oportunidad recibida del Banco de Alimentos de Madrid y orgulloso de haber podido colaborar con esta gran labor que ahora cumple 30 años. Y seguiremos.

Villanueva de la Cañada, un municipio solidario y comprometido

María Belén Garrido Valencia

Concejala de Servicios Sociales y Familia
Ayuntamiento de Villanueva de la Cañada



Villanueva de la Cañada es un municipio del noroeste de la Comunidad de Madrid conocido por albergar el Centro de Astronomía y Ciencias Planetarias de la Agencia Espacial Europea, uno de los parques acuáticos más importantes del país, la Universidad Alfonso X el Sabio y la Universidad Camilo José Cela. Sin embargo, esta localidad, de aproximadamente unos 25.000 habitantes, también destaca por su fuerte espíritu de compromiso y colaboración en apoyo a las personas en situación de vulnerabilidad.

El Ayuntamiento de Villanueva de la Cañada, a través de las concejalías de Cultura, Educación, Juventud, Servicios Sociales, Economía y Empleo, Deportes y Festejos, ha venido impulsando proyectos solidarios de gran calado, promoviendo actividades para todas las edades con el objetivo de que los vecinos se involucren en la recaudación de fondos destinados a diferentes causas.

Hablamos de las donaciones recibidas a través de competiciones deportivas de diferentes disciplinas, teatro inclusivo, mercadillos solidarios, actividades lúdicas, talleres familiares o campañas de recogida de prendas de vestir o alimentos. Este fue el caso del éxito de **«La Gran Recogida»** en el mes de noviembre, en la que la respuesta de los vecinos en los supermercados locales, tanto como voluntarios como con sus compras, demostró una vez más el fuerte sentido de solidaridad que caracteriza a nuestro municipio.

SOLIDARIDAD Y SENSIBILIZACIÓN

La respuesta de la comunidad educativa tampoco fue desdeñable en su participación en la «Operación Kilo». La sensibilización escolar en valores solidarios es un aspecto clave en los centros educativos de Villanueva de la Cañada, que integra en sus planes de estudio diversos proyectos para fomentar la cooperación y el respeto por los demás. Desde edades tempranas, los estudiantes participan en campañas y actividades que no solo ayudan a los más vulnerables, sino que también inculcan valores de responsabilidad y solidaridad entre los más jóvenes.

Una muestra más del compromiso de los villanovenses con el Banco de Alimentos de Madrid quedó patente en nuestro mercadillo navideño celebrado en el Centro Cultural La Despernada, donde los voluntarios estuvieron recogiendo alimentos no perecederos y dando a conocer entre las familias la labor de la Fundación.

La festividad de San Isidro y el Día de la Familia, celebradas ambas en el mes de mayo, son unas fiestas eminentemente solidarias y cuyas recaudaciones se destinan a diversas causas sociales. Este año una de las entidades beneficiarias de la recaudación ha sido la Fundación Banco de Alimentos de Madrid, que ha destinado el importe recibido a la compra de leche de continuación y aceite.

Para nuestro municipio, el Banco de Alimentos de Madrid, en especial la delegación de Alcorcón, actúa como un canal indispensable que garantiza que las donaciones lleguen en óptimas condiciones dada su magnífica organización y sus adecuadas instalaciones.

Sin embargo, también entendemos que el impacto de estas acciones va más allá, ya que con las campañas en las que formamos parte, también fomentamos involucrar a todos los colectivos en una causa común. Niños, jóvenes y mayores participan en ellas, creando un sentido de responsabilidad colectiva, fortaleciendo lazos entre los vecinos y creando un ambiente de cooperación y compromiso.

Pequeñas acciones cuando se suman, pueden tener un impacto profundo y duradero en la vida de muchas personas. Desde nuestro municipio felicitamos a la Fundación Banco de Alimentos de Madrid

por su 30 aniversario, deseando que su actividad permanezca con la misma ilusión y profesionalidad para que la solidaridad siga siendo un faro de esperanza.

Desde edades tempranas, los estudiantes participan en campañas y actividades que no solo ayudan a los más vulnerables, sino que también inculcan valores de responsabilidad y solidaridad entre los más jóvenes.



Ayuntamiento de
Villanueva de la Cañada

SOLIDARIDAD Y SENSIBILIZACIÓN

La unión de objetivos y conciencias nos hace más fuertes

Candelaria Testa Romero

Alcaldesa de Alcorcón



La única forma de garantizar que una sociedad avance de forma cohesionada, equilibrada y solidaria es caminando juntos, desde la alianza de todo el tejido social e institucional bajo los mismos valores de justicia social, solidaridad e implicación. Si algo hemos aprendido durante los últimos años es que la unión de objetivos y conciencias nos hace más fuertes y que la suma de esfuerzos nos allana el sendero para

lograr una sociedad que garantice una óptima calidad de vida a los vecinos y vecinas.

El banco de alimentos es buena prueba de ello. Esta organización, una de las más consolidadas del tejido social de Alcorcón, ha sido y es un referente en la colaboración con el Ayuntamiento de Alcorcón en el ámbito social, como complemento a unos Servicios Sociales

SOLIDARIDAD Y SENSIBILIZACIÓN

que sin duda son uno de los principales tesoros de nuestra institución.

Alorcón cuenta con unos servicios públicos sólidos y estructurados en materia social, ya que en los últimos años hemos dedicado un considerable esfuerzo en dotar de recursos materiales y personales a garantizar la cobertura y el acompañamiento de la ciudadanía en su ámbito más personal, en el hogar y en la familia.

En este esfuerzo nos acompañan siempre organizaciones como Banco de Alimentos de Madrid que refuerzan este compromiso desde una ardua labor, tanto de sus responsables como voluntariado, y que ofrecen a diario una ayuda y colaboración permanente a las personas más vulnerables.

Por todo ello, es todo un honor contar con la oportunidad de felicitar y expresar el agradecimiento del Ayuntamiento de Alorcón a esta fundación en la celebración de su 30 aniversario ya que durante estas décadas ha demostrado estar firmemente implicada en la asistencia y cuidado directo de las personas en riesgo de exclusión social, especialmente en nuestra ciudad.

Las instituciones jugamos un papel esencial en la necesidad de quebrar la desigualdad social y garantizar que los valores de equidad, justicia social y bienestar sean los que cimienten nuestra sociedad. Por ello, el Estado de Bienestar es vital para romper las situaciones de vulnerabilidad y corregir la desigualdad con políticas públicas que respeten los derechos fundamentales y la inclusión social. El Estado de Bienestar es uno de nuestros más relevantes y democráticos logros y por ello, es especialmente importante cuidarlo, protegerlo y reforzarlo desde las instituciones y las acciones de gobierno.

Y todo ello, desde la aportación y solidaridad del resto de la ciudadanía, especialmente, para que, aquellos que más tienen, sean los que más aporten, porque ésta es una de las claves fundamentales del equilibrio social.

Por ello, Alorcón está muy comprometido con la necesidad de reforzar el área social y así lo lleva efectuando en materia presupuestaria con un progresivo incremento dedicado a las políticas de cobertura y protección de la ciudadanía, pero también consolidando la colaboración permanente con organizaciones

con el banco de alimentos que ha demostrado ser plenamente consciente de la realidad de los vecinos y vecinas de nuestra ciudad.

Y por este motivo, contar con organizaciones que pisan el terreno desde la empatía, el conocimiento de las necesidades de las familias, que conviven con los y las alcorconeros es especialmente significativo para un consistorio como el nuestro que tiene la política social como prioritaria y que tiene la enorme suerte de contar con una fundación que desempeña un papel esencial y trabaja en complicidad con los servicios públicos para el bienestar de la ciudadanía.

Las instituciones
jugamos un papel
esencial en la
necesidad de quebrar
la desigualdad social
y garantizar que los
valores de equidad,
justicia social
y bienestar sean
los que cimienten
nuestra sociedad.

Por estos motivos, felicito, en nombre de toda la ciudad, a la Fundación Banco de Alimentos de Madrid por su andadura durante estas tres décadas y les deseo que sigan desarrollando esta extraordinaria labor con la misma dedicación e implicación que han demostrado en nuestra ciudad. Para ello, sin duda, seguirán contando con este gobierno municipal, porque compartimos objetivos, vocación de servicio público y compromiso social. Gracias por vuestro trabajo.

El valor de la solidaridad y la justicia social

Joseba Louzao

Colegio universitario Cardenal Cisneros



En 1973, se iniciaba un sueño que hoy es una realidad que ya ha cumplido 50 años. Los Hermanos Maristas abrieron un centro de Educación Superior en la ciudad de Alcalá de Henares. El proyecto original respondía a las necesidades formativas del Instituto y se anclaba en la historia de la Congregación desde que fuera fundada por San Marcelino Champagnat en la primera mitad del siglo XIX. Desde entonces, la labor de esta Escuela Universitaria (como se llamó en sus inicios y aún es conocida en el entorno) ha ido formando personas competentes en el campo de la Educación y, desde hace una década, también de la Psicología. Como nos recordaba el lema de este aniversario, siempre hemos tenido una vocación por las personas.

Hoy tiene cerca de mil ochocientos estudiantes en diversos Grados (Magisterio en Educación Infantil y Educación Primaria, Educación Social y Psicología) y Posgrados (másteres en Psicología General Sanitaria y en Atención a la Diversidad y Apoyos Educativos). Queremos seguir creciendo siempre en la búsqueda de aquellos ámbitos que necesitan de una

respuesta desde la Educación Superior para mejorar la sociedad.

El humanismo cristiano y los valores de San Marcelino Champagnat son nuestras señas de identidad. Nos han hecho ser lo que somos y nos impulsan a seguir creciendo para responder al impulso fundacional de la misión educativa de los maristas. Partiendo de la misión y valores que nos son propios, el Centro Universitario Cardenal Cisneros busca generar procesos de mejora continua como establece nuestro Compromiso de Responsabilidad Social Corporativa.

Por ese motivo, nuestro modelo pedagógico busca construir espacios para ser, saber y servir. En el fondo, buscamos formar personas y profesionales competentes y con vocación. Lo podemos resumir de la siguiente manera:

- Ser: la universidad debe ayudar a comprender quiénes somos y a qué

SOLIDARIDAD Y SENSIBILIZACIÓN

estamos siendo llamados, en definitiva, es un lugar donde crecer como personas.

- Saber: la universidad también tiene que aportar los conocimientos necesarios para ser competentes profesionalmente.
- Servicio: todo lo anterior debe contribuir a la formación de personas que aporten valor desde sus trabajos, pongan a disposición de la sociedad lo aprendido, experimentado para su transformación y mejora. De eso trata, en definitiva, la educación.

Esta última dimensión hace que impulsemos dentro de nuestra comunidad educativa espacios de solidaridad (diversas campañas y sensibilización a lo largo del curso) y de experiencias de voluntariado (con la participación de un centenar de estudiantes) gracias a la labor de la Comisión de Pastoral. Entendemos que entre las misiones de la universidad se encuentra el fomento del valor de la solidaridad y la justicia social a través de las actividades programadas. La respuesta de nuestros estudiantes es de apertura y compromiso.

La colaboración con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid ya es una tradición de la que nos sentimos orgullosos. Nuestra comunidad educativa participa cada año en diversos momentos del proceso de la campaña de recogida

Nuestra comunidad educativa participa cada año en diversos momentos del proceso de la campaña de recogida y la experiencia es valorada positivamente.

y la experiencia es valorada positivamente. La labor del Banco siempre es necesaria y nos sentimos muy unidos con su misión y su servicio a la sociedad, especialmente con los más desfavorecidos. Seguiremos trabajando juntos por muchos años más porque necesitamos fomentar una transformación social auténtica y creíble.



SOLIDARIDAD Y SENSIBILIZACIÓN

La Gran Recogida: más de una década de solidaridad

María Gómez

Directora de la Gran Recogida del Banco de Alimentos de Madrid



La Gran Recogida de Alimentos se celebró por primera vez en todo el territorio nacional en noviembre de 2013, organizada por la Federación Española de Bancos de

Alimentos, con un objetivo claro: recoger alimentos para las personas en situación de vulnerabilidad y exclusión social, convirtiéndose en una de las iniciativas de solidaridad más importantes en nuestra sociedad.

Para su realización se necesitó la colaboración de 60.000 personas voluntarias en más de 5.000 tiendas, supermercados y grandes superficies. Fue una iniciativa ambiciosa unir en una campaña solidaria a los 54 bancos de alimentos, a las cadenas de alimentación más importantes y a la ciudadanía. Hoy, doce años después, sigue siendo un reto en el que ponemos esfuerzo e ilusión.

Solidaridad

La Gran Recogida no solo es un evento anual, sino que representa un movimiento social que ha despertado la solidaridad. Consigue movilizar a miles de personas cada año, que dedican su tiempo y esfuerzo a informar y animar a los clientes de los establecimientos participantes a realizar donaciones de alimentos o económicas. Después de doce ediciones, es un momento crucial para reflexionar sobre su impacto y los desafíos que aún persisten en la lucha contra el hambre y la pobreza.

El objetivo

El principal objetivo es abastecer nuestros almacenes con los alimentos de cesta básica que se distribuyen a lo largo del año a las entidades benéficas con las que colaboramos, para proporcionar seguridad alimentaria a las personas en situación de

vulnerabilidad. También, generar conciencia sobre las dificultades para cubrir las necesidades básicas de alimentación.

El papel del voluntariado

Las personas voluntarias juegan un papel crucial. Sin ellas, sería imposible llevar a cabo una operación de esta magnitud. Desde las más jóvenes hasta las mayores, miles de personas dedican su tiempo libre a colaborar dando visibilidad a la campaña, ayudando en la recogida, logística, clasificación y distribución de los alimentos. Este compromiso voluntario no solo es un acto de generosidad, sino también una muestra de responsabilidad social que inspira a otras a unirse a esta causa.

Desafíos y de la campaña

A pesar de los logros alcanzados, la Gran Recogida enfrenta importantes desafíos. La crisis económica derivada de la pandemia de la COVID-19 y la inflación han exacerbado las condiciones de pobreza y exclusión social. La Fundación Banco de Alimentos de Madrid (FBAM) continúa trabajando incansablemente para cubrir estas necesidades, aunque depende en gran medida de la solidaridad de la ciudadanía, empresas, y entidades públicas y privadas. La Gran Recogida representa un 29% del total de alimentos de cesta básica anuales y un 13% del total de alimentos anuales ingresados.

Mirando al futuro, es crucial que la Gran Recogida no solo siga creciendo en participación y resultados: debe adaptarse a las nuevas realidades y desafíos. A raíz de la pandemia se ha incorporado la posibilidad de realizar donaciones. Esta opción facilita la colaboración de más personas y permite a la FBAM comprar los productos que son más necesarios y que no siempre se consiguen en las donaciones físicas. Es una manera más sostenible y eficaz de gestionar los alimentos, pero en el voluntariado de la Gran Recogida no ha tenido un impacto positivo: hace que su labor sea menos tangible y que se pierda la parte emocional tan importante que se genera cuando recoges los alimentos donados y agradeces a la persona su colaboración.

La digitalización de la gestión y de las donaciones, la creación de nuevas formas de colaboración y cuidar la experiencia del voluntariado son algunos de los objetivos para asegurar que la ayuda llegue de manera efectiva a quienes más lo necesitan.

Conclusión

La campaña es un llamado a la acción para seguir luchando contra el hambre y la exclusión social. Es una invitación a toda la ciudadanía a continuar participando en esta noble causa, aportando su granito de arena para construir una sociedad más justa y solidaria. En un mundo donde la desigualdad sigue siendo una realidad palpable, iniciativas como la Gran Recogida son un faro de esperanza y un recordatorio de que juntos podemos hacer una diferencia significativa.

La digitalización de la gestión y de las donaciones, la creación de nuevas formas de colaboración y cuidar la experiencia del voluntariado son algunos de los objetivos para asegurar que la ayuda llegue de manera efectiva a quienes más lo necesitan.

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

30 años de solidaridad y colaboración con la FBAM

Equipo directivo de Mercamadrid



mercamadrid



Celebramos 30 Años de solidaridad y colaboración con el Banco de Alimentos de Madrid

Estamos de celebración. El Banco de Alimentos de Madrid cumple 30 años de actividad. Durante 28 de esos años, Mercamadrid ha tenido el honor y orgullo de acompañar a esta institución a través de una estrecha colaboración. Un recorrido en

el que el compromiso y la responsabilidad han guiado cada proyecto y actividad que hemos emprendido, siempre con el ánimo de aprender y mejorar juntos en nuestra labor, con el objetivo de ampliar el alcance de la solidaridad y contribuir a la lucha contra el desperdicio alimentario.

Para Mercamadrid, la fundación es un aliado estratégico en nuestro compromiso por reducir

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

el desperdicio de alimentos. Su labor nos permite redirigir los excedentes alimentarios hacia la donación de manera eficiente, considerando que se trata de productos perecederos. Esta gestión es crucial para una plataforma alimentaria como Mercamadrid, donde se comercializan más de 3,4 millones de toneladas de productos al año. Un epicentro logístico en el que operan 800 empresas, abasteciendo de alimentos a un área de influencia de 500 km. En este contexto, la sensibilización sobre el aprovechamiento y canalización de excedentes hacia el Banco de Alimentos de Madrid es fundamental.

Hoy celebramos que el Banco de Alimentos de Madrid suma 30 años de saber hacer, de aprendizaje y de aporte de valor.

La colaboración entre ambas entidades ha evolucionado durante estos 28 años, creciendo y diversificándose. Un hito importante en esta relación fue la firma, en 2017, de un convenio estable que reconocía la labor de la institución sin ánimo de lucro y consolidaba esta cooperación.

Para apoyar la labor del Banco de Alimentos de Madrid, Mercamadrid proporciona a la entidad el espacio necesario para desarrollar su actividad dentro de la unidad alimentaria. Este espacio ha ido creciendo conforme

aumentaban los esfuerzos y la labor realizada. Actualmente, la delegación cuenta con una superficie total de 560 m², donde se reciben, clasifican, supervisan y distribuyen los productos a las entidades sociales que atienden diariamente las necesidades nutricionales de 40.000 personas.

Al frente de esta delegación se encuentra un equipo que conocemos bien en Mercamadrid: personas que, de manera altruista, dedican su tiempo y esfuerzo a trabajar como voluntarios. Dan lo mejor de sí para ayudar a los demás, liderados por Luis Mohedano, actual responsable de la delegación, y anteriormente por Javier Martín. Responsables que conocen perfectamente el funcionamiento y la esencia de la Unidad Alimentaria, facilitando que, entre todos, pongamos razón, alimentos y corazón en una labor que ya es compartida por todas las personas que formamos parte de Mercamadrid.

Somos testigos orgullosos de cómo el Banco de Alimentos de Madrid ha impulsado la labor de esta delegación a lo largo de los años, mejorando cada día los procesos y operativas, facilitando a las empresas la gestión de donaciones, y ampliando la actividad con una cámara frigorífica que permite abordar el segmento de alimentos refrigerados y congelados. Esto es crucial para proveer de proteína animal y garantizar una nutrición adecuada a las personas y familias que lo necesitan.

Hoy celebramos que el Banco de Alimentos de Madrid suma 30 años de saber hacer, de aprendizaje y de aporte de valor. Treinta años que han pasado muy rápido, pero cuya huella es ya imborrable y forma parte de la memoria colectiva, también en Mercamadrid. Por ello, ¡gracias!



ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

De la Responsabilidad Social Corporativa a la Responsabilidad Social Cooperativa



Entrevistamos a **Fernando Salazar**, quien fue Presidente Ejecutivo de Cesce desde 2018 hasta el pasado septiembre de 2024. Actualmente es Director de la Fundación ICO (Entrevista realizada en septiembre 2024).

Pregunta: Cesce es una empresa estratégica en el sector del riesgo con presencia en nueve países. Por su conocimiento de todo tipo de empresas y de la sociedad en general, ¿cuáles diría que son los grandes cambios sociales que estamos afrontando en el siglo XXI?. ¿Tienen estos cambios un impacto positivo en la sociedad y en la población más vulnerable?

Respuesta: Cesce se creó en el año 70 para asegurar el comercio exterior. Después de 54 años, aseguramos el comercio exterior y el interior y es cierto que tenemos gran conocimiento. social. Tenemos un departamento de análisis e informes para analizar las tendencias sociales y, en general, podemos decir que vivimos mejor. En una conferencia el año pasado trajimos de ponente estrella a un gran analista y le hicimos la pregunta "¿Vivimos peor o mejor?". La conclusión es que vivimos mejor. Muchos de los grandes cambios están trayendo progreso. Pero vivimos en un mundo turbulento: desde el Covid, la Guerra de Ucrania, la Guerra de Gaza... Surgen nuevas potencias, las tecnologías digitales, la IA, que, como toda innovación, da miedo aunque no tiene por qué ser mala. En un plano más social, el gran fenómeno que está surgiendo es la inmigración. En España ya una de cada 5 personas son extranjeras. La sociedad española ha cambiado muchísimo y en todas las clases sociales, pero sobre todo en las más desfavorecidas. Estamos en un mundo mejor pero es un mundo muy agitado, cambiante y en el que está habiendo grandes transformaciones de base. De todas, la que más impacto puede tener en la sociedad y las clases menos favorecidas es el fenómeno migratorio.

P: ¿Cómo es de importante la colaboración de las empresas con el Tercer Sector con sus políticas de RSC y la involucración de sus empleados?

R: Desde 2017 tenemos una política de RSC. Se destina el 0,7% de nuestros beneficios a programas de RSC del año siguiente, algo pionero que fue aprobado por el Consejo. Pero además hacemos que la RS no sea solo corporativa sino cooperativa: que siga las prioridades que nos marcan los empleados. Hacemos encuestas y ellos nos señalan los temas que les preocupan y proponen los

proyectos cuidando que no haya conflicto de intereses. No consiste solo en una aportación monetaria sino que participan con voluntariado, como en el caso del Banco de Alimentos Madrid, desde miembros del Comité de Dirección hacia abajo, por dar ejemplo, para que se visibilice. Es importante para generar orgullo de pertenencia, no se trabaja solo por un salario. El tema que más preocupa es la salud y también la pobreza extrema —en ella interviene el banco de alimentos— y el medio ambiente.

P: Desde 2011 Cesce colabora con el Banco de Alimentos de Madrid. ¿en qué consiste y cómo lo valoráis?

R: Hacemos tres grandes bloques de actividades. Uno es voluntariado, de manera regular, en clasificación de alimentos. Vamos grupos de todo tipo, desde el Comité de Dirección a empleados de base. Es útil como labor social pero también como construcción de equipo y para bajar a la realidad. En segundo lugar, Operaciones Kilo en Navidad, otras extraordinarias (como la del aceite o la de leche), duplicando o, incluso, triplicando las aportaciones de nuestros profesionales. Y también donamos equipamiento, como carretillas elevadoras o frigoríficos. Cuando vamos allí para hacer paquetes de alimentos, las vemos y nos da mucho orgullo. Colaboramos porque lo piden nuestros empleados y porque sí, porque hay que hacerlo y ser conscientes de la realidad del mundo en el que estamos. Le damos muchísimo valor a la colaboración y al trabajo que hacéis. Hubo gente, no alejada de las clases medias, que en la crisis recurrió de forma escondida a comedores sociales. Es un problema que trasciende ya a las clases sociales clásicas. Estamos encantados y orgullosos de colaborar con vosotros. Fue la primera colaboración que empezamos a hacer cuando no teníamos ni siquiera una política de RSC.

El reciente Presidente de Cesce, Pablo de Ramón-Laca, muestra su satisfacción por la responsabilidad social que ha venido desarrollando Cesce en los últimos años, especialmente con el banco de alimentos, línea de actuación que continuará y potenciará durante su presidencia.

Banco de Alimentos de Madrid: una organización basada en el voluntariado con enfoque profesional

Jimena Urretavizcaya

Partner – A&O Shearman



A&O SHEARMAN

Para A&O Shearman, la colaboración con el tercer sector es parte de nuestro ADN, está integrada en nuestra cultura. Como abogados, estamos convencidos de que tenemos un deber moral de contribuir a que el derecho sea un puente (y no una barrera) que permita el acceso de los más desfavorecidos a la justicia y a los recursos sociales. Por ello, somos muy

activos en el asesoramiento pro bono (gratuito) tanto en España como a nivel internacional.

Además del asesoramiento pro bono, somos conscientes de que tenemos una posición privilegiada y queremos contribuir activamente a la sociedad y por ello colaboramos regularmente con diversas ONGs, como Banco de Alimentos.

En A&O Shearman cada dos años seleccionamos una ONG internacional con la que colaboramos durante ese período todas las oficinas que componemos el despacho, tanto recaudando fondos, como con asesoramiento pro bono. En este momento esta ONG es Women for Women International, una organización cuyo trabajo se centra en las mujeres supervivientes de guerras y conflictos, conectándolas entre sí y dándoles recursos y apoyo para que desarrollen su potencial. Yo misma tuve la oportunidad de estar con ellas en diciembre pasado en Ruanda viendo de primera mano el increíble cambio, energía y confianza que las mujeres participantes consiguen tras pasar por su programa Stronger Women Stronger Nations. Con nuestra colaboración, estamos apoyándoles económicamente para que puedan realizar este mismo programa en Irak.

También entregamos todas las oficinas de A&O Shearman becas para proyectos de larga duración. Este año, entre otros proyectos, se ha seleccionado el realizado por una ONG española con la que tenemos una relación muy estrecha desde hace mucho tiempo. Se trata de Entreculturas, que recibirá 150.000 libras

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

esterlinas los próximos 3 años para desarrollar un proyecto de formación profesional e inserción laboral con jóvenes en El Salvador.

Nuestro compromiso, además, desde la oficina de Madrid incluye la colaboración activa con múltiples ONGs, a nivel nacional. Nuestro enfoque se centra en ONGs que trabajan en promover el acceso a la justicia y apoyar y desarrollar mejoras educativas, formativas y laborales. Creemos que junto con la justicia, el acceso a la educación y un trabajo digno son fundamentales para lograr la igualdad entre todos.

Por eso, en Madrid, tenemos un programa de Social Funding. Cada año realizamos donaciones a ONGs propuestas por todos los empleados de A&O Shearman Madrid. En 2024, por ejemplo, estas ONGs fueron A+Familias, Fundación Ampao, Norte Joven, Talita Madrid, Fundación Dádoris y Empieza por Educar (ExE). Con muchas de ellas colaboramos no sólo económicamente sino también prestándoles asesoramiento pro bono (como A+ Familias) y participando como voluntarios en sus iniciativas.

Con Banco de Alimentos de Madrid llevamos colaborando muchos años. De hecho, una de nuestras primeras iniciativas de acción solidaria realizadas desde Madrid (nuestros Pro Bono Days) fue en 2016 y pasamos un sábado en su delegación de Alcalá de Henares clasificando alimentos.

Sin embargo, fue a raíz del COVID cuando nos involucramos de forma mucho más activa. El ver las terribles «colas del hambre» nos hizo a todos darnos cuenta de la necesidad de hacer algo tangible cerca nuestro y con urgencia. Desde entonces, cada vez que tenemos alguna

iniciativa de recaudación de fondos en el Despacho (y somos bastante activos) donamos los fondos recaudados al banco de alimentos.

La oportunidad de conocerles más de cerca estos años, viendo sus almacenes, como funcionan, su enfoque tan humano, nos ha «enganchado» aún más si cabe. El hecho de ser una ONG basada en el voluntariado pero con un enfoque tan profesional nos parece un factor determinante.

Creemos que junto con la justicia, el acceso a la educación y un trabajo digno son fundamentales para lograr la igualdad entre todos.

Mi deseo para puede sonar un poco peculiar pero es que ojalá dejen de ser necesarios y sus voluntarios puedan centrar toda su energía y trabajo en otras áreas de colaboración social. Es inadmisibles que hoy en día haya tantas personas sin suficientes recursos para tener una vida digna. En este sentido, confío en que su labor de concienciación social y promoción de la solidaridad acabe de convencernos a todos de que tenemos que encontrar un modelo que garantice una vida digna para todos y todas.

En A&O Shearman cada dos años seleccionamos una ONG internacional con la que colaboramos durante ese período todas las oficinas que componemos el despacho, tanto recaudando fondos, como con asesoramiento pro bono.

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

Empresa, empleados y clientes unidos para cubrir necesidades de la población vulnerable

José Hernández

Senior Managing Director

Co-Chairman Equity Brokerage

The Kepler Chevreux Foundation



Han pasado poco más de cuatro años desde que la irrupción del COVID lo cambiara todo. En ellos se han sucedido eventos que han puesto a prueba todos los resortes de asistencia social que las sociedades avanzadas han ido desarrollando durante décadas. La pandemia, la invasión de Ucrania y sus millones de desplazados, Oriente Medio, flujos migratorios y

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

tantos otros eventos son ejemplos que nos recuerdan la responsabilidad que tenemos las empresas frente a situaciones que agudizan los problemas de desigualdad y vulnerabilidad. La Fundación Kepler Cheuvreux, parte del grupo de Servicios Financieros Kepler Cheuvreux, echa andar en la primavera de 2020 como respuesta a las necesidades surgidas de la pandemia y para canalizar el deseo de sus directivos y empleados de contribuir desinteresadamente a paliar sus efectos económicos sobre las personas más vulnerables. La red social desplegada por los gobiernos mitigó en buena medida los efectos negativos, pero no fue suficiente. La pandemia puso de manifiesto la insustituible labor de las entidades del Tercer Sector, y muy notablemente, la actividad del Banco de Alimentos de Madrid. En ese contexto, la Fundación Kepler Cheuvreux se puso en marcha para ayudar financieramente a cubrir las ingentes necesidades de ayuda que todos podíamos ver a nuestro alrededor.

La Fundación Kepler Cheuvreux ha distribuido hasta la fecha más de 5 millones de euros en ayudas a entidades del Tercer Sector en todos los países de Europa en los que tiene actividad. Los fondos tienen un triple origen: aportaciones del grupo Kepler Cheuvreux, aportaciones directas de los empleados, y contribuciones de nuestros clientes. El destino de nuestras ayudas se decide por el consejo de la fundación a propuesta de los empleados de cada una de las oficinas del Grupo en las 12 capitales europeas en las que estamos presentes. De esta manera, se consigue una implicación directa y real de todos empleados con las actividades de la fundación.

Implicar a los clientes en las responsabilidades sociales de la empresa también ha sido un éxito rotundo. Aproximadamente el 25% de los fondos anuales distribuidos por la Fundación Kepler Cheuvreux tienen su origen en las aportaciones de nuestros clientes. Dado el carácter multinacional de nuestra empresa, y de nuestros clientes, elegimos el conocido «Día de Acción de Gracias» para poner en marcha el denominado «Charity Trading

Day», un día en el que todos los ingresos derivados de la actividad de intermediación en renta variable se destinan a la fundación para dotarla de los recursos financieros que posteriormente se canalizan a su destino a través de las aportaciones a distintas entidades y fundaciones del Tercer Sector.

Es un hecho que las necesidades más acuciantes han ido cambiando mucho en estos cuatro años. Del impacto de la pandemia en 2020/21, asistimos estupefactos a la invasión de Ucrania en 2022, y fuimos testigos del mayor flujo de desplazados en Europa desde la Segunda Guerra Mundial, así como de las necesidades creadas por estos desplazamientos. La fundación ha ido seleccionando los destinatarios de las ayudas en función de lo que se consideraban necesidades más urgentes en cada momento.

A lo largo de estos años, hemos comprobado de primera mano la labor realizada por el banco de alimentos, el compromiso de sus colaboradores, y la calidad de sus servicios.

En paralelo, se han seleccionado destinatarios que consideramos «permanentes», entre los que se encuentra el Banco de Alimentos de Madrid, y varias organizaciones similares en otros países europeos. Es evidente que cuando las

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

necesidades de ayuda desaparecen de los titulares, éstas siguen estando ahí, y es por eso que nuestro compromiso con el banco de alimentos tiene este carácter permanente e independiente de la atención recibida por los medios de comunicación en cada momento. A lo largo de estos años, hemos comprobado de primera mano la labor realizada por el banco de alimentos, el compromiso de sus colaboradores, y la calidad de sus servicios.

Además de el Banco de Alimentos de Madrid, y otros del mismo perfil en el

resto de Europa, La Fundación Kepler Cheuvreux ha seleccionado otras personas y entidades beneficiarios, también de carácter permanente, relacionados con la investigación médica, el cáncer infantil, la integración de jóvenes en el mundo laboral, etc.

Deseamos que el Banco de Alimentos de Madrid pueda seguir llevando a cabo su inmensa labor social. En su 30 aniversario, es un referente para muchos, y estamos seguros que el éxito cosechado será un catalizador para que más empresas y fundaciones se comprometan con su proyecto.





**UN KILO
DE ALIMENTOS,
UN MILLÓN
DE GRACIAS**



bamadrid.org



ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

La FBAM es un colchón para miles de madrileñas y madrileños cada día

Jorge Gómez Martín

Responsable del Programa de Apoyo a la Comunidad Local de Amazon



Pregunta: Amazon es una compañía comprometida con las comunidades locales. ¿Existe una política definida para plasmar este contenido? ¿Qué tipo de proyectos apoyan?

Respuesta: En Amazon formamos parte de las comunidades en las que viven y trabajan

nuestros empleados. Nuestro objetivo es crear valor. Y no solo económico sino, sobre todo, social. Creemos que el éxito y la escala conllevan una gran responsabilidad.

Queremos anticiparnos y cubrir las necesidades más urgentes de los clientes lo antes posible. Y es aquí cuando pasamos de hablar del cliente, en singular, a pensar en la sociedad y las personas que viven en las comunidades en las que operamos. Una de las más urgentes sigue siendo garantizar que las personas tengan todas sus necesidades básicas cubiertas. Por eso apoyamos el trabajo de distintas entidades y organizaciones sin ánimo de lucro alrededor del mundo para contribuir a cubrir estas necesidades como la alimentación, la educación, el acceso a la vivienda.

P: ¿Cómo es la implicación de las personas trabajadoras de Amazon en dichos proyectos?

R: Al talento propio de las personas que trabajan en Amazon se suma una implicación vocacional, alineada con la cultura de la empresa, en las personas implicadas en programas de impacto social. Que su trabajo consista en ayudar a los más necesitados incluye, además, un componente motivacional de gran valor añadido. Además de los equipos involucrados en estos proyectos, decenas de miles de personas trabajadoras de Amazon se ofrecen como voluntarios junto a sus compañeros para apoyar a las comunidades locales con las que conviven durante el Mes Global de Voluntariado de Amazon. Equipos de Amazon de más de 50 países de todo el mundo participaron en más de 4.000 eventos presenciales y virtuales en apoyo de más de 400 organizaciones.

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

P: ¿Qué visión y valoración tiene Amazon del trabajo que realiza la FBAM? ¿Qué les impulsa a colaborar con nuestra fundación?

R: El acceso a alimentos es una de las necesidades más básicas del ser humano. La misión que realiza la FBAM distribuyendo alimentos a personas en situación de pobreza o riesgo de exclusión social es extraordinaria. Es un auténtico modelo de ayuda social, de solidaridad y lucha por una sociedad mejor.

Nos sentimos orgullosos, y muy agradecidos, de poder aportar nuestro granito de arena a la labor social que realiza la FBAM. Además, la FBAM comparte con Amazon su firme compromiso con la reducción del desperdicio alimentario.

P: Amazon, según informe Brand Finance Global 500 2024, es la 4ª empresa más valiosa del mundo y, desde un punto de vista más cualitativo, sus clientes la valoran muy positivamente porque hace mejor su vida a través de su experiencia positiva (variedad de productos, procesos de compra, pago y devoluciones sencillos, sin coste de envío o muy bajo, etc.). ¿De qué forma piensa que la FBAM hace mejor la vida de las personas que reciben su ayuda? ¿Qué puede suponer recibir alimentos para las personas vulnerables?

R: La provisión de alimentos está en la base de la pirámide de necesidades del ser humano, y el trabajo que hace la FBAM es crucial para que estas personas puedan no solamente cubrir sus necesidades alimentarias sino también recuperar su proyecto de vida, para ellas mismas y para sus familias. La FBAM es un colchón para miles de madrileñas y madrileños cada día.

P: Un deseo para el BAM en su 30 aniversario

R: Que puedan continuar con su importante misión durante muchos años más, que sigan contando con el apoyo de la sociedad civil, de empresas comprometidas como Amazon y de las administraciones públicas para poder llegar a todas las personas que lo necesitan. Que tengan la fortaleza y los recursos necesarios para hacer frente a los retos que puedan venir en el futuro.

Finalmente, les deseamos que puedan celebrar este 30 aniversario con orgullo por todo lo logrado, pero también con la energía y determinación para seguir trabajando incansablemente por una sociedad más justa e igualitaria, donde nadie se quede atrás. ¡Muchas felicidades y que cumplan muchos más años apoyando a quienes más lo necesitan!



ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

FBAM y Arup: una alianza para digitalizar la conciencia colectiva

Alejandro García-Ugena

Director & Building Engineering

Álvaro Martínez

Project & Design Manager

Marina Carretero

Senior Digital Product Manager

ARUP



Cada vez vivimos en un mundo más globalizado, en el que la incertidumbre y el egocentrismo parecen convertirse en los protagonistas de nuestro día a día. Las nuevas tecnologías y redes sociales, a pesar del avance que han supuesto para las sociedades, fomentan una cultura más centrada en el yo. En este contexto, si nos paramos a reflexionar, podríamos cuestionarnos hacia dónde avanzamos como sociedad: ¿es la sobreindividualización uno de los mayores desafíos del siglo XXI?

En el lado opuesto, sin embargo, también reconocemos fácilmente una nueva realidad más positiva a nivel social, en la que una mayor conectividad y conexión sirven en muchos casos como rotura de barreras y desigualdades. Ejemplo de ello es la actual facilidad que tenemos para fomentar la solidaridad, el apoyo mutuo y la cooperación entre las personas.

Las nuevas tecnologías nos ayudan a generar una conciencia colectiva que

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

nos recuerda que los problemas globales requieren soluciones conjuntas y un compromiso real por parte de todos y cada uno de nosotros: las fundaciones e instituciones, los voluntarios que las forman y las entidades con las que colaboran. En Arup entendemos cada colaboración como una oportunidad para reflexionar con creatividad y contribuir a mejorar el mundo que nos rodea, siendo al mismo tiempo un espacio bidireccional en el que aprender y enseñar.

Nuestra experiencia con grandes clientes del sector tecnológico y del entorno construido nos ha permitido extrapolar y adoptar soluciones ad hoc para superar los retos que prestaba la Fundación Banco de Alimentos de Madrid cuando nuestros caminos se cruzaron. Hay algo que teníamos claro: no queríamos limitarnos a realizar una donación económica; buscábamos ponernos manos a la obra, aplicando todo nuestro *know-how* adquirido a través de cada proyecto.

Así, en pleno proceso de digitalización, nos propusieron en primer lugar elaborar una plataforma con la que auditar a sus más de 500 entidades colaboradoras. Esta aplicación, además ser compatible con los demás sistemas de la FBAM, debía ser lo más intuitiva para los voluntarios y adaptable posible a todas sus operaciones. Guiados por los criterios de diseño y funcionamiento de la fundación, desarrollamos un programa a medida capaz de prever sus necesidades futuras.

También trabajamos en la optimización energética y estructural de sus cuatro naves, así como en la mejora de los flujos de organización dentro de sus almacenes. Actualmente continuamos trabajando con el equipo de voluntarios en el desarrollo de un dHub, una solución digital creada por Arup que está resultando útil para gestionar ágilmente los eventos anuales más importantes del banco de alimentos —la Gran Recogida y la Operación Kilo— en una alianza que esperamos perdure y continúe dando resultados gratificantes para ambos equipos. Este es un ejemplo más de cómo las nuevas tecnologías pueden ayudarnos a seguir fomentando una conciencia colectiva al mismo tiempo que optimizamos sus procesos.

Queremos expresar nuestra enhorabuena a la Fundación Banco de Alimentos de Madrid por el ejemplar trabajo realizado durante estos 30 años, así como nuestro agradecimiento por brindarnos la oportunidad de poder contribuir a crear un mundo mejor.

También nos gustaría aprovechar este espacio para animar a otras organizaciones a formar parte de este camino. Como empresas, sólo con iniciativas de alto valor, que muestren un compromiso real con la sociedad, conseguiremos llevar a cabo —tal y como hacen los voluntarios que conforman la fundación— un trabajo verdaderamente útil, capaz de unir fuerzas y generar un cambio real en la vida de miles de personas.

Las nuevas tecnologías nos ayudan a generar una conciencia colectiva que nos recuerda que los problemas globales requieren soluciones conjuntas.

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

Unidos contra el desperdicio y en favor de la solidaridad

Alejandro García Rojo

Customer Logistics Manager de FINDUS



En Findus, uno de los pilares fundamentales de nuestra política corporativa es la gestión eficiente de los excedentes alimentarios. Como compañía líder en el sector de la alimentación congelada, reconocemos la responsabilidad social que implica asegurar que los alimentos que producimos lleguen a las personas que los necesitan, en lugar de desperdiciarse. En este contexto, nuestra colaboración con el banco de alimentos, especialmente en el marco de su 30 aniversario, nos brinda una oportunidad única para reforzar nuestro compromiso con la reducción del desperdicio alimentario, la sostenibilidad y el apoyo a las comunidades más vulnerables.

La gestión de los excedentes es un desafío para cualquier empresa del sector alimentario, pero

en Findus lo afrontamos como una oportunidad para hacer una diferencia. En lugar de ver los excedentes como una carga o una pérdida, los tratamos como un recurso valioso que puede ser utilizado para ayudar a quienes más lo necesitan. No solo se trata de mejorar la eficiencia interna, sino también de contribuir al bienestar social y la protección del medio ambiente.

Para nosotros, la clave está en integrar sistemas de producción y distribución que optimicen el uso de los alimentos en cada fase del proceso. A través de nuestra colaboración con los bancos de alimentos asociados a FESBAL (Federación Española de Bancos de Alimentos), logramos canalizar los excedentes hacia una causa social, ayudando a las personas más desfavorecidas. Esta

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

colaboración no solo reduce el desperdicio, sino que también alivia la presión sobre el sistema de producción alimentaria y contribuye a una economía circular más sostenible.

Por otro lado, uno de los aspectos clave que estamos afrontando de cara al futuro es la nueva Ley de prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario. Esta legislación impone nuevas obligaciones a las empresas alimentarias para minimizar los desperdicios, y en Findus estamos totalmente alineados con estos objetivos. La ley exige a las compañías que implementen planes efectivos para prevenir la generación de excedentes y, cuando estos sean inevitables, gestionarlos de manera responsable y eficiente.

En este sentido, hemos adoptado una serie de cambios internos para cumplir con los requisitos de la ley y, a su vez, reforzar nuestro compromiso con la reducción de desperdicios. Estos cambios incluyen la optimización de nuestros procesos de producción, la mejora en la planificación de la demanda y la implementación de tecnologías que nos permitan anticipar con mayor precisión los niveles de stock necesarios. Además, estamos ampliando nuestra colaboración con los bancos de alimentos para asegurar que cualquier excedente sea redistribuido rápidamente y en perfectas condiciones para el consumo humano.

Además, uno de los aspectos más destacados de nuestra colaboración con los bancos de alimentos es la implementación del Plan B, una herramienta desarrollada por FESBAL para facilitar la gestión de los excedentes alimentarios. Este plan está diseñado para ayudar a las empresas como Findus a canalizar sus excedentes de manera eficiente, reduciendo los tiempos de gestión y asegurando que los productos lleguen a las personas que los necesitan con la mayor rapidez posible.

La utilidad de esta herramienta radica en su capacidad para centralizar y coordinar los esfuerzos de diferentes actores del sector alimentario. Nos permite identificar rápidamente qué productos están disponibles como excedentes y qué organizaciones benéficas están preparadas para recibirlos. Esta coordinación es esencial para garantizar que los alimentos no se pierdan en el proceso y que se distribuyan de manera justa y equitativa.

Esta legislación impone nuevas obligaciones a las empresas alimentarias para minimizar los desperdicios.

El Plan B de FESBAL nos ha proporcionado múltiples ventajas que han transformado nuestra gestión de excedentes. Entre las más importantes, destaca la reducción significativa del tiempo que transcurre entre la identificación de un excedente y su redistribución. Gracias a esta herramienta, podemos actuar de manera más ágil y eficiente, asegurando que los productos mantengan su calidad y seguridad alimentaria.

Además, el Plan B nos ofrece una visión más clara de los destinos finales de nuestros excedentes, lo que nos permite realizar un seguimiento detallado del impacto social de nuestra colaboración con los bancos de alimentos. Saber que nuestros productos llegan a los colectivos más necesitados nos motiva a seguir fortaleciendo esta relación y a buscar nuevas formas de optimizar nuestra gestión de recursos.

En conclusión, en Findus, estamos profundamente orgullosos de formar parte de la lucha contra el desperdicio alimentario, especialmente en colaboración con una organización tan respetada como el Banco de Alimentos de Madrid, que celebra su 30 aniversario este año. A través de iniciativas como el Plan B de FESBAL y adaptándonos a la nueva Ley de prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario, seguimos trabajando para crear un futuro más sostenible y solidario.

Felicitamos al Banco de Alimentos de Madrid por sus tres décadas de servicio y esperamos seguir contribuyendo, juntos, a mejorar la vida de quienes más lo necesitan. ¡Por muchos años más de colaboración y éxito!

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

«Sólo si trabajamos unidos
avanzaremos hacia la reducción
de las desigualdades»

Pedro León y Francia

Director de Fundación KPMG



Pregunta: ¿Hasta qué punto es importante la colaboración de las empresas privadas con organizaciones del Tercer Sector para trabajar en proyectos que impulsen sociedades mejores y más sostenibles, en línea con el ODS 17?

Respuesta: Desde mi punto de vista, el ODS 17 es el más difícil de cumplir porque trabajar en red exige una dosis de generosidad que no estamos acostumbrados a ofrecer o a gestionar. Para mí el ODS 17 lo que significa

es que tenemos que redefinir el modelo de colaboración entre sector público, sector privado y sector social. Cada uno tiene una misión, unas competencias y unas habilidades. Si queremos avanzar como sociedad, la única manera de hacerlo es aprovechando lo mejor que tiene cada uno de los tres sectores y superar prejuicios y reflexiones históricas. Solamente si tenemos una conversación abierta y sin prejuicios entre los tres sectores conseguiremos tener una sociedad más justa y equitativa.

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

P: Al hilo de la cuestión anterior ¿cómo trabajáis en este sentido en KPMG?

R: Todo lo que hacemos dentro de nuestra estrategia de impacto se sustenta sobre el pilar de prosperidad, que es el que tiene que ver con el compromiso con la sociedad. Todos los proyectos los gestionamos en red, mediante un interlocutor social. No buscamos trabajar directamente con las personas beneficiarias últimas, sino que somos unos firmes convencidos de que el segmento intermedio de entidades sociales es crítico y, de hecho, uno de nuestros ejes prioritarios de actuación desde Fundación KPMG es contribuir a la transformación del Tercer Sector, ayudando desde los órganos de gobierno o desde los cambios del modelo de gestión a que las organizaciones sociales estén mejor gestionadas y mejor gobernadas.

P: Fundación KPMG es un aliado estratégico para la Fundación Banco de Alimentos de Madrid y hemos trabajado con vosotros en diferentes proyectos. ¿Cómo valoras estos proyectos conjuntos entre ambas organizaciones?

R: Tenemos muchos profesionales que, afortunadamente, cada vez están más especializados en la problemática y las necesidades de las entidades sociales. Intentamos adelantarnos a vuestras necesidades y trabajamos

con vosotros porque os entendemos muy bien. Nuestros profesionales están especialmente contentos y les motiva hacer trabajos para entidades como el Banco de Alimentos de Madrid porque todos somos conscientes de la enorme labor social que realizáis.

P: Como sabes, hace 30 años que empezamos nuestra andadura como banco de alimentos, primero como asociación y más adelante nos convertimos en fundación. ¿Qué mensaje puedes darnos coincidiendo con este aniversario?

R: El cambio a fundación os abre nuevas perspectivas y, probablemente, áreas de trabajo adicionales a las operativas del banco, como puede ser el gobierno de la organización. Lo que os desearía es que no fuerais necesarios. Y es un deseo que es extensivo a muchas de las entidades con la que trabajamos en el Tercer Sector. Desafortunadamente creo que no es el caso, y hoy sois más necesarios que nunca, por lo que es clave no perder la convicción ni la ilusión: ni desde las personas voluntarias que dais vida al banco, ni desde sus órganos de gobierno, ni desde la red de entidades que colaboramos con vosotros. Que no perdamos la ilusión ni la conciencia de que sólo si trabajamos unidos avanzaremos en reducir estas desigualdades sociales que tenemos en España, o en Madrid en este caso.



ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

Banco de Alimentos de Madrid y Mercadona: 10 años de trayectoria

Laura Cruz Jiménez

Directora Acción Social de Mercadona



La relación de Mercadona con el Banco de Alimentos de Madrid, y en general con la Federación Española de Bancos de Alimentos, comienza varios años atrás. Hemos recorrido un camino de colaboración, aprendizaje mutuo para afrontar grandes retos, siempre en la búsqueda de un objetivo común, que es contribuir a mejorar la situación de vulnerabilidad de los beneficiarios finales a los que atienden.

En este recorrido, hemos vivido de cerca el empeño, profesionalidad y calidad en la atención que prestan, y es nuestra responsabilidad como empresa colaboradora, reconocerlo, visibilizarlo y seguir manteniendo esa cercanía y diálogo continuo, que nos permite conocer en cada momento sus necesidades a fin de darle respuesta.

En el caso concreto del Banco de Alimentos de Madrid, la colaboración con Mercadona tiene más de 10 años de trayectoria. Desde

la compañía, queremos destacar que gracias a la imprescindible labor del banco, y a la profesionalidad y dedicación de cada uno de sus voluntarios y equipos responsables, son atendidos más de 137.000 usuarios en la zona. Este grandísimo aporte de valor, merece el compromiso y la solidaridad de todos a fin de seguir avanzando en la colaboración conjunta.

En esa línea de cooperación mutua, desde Mercadona se ha impulsado como parte de su política de Acción Social, la donación de alimentos y productos básicos que durante el primer semestre de 2024 ha ascendido a 12.600 toneladas gracias a los acuerdos de colaboración con más de 750 entidades sociales entre ellos, el Banco de Alimentos de Madrid. Igualmente, desde la compañía, se ha promovido la participación en las campañas de captación como la Gran Recogida, o la Recogida de Primavera, organizada por la Federación Española del Banco de Alimentos.

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

Fruto de esta colaboración Mercadona junto con sus «jefes», que es como Mercadona llama a sus clientes, ha conseguido recaudar más de 3 millones de euros anuales a favor de los bancos de alimentos, para su transformación íntegra en alimentos. Se trata de un modelo en la que los «jefes» pueden hacer su donación monetaria en el momento de realizar la compra para que los bancos de alimentos puedan canjearlo a lo largo del año en los productos y cantidades que necesiten en cada momento, logrando así adaptar mejor la atención prestada.

En este aniversario que conmemora los 30 años del Banco de Alimentos de Madrid, quiero especialmente, además de agradecer su incansable labor, lanzar un mensaje de apoyo y un llamamiento a la solidaridad de todos. Entre todos podemos ayudar a captar los recursos necesarios para que se pueda mantener la ayuda que prestan.

Y por último, reconocer también la incansable labor, el ánimo y el empuje diario de todos aquellos que trabajan y colaboran con ellos para que su ayuda y acompañamiento a quienes más lo necesitan pueda ser una realidad que mejore la vida de muchas personas.

Hemos recorrido un camino de colaboración, aprendizaje mutuo para afrontar grandes retos, siempre en la búsqueda de un objetivo común, que es contribuir a mejorar la situación de vulnerabilidad de los beneficiarios.



MERCADONA



ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

Más allá del deporte: Drinking Runners significa solidaridad

Pablo Sánchez Carmenado
Fundador de Drinkingrunners

@drinkingrunners



¿Por qué un padre de cinco hijos, abstemio y que corre poco, creó en 2011 un perfil en Twitter llamado Drinkingrunners? Hasta entonces, Pablo Sánchez Carmenado tuiteaba en su cuenta personal sobre marketing, su especialidad profesional, y familia. Sin embargo, retomó el deporte tras años sin practicarlo y a las publicaciones sumó sus entrenamientos. «Generé mucho ruido porque en su día hice mucho deporte, conozco mucho atleta profesional, pero empecé a perder seguidores de marketing, que es lo que me interesaba, entonces», cuenta Pablo. «Abrí

una cuenta que se llama Drinkingrunners porque en este país los anglicismos funcionan muy bien, de ahí el *runner*. *Drinking*, porque cuando uno hace deporte, siempre al terminar dice: oye, ¿nos tomamos unas cañitas?».

Al principio eran «cinco o seis más activos» en Drinkingrunners, recuerda el fundador de la cuenta. Tuvieron buena acogida entre usuarios de Twitter que se sumaban a las acciones, que siempre han tenido carácter solidario. Algunas marcas les regalaban productos para promocionarlos y ellos los sorteaban

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

en el grupo. Pablo conocía a varias personas voluntarias del Banco de Alimentos de Madrid (BAM) y eso, sumado a que la organización acababa de recibir el premio Príncipe de Asturias, hizo que se decantaran por colaborar con el banco. En enero de 2013 hicieron el primer evento deportivo. «Fuimos pioneros de las quedadas solidarias». Convocaron en la Casa de Campo de Madrid y, para participar, había que aportar un kilo de alimentos. Asistieron casi 200 personas y se recogieron 1.400 kilos.

Para aquella ocasión crearon el hashtag #kmsXalimentos. «Hemos hecho tres *trending topic* mundiales: en 2014, uno, y dos en 2015. Y uno de ellos fue número uno mundial durante 24 horas. Ahora nos cuesta mucho hacer un *trending topic* local, antes siempre lo éramos a nivel nacional», comenta Pablo. «Ahora, si no publicas al día no tienes ningún alcance... que no es el objetivo, pero ayuda a recaudar más y esto lo hacemos en el tiempo libre». La amplia oferta de carreras y *quedadas runners*, ha hecho que, en lugar de organizar cuatro quedadas al año —en algunas han llegado a participar hasta 1.000 personas—, convoquen una o dos. El resto son retos solidarios. Sin embargo, las causas con las que colaboran han crecido.

Más causas solidarias

Entre 2012 y 2015 corrieron por el BAM. En 2016 añadieron una nueva motivación. «Una amiga del grupo nos dijo que un amigo tenía ELA. Entonces yo no sabía lo que era el ELA». Acuñaron el hashtag #KMSxELA para apoyar a las personas con esclerosis lateral amiotrófica. En el mismo año, añadieron a sus motivos para correr el síndrome de Dravet, una enfermedad rara que afecta a niñas y niños. El apoyo a personas con cáncer y sus familiares también es otra de las causas habituales con las que colaboran.

En estos 13 años de colaboración, Drinkingrunners ha conseguido casi medio millón de kilos de alimentos para el BAM. «Ahora hay más grupos, más gente, más retos. Todo te cuesta más. Es verdad que nosotros tenemos un hecho fácil: la gente siempre ha visto las furgonetas del banco, los coches del cáncer, los camiones de Dravet... entonces los ha identificado muy bien. Eso ayuda. Cuando



«Hemos hecho tres *trending topic* mundiales: en 2014, uno, y dos en 2015. Y uno de ellos fue número uno mundial durante 24 horas».

organizamos los retos o quedadas solidarias, la gente sabe que la ayuda llega y que lo hace rápido». También aporta visibilidad que reconocidos nombres se hayan sumado a los eventos solidarios: las actrices Kira Miró y Ana Rujas, el cocinero Paco Roncero, atletas como Jesús España, Isabel Macías, Carles Castillejo y Chemita Martínez, o la presentadora Cristina Pedroche, entre otros. Cada mes de diciembre tienes una cita con sus quedadas en la Casa de Campo. Correr, ayudar y pasarlo bien, su famoso #Run4Fun

Al preguntar a Pablo cuál es su deseo para el BAM por su 30 aniversario, responde: «Gracias a que existís, diariamente come mucha gente y no hay casi desperdicio alimentario. Toda la evolución que habéis hecho me parece maravillosa, vuestra labor escondida, que no estáis solo en la Gran Recogida... Os deseo 30 años más, 1.000, pero ojalá no tuvierais que existir porque sería lo mejor para esta sociedad».

Comprometidos con la mejora social

Conchita Navarro Atiénzar

Directora de Sostenibilidad y RSC Mutua Madrileña



El compromiso con la mejora social es una de las señas de identidad de Mutua Madrileña, como parte de nuestra implicación con la consecución de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) marcados por Naciones Unidas. Estamos convencidos de que, para lograr su propio desarrollo sostenible, las empresas tienen la necesidad y, sobre todo, la obligación de impulsar proyectos que contribuyan al crecimiento de la sociedad en la que conviven. Estamos comprometidos con la creación de valor social tanto a través de nuestra propia actividad y nuestros negocios, como a través del diálogo permanente con nuestros grupos de interés y de nuestro impacto en la comunidad, labor que impulsamos especialmente a través de la Fundación Mutua Madrileña.

En este sentido, a través de nuestra fundación, desarrollamos varias líneas de acción social, como la Convocatoria Anual de Ayudas a Proyectos Sociales que, desde hace 13 años, sirve para poner en marcha decenas de proyectos de entidades sin ánimo de lucro. En este tiempo ha destinado más de 10 millones de euros a esta convocatoria, que han servido para la puesta en marcha de más de 330 proyectos.

Para que las empresas podamos contribuir a mejorar las principales problemáticas sociales, atendiendo especialmente a aquellos colectivos que más lo requieren, nuestro colaborador necesario son las entidades del Tercer Sector, pues son quienes tienen el pulso de dónde está la necesidad en cada momento. Sin ellas nuestra implicación no lograría tanto impacto positivo en las personas en situación desfavorecida.

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

Para que las empresas podamos contribuir a mejorar las principales problemáticas sociales, atendiendo especialmente a aquellos colectivos que más lo requieren, nuestro colaborador necesario son las entidades del Tercer Sector.

Este enfoque de colaboración responde al Objetivo de Desarrollo Sostenible 17, «Alianzas para lograr los objetivos», que es crítico para que, entre todos, organizaciones públicas y privadas, podamos contribuir a alcanzar los retos que nos plantea la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

Entre las entidades que suponen una constante, un aliado imprescindible para canalizar nuestra ayuda es el Banco de Alimentos de Madrid. Desde hace 12 años organizamos recogidas de alimentos en nuestra sede para intentar apoyar la ingente labor que el banco realiza para aquellos que están atravesando un momento de necesidad económica y que, en muchas ocasiones, tienen hijos pequeños a su cargo.

Dos veces al año, nuestros profesionales se vuelcan en ayudar para contribuir, en la

medida de nuestras posibilidades, a reponer y abastecer al banco. En los últimos años, hemos optado por organizar la recogida online, de forma que el dinero pueda destinarse a aquellos productos que más falta hacen o de los que haya carencia en algún momento. De hecho, algunas de nuestras últimas recogidas han sido específicas de leche o aceite. Pero esta pérdida de contacto físico no ha reducido el interés y compromiso de nuestros empleados y cada vez se aumenta la cantidad y toneladas recogidas.

En los últimos años, de media contribuimos con una media de más de 5.000 kg de alimentos cada año. De hecho, desde el inicio de nuestra colaboración en 2012, entre los empleados de Mutua hemos conseguido aportar al banco de alimentos cerca de 50.000 kg de alimentos.

Entre las entidades que suponen una constante, un aliado imprescindible para canalizar nuestra ayuda es el Banco de Alimentos de Madrid.

Por nuestra larga trayectoria colaborando con el Banco de Alimentos de Madrid, por el cariño y esmero que ponen sus voluntarios y por la importancia de su labor y la trascendencia que tiene en los momentos delicados de sus beneficiarios, las personas que formamos parte de Mutua Madrileña os felicitamos por vuestras tres décadas de vida.

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

Comprometidos con el impulso de iniciativas de impacto positivo social, ambiental y ético

Victor Roig Batista

Director General Deoleo España



Pregunta: ¿Cómo describiría la situación actual del sector del aceite y la posición de Deoleo en él?

Respuesta: El sector del aceite de oliva se encuentra fuertemente condicionado por la climatología. En los últimos años, las altas temperaturas y la escasez de lluvias han afectado a toda la cadena de valor, lo que ha resultado en dos malas cosechas, impactando negativamente en la calidad y cantidad de la producción y provocando una disminución significativa en los volúmenes generados.

Para esta nueva cosecha 24/25, hemos superado los meses clave de abril y mayo,

época de floración del olivo, sin episodios de calor extremo, y las lluvias de la pasada primavera han elevado las reservas hídricas por encima de la media. Estos factores refuerzan las estimaciones que apuntan a una campaña con una cosecha en niveles normales en España, una perspectiva más optimista para el sector, que confía poder ofrecer en el mercado producto de calidad a un precio más asequible.

A pesar de este complejo contexto, en Deoleo seguimos apostando por nuestra hoja de ruta, basada en la calidad, la innovación y la sostenibilidad, nuestros tres pilares fundamentales, y con nuestro foco puesto

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

siempre en el consumidor. De este modo, hemos mantenido nuestra Certificación Residuo Cero en nuestras fábricas de España e Italia, y hemos sido galardonados con la medalla platino del sello EcoVadis por nuestros esfuerzos en sostenibilidad y ESG, y con la Certificación de Buen Gobierno Corporativo de AENOR. Además, seguimos liderando el mercado con nuestras marcas de alta calidad, como Carbonell, Maestros de Hojiblanca o Koipe, y esforzándonos por innovar y adaptarnos a las demandas del consumidor y del mercado global.

P: ¿Cuál es el nivel de implicación de Deoleo y sus empleados en materia de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?

R: Estamos firmemente comprometidos con el impulso de iniciativas que tengan un impacto positivo a nivel social, ambiental y ético. Desde 2015, hemos establecido una sólida colaboración con los Bancos de Alimentos de Madrid y Córdoba, donando más de 200.000 litros de aceite en los últimos cuatro años. Este compromiso se ha ampliado con un programa de voluntariado corporativo, donde nuestros empleados de diferentes áreas participan activamente en la clasificación y entrega de alimentos. Además, hemos lanzado campañas de recaudación de fondos, llegando a cerca de los 10.000 euros para apoyar causas benéficas. Estos esfuerzos reflejan nuestra dedicación a contribuir positivamente a la sociedad y apoyar a quienes más lo necesitan.

P: ¿Qué razones motivaron a Deoleo a colaborar con el Banco de Alimentos de Madrid y cómo ve la relación de cara a futuro?

R: Nuestra colaboración con el banco de alimentos se basa en una convicción profunda de que debemos apoyar a nuestra comunidad, especialmente en tiempos difíciles. El trabajo del banco de alimentos es esencial para proporcionar productos básicos a las familias más desfavorecidas, y estamos orgullosos de ser parte de esa misión.

Gema Escrivá, directora general del Banco, ya destacó la importancia de nuestra alianza, y nosotros compartimos ese reconocimiento. La capacidad del banco para enfrentar desafíos y su impacto positivo en la comunidad son realmente admirables. Nos sentimos honrados

de colaborar con ellos y de contribuir con nuestras donaciones y nuestro tiempo.

Mi deseo para el Banco de Alimentos de Madrid es que continúe creciendo en su capacidad para ayudar a quienes más lo necesitan y que siga siendo un faro de esperanza y solidaridad en la comunidad. Que sigan innovando y ampliando su alcance, y que puedan seguir contando con el apoyo de aliados como Deoleo para cumplir su misión. Estamos comprometidos a seguir colaborando y apoyando sus esfuerzos para construir una sociedad más justa y equitativa.

Desde Deoleo, estamos dispuestos a fortalecer nuestra relación con el banco de alimentos y a expandir nuestras iniciativas de responsabilidad social corporativa. Planeamos continuar con nuestras donaciones regulares y nuestro programa de voluntariado, y explorar nuevas formas de apoyar a la comunidad. Creemos que nuestra responsabilidad social es un viaje continuo y estamos decididos a hacer una diferencia positiva en cada etapa. El futuro nos ofrece la oportunidad de innovar y de seguir contribuyendo de manera significativa, tanto a nivel local como global.

La capacidad del banco para enfrentar desafíos y su impacto positivo en la comunidad son realmente admirables. Nos sentimos honrados de colaborar con ellos y de contribuir con nuestras donaciones y nuestro tiempo.

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

Un compromiso que hace la diferencia

Alejandra Vidal Albareda

Directora de Asuntos Corporativos y Comunicación



En este 2024, celebramos el trigésimo aniversario de la creación del Banco de Alimentos de Madrid, una organización cuya labor, discreta pero fundamental, ha sido una **tabla de salvación para miles de familias** que se enfrentan a diario a la pobreza y la exclusión. En Japan Tobacco

International (JTI), sentimos una profunda admiración por el banco de alimentos y los cientos de voluntarios que lo conforman, y es un honor para nosotros haber podido formar parte de su historia desde el año 2012, sumando esfuerzos en torno a objetivos comunes.

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

La distribución de alimentos es una tarea ardua, que requiere no solo de recursos materiales sino de una logística precisa, voluntarios comprometidos y una infraestructura que permita llegar a cada rincón donde se necesita ayuda. Por ello, nuestra contribución siempre ha querido ir más allá de la mera donación económica, y se ha materializado en diversas acciones encaminadas a mejorar la capacidad operativa del banco. Apoyar, en definitiva, el **fortalecimiento de su estructura** para que su trabajo siga siendo sostenible y eficiente a lo largo del tiempo.

Dentro de estas iniciativas se encuentra, por ejemplo, la adquisición de un camión frigorífico que ha permitido que los alimentos perecederos lleguen en condiciones óptimas a su destino, incrementando así el volumen de ayuda que puede distribuirse de manera segura. También la creación de nuevas infraestructuras de almacenaje y rampas para optimizar el acceso y transporte de los alimentos, elementos que, aunque invisibles para muchos, **marcan una diferencia enorme en la capacidad de respuesta del banco.**

Más recientemente, hemos trabajado mano a mano para avanzar en la tan necesaria **digitalización de la entidad.** Este proyecto tenía como meta mejorar la trazabilidad y la fiabilidad de los datos, eliminando la dependencia del trabajo manual que, en muchos casos, se hacía a expensas del tiempo y esfuerzo de los voluntarios. Gracias a esta modernización, ahora es posible gestionar con mayor precisión los recursos y garantizar que la información no se pierda, incluso si algunos voluntarios deciden concluir su colaboración. Además, la digitalización ha permitido al banco de alimentos ofrecer mejores herramientas y más canales de contacto con donantes y entidades benéficas, multiplicando su capacidad de respuesta y capilaridad.

El **voluntariado corporativo** ha sido, sin duda, otro de los pilares de nuestra colaboración a largo plazo con el banco y

lo que mayores alegrías nos ha reportado como compañía. A través de iniciativas como la Operación Kilo, que sigue activa año tras año, promovemos que nuestros empleados se sumen a esta causa. Aunque los tiempos han cambiado y el teletrabajo ha planteado nuevos retos para la participación, continuamos fomentando la implicación de nuestros equipos, convencidos de que el tiempo que dedican a estas actividades no solo enriquece a quienes lo reciben, sino también a quienes lo ofrecen.

Gracias a la digitalización el Banco de Alimentos de Madrid puede ofrecer mejores herramientas y más canales de contacto con donantes y entidades benéficas, y ha multiplicado su capacidad de respuesta y capilaridad.

Estos 30 años de vida del Banco de Alimentos de Madrid constituyen **un emocionante testimonio de lo que la solidaridad puede lograr.** Deseamos que esta celebración sea una oportunidad para, juntos, reconocer el esfuerzo incansable de los voluntarios y de todas las personas que día tras día dedican su tiempo y energía a brindar esperanza y dignidad a quienes más lo necesitan.

Afán de superación

Francisco López López-Bago

Presidente del Grupo Gourmets

SALÓN GOURMETS



Al inicio de esta década, el sector de las ferias de alimentación fue uno de los que vivió momentos de mayor incertidumbre debido a la consabida pandemia; no sólo era impensable reunir a 100.000 personas bajo el mismo techo, es que además tenían que comer. El siguiente Salón Gourmets, lugar de encuentro para cerrar acuerdos comerciales que impulsan el sector agroalimentario, no se pudo celebrar hasta octubre de 2021. Mientras tanto planeaba sobre nosotros la idea de adaptación, de que tal vez las ferias debían convertirse en digitales o híbridas... pero el empuje de todos estos productores y de los miles de visitantes con que cuenta el SG cada año, respondió con entusiasmo a esa, nuestra primera convocatoria después de la pandemia, reforzándonos en la idea de que el crecimiento del sector agroalimentario pasa por verse, relacionarse y sobre todo probarse. De hecho, es tanta la necesidad de que esto sea así, que el SG celebrado en 2023 fue el mejor de la historia y en 2025 es previsible que se alcance un nuevo record, pues contaremos con un pabellón más en Ifema Madrid para un total de 6.

El futuro

Esta positiva recuperación ha fortalecido el auge de las ferias de alimentación y planteado nuevos retos. En el caso del SG en concreto, los esfuerzos en el futuro inmediato están dirigidos hacia dos áreas; la internacionalización y la optimización. Dado que el evento es el espacio perfecto para propiciar la exportación, y aunque el SG ya cuenta con más de

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

15.000 compradores extranjeros, de cara a la próxima edición hay un férreo compromiso de aumentar esta cifra a la vez que trabajamos en la divulgación del evento para ampliar también el número de expositores internacionales. En cuanto a la optimización, el SG dedica el periodo inmediatamente posterior al evento a realizar un análisis profundo de las áreas de mejora con la mirada puesta en adaptarnos a los nuevos modelos de consumo y las tendencias que la sociedad reclama.

Y por supuesto, la **Fundación Banco de Alimentos de Madrid**, invitado de excepción con espacio propio en el SG, cuyos voluntarios realizan una constante labor de divulgación entre los expositores que acuden al evento y que, a su término, tienen la oportunidad de donar sus productos, alcanzando en la última edición la cifra record de más de 9 toneladas de alimentos.

El compromiso

La gran afluencia de profesionales que acude al SG, así como su naturaleza agroalimentaria y gastronómica son factores idóneos para desarrollar nuestra responsabilidad social corporativa a través de alianzas, no sólo con organizaciones sin ánimo de lucro, sino también con instituciones e incluso, de forma puntual, países. Tal es el caso de **Ucrania**, que, desde hace dos años, cuenta con un amplio espacio y stand cedidos gratuitamente para exhibir sus productos. A nivel institucional, el evento apoya la campaña del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, **Aquí no se tira nada**, que, afortunadamente, parece estar dando sus frutos pues, según datos de la propia institución, en un año el desperdicio alimentario en hogares se ha reducido un 6,2 % mientras que fuera de ellos un 11,3 %.

Hemos forjado además alianzas con organizaciones clave del Tercer Sector dedicadas a distintos objetivos; tal es el caso de **Aldeas Infantiles SOS**, cuyos voluntarios tienen la oportunidad de informar sobre su labor de ayuda a la infancia más vulnerable, que en este momento abarca casi 11.000 niños y más de 3.000 familias en España.

Gastronomía Solidaria, dedicada a impartir formación en hostelería a jóvenes en riesgo de exclusión con el fin de propiciar su inclusión laboral, es otra de las organizaciones presentes en el SG a través de un escenario cedido por la organización donde, junto con conocidos chefs, los alumnos desarrollan divertidos show cookings que atraen gran cantidad de visitantes.

Y por supuesto, la **Fundación Banco de Alimentos de Madrid**, invitado de excepción con espacio propio en el SG, cuyos voluntarios realizan una constante labor de divulgación entre los expositores que acuden al evento y que, a su término, tienen la oportunidad de donar sus productos, alcanzando en la última edición la cifra record de más de 9 toneladas de alimentos.

Nuestras más sinceras felicitaciones por estos 30 años de dedicación plena, por realizar esta labor tan compleja y necesaria, por vuestro profesionalismo, vuestro empuje, vuestro afán de superación y vuestra capacidad de transmitirnos que, con la ayuda de todos, la situación, siempre puede ser mejor.

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

«En Société Générale también somos banca de alimentos»

Yaiza Hernández

Coordinadora de Responsabilidad Social Corporativa
SOCIETE GENERALE



En Société Générale nos dedicamos a financiar la economía, pero también somos banca de alimentos. Nuestra historia con el banco de alimentos arrancó hace 12 años, cuando lanzamos una acción conjunta entre Recursos Humanos y Responsabilidad Social Corporativa en Société Générale relacionada con los cheques restaurant. A través de la campaña «Seamos Banca de Alimentos», el importe de las comidas que perciben los empleados se podía convertir en una donación directa a FBAM. Lo que en un principio fue solo una idea para hacer una contribución media por persona de un cheque al mes, se ha consolidado en el banco y cada año gana más fuerza.

Lo cierto es que, en Société Générale, nuestras acciones solidarias se centran en contribuir a crear una sociedad más inclusiva. Esto significa que damos prioridad a la **educación** para la inclusión social y

profesional, al tiempo que fomentamos el acceso a la **cultura** y el cuidado del **medioambiente**. La educación, la cultura y el medioambiente son, por tanto, las tres áreas en las centramos nuestras acciones, al entenderlas como esenciales para la vida en sociedad. Son las prioridades de nuestra Fundación «The Future is You». Sin embargo, la labor del banco de alimentos es tan esencial para la comunidad que decidimos integrarlo entre nuestras organizaciones de referencia. Combatir el hambre es una pieza fundamental para crear una sociedad más justa. Hoy, tras 12 años de colaboración con FBAM, se trata del compromiso más duradero que ha tenido Société Générale Sucursal en España con una fundación.

La experiencia de visitar las instalaciones de FBAM lo cambi  todo. No eres consciente de la infraestructura y de la

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

gestión que conlleva hasta que llegas allí. Lo que sorprende especialmente es que la nave más que un almacén es como un pueblo en miniatura, donde todos los voluntarios se conocen y trabajan como una gran familia.

Desde entonces, la relación entre Société Générale y el Banco de Alimentos de Madrid ha ido creciendo año tras año. «Seamos Banca de Alimentos» sigue sumando las donaciones de los empleados que se unen a la iniciativa. Durante la pandemia, tras recibir la noticia de que la FBAM estaba recibiendo un 80% menos de alimentos de lo habitual, la generosidad de los empleados se triplicó. Conseguimos recaudar una cantidad récord ya que muchos compañeros decidieron donar todos los cheques del mes de abril.

Hay algo que nos hace especial ilusión: tener una calle en la nave de FBAM. El día que fuimos a hacer una jornada de voluntariado, se convirtió en nuestro photocall.

Enhorabuena por vuestro 30 aniversario. Gracias por invitarnos a celebrarlo con vosotros.

Combatir el hambre es una pieza fundamental para crear una sociedad más justa. Hoy, tras 12 años de colaboración con FBAM, se trata del compromiso más duradero que ha tenido Sociéte Générale Sucursal en España con una fundación.



ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

La importancia de la Responsabilidad Social Corporativa para un futuro más justo

Carlos Hernández

Consejero Delegado de Brother Iberia



La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) no es simplemente una tendencia o una estrategia de marketing. En Brother, la RSC es una pieza esencial de nuestra filosofía y un eje central de nuestro compromiso con la sociedad. No olvidamos que, como parte del tejido empresarial, las compañías tenemos la capacidad y la responsabilidad de generar un impacto positivo en todas nuestras comunidades. Porque en un mundo cada vez más interconectado es imprescindible que nuestras acciones empresariales vayan más allá de los beneficios económicos y se enfoquen, también, en aportar soluciones a desafíos globales como la pobreza, el hambre y el cambio climático.

Desde nuestros inicios, en Brother hemos adoptado una filosofía que sitúa a las personas en el centro de nuestras decisiones. Este enfoque, englobado en el lema At Your Side, nos ha guiado en el desarrollo de productos y servicios, pero también en la manera en que entendemos nuestra responsabilidad social. Y nuestro compromiso no es sólo con nuestros clientes; también con los distintos grupos de interés que conforman nuestra sociedad.

Uno de los pilares más importantes de nuestra estrategia de RSC en España es, sin duda, nuestra colaboración con organizaciones del Tercer Sector, y entre ellas, el banco de alimentos. Durante años hemos trabajado mano a mano con ellos para combatir el hambre y mejorar las condiciones de vida de las personas más vulnerables. Por ejemplo, mediante la adquisición de una calle dentro de sus

brother
at your side

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

instalaciones contribuimos económicamente para asegurar que puedan continuar con su valiosa labor: la recolección y distribución de alimentos a quienes más lo necesitan. Esta acción concreta es una muestra de nuestro compromiso y un reflejo de nuestra meta de contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en particular el ODS 2, Hambre cero.

Agentes del cambio

¿Por qué es tan importante la RSC en un entorno empresarial? Porque las empresas, como actores clave en la economía, tenemos la capacidad de influir de manera significativa en nuestro entorno; ser agentes de cambio. En nuestra compañía hemos creado el Comité Solidario de Brother Iberia, un equipo compuesto por empleados voluntarios que impulsan proyectos relacionados con la salud, la alimentación y la integración social. A través de donaciones, voluntariado y apoyo a organizaciones sin ánimo de lucro, promovemos el bienestar de aquellos que enfrentan mayores dificultades. Y el trabajo que realizamos junto al banco de alimentos es solo una de las muchas formas en que tratamos de devolver a la sociedad parte de lo que ésta nos da.

Pero no queremos centrarnos en una ayuda corporativa. Porque la implicación de nuestros empleados es un componente esencial, quizá el más importante, de nuestra estrategia de RSC. Creemos firmemente que el compromiso social empieza desde dentro, con un capital humano comprometido y diverso que trabaja por un desarrollo sostenible. Cada pequeño esfuerzo cuenta, y en Brother estamos convencidos de que las acciones de nuestros profesionales, aunque sean pequeñas en escala, tienen el poder de generar un impacto positivo y duradero.

En estos tiempos de incertidumbre, es cuando más necesitamos unir esfuerzos y colaborar.

Y nuestra colaboración con el banco de alimentos nos recuerda la importancia de las alianzas entre empresas y organizaciones solidarias para abordar los problemas más urgentes de la sociedad. Seguiremos trabajando con la convicción de que un mundo más equitativo es posible si todos hacemos nuestra parte.

Uno de los pilares más importantes de nuestra estrategia de RSC en España es, sin duda, nuestra colaboración con organizaciones del Tercer Sector, y entre ellas, el banco de alimentos.

Así como el banco de alimentos continúa con su misión de recoger y distribuir alimentos, en Brother seguiremos con nuestra misión de estar al lado de aquellos que más lo necesitan, apoyando iniciativas que generen un impacto positivo y duradero. Este compromiso es una responsabilidad empresarial, pero también un honor. Porque nos enorgullece formar parte de este esfuerzo colectivo y esperamos que nuestra colaboración con el banco de alimentos siga dando pasos adelante para conseguir un futuro más justo.

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

El banco es un ejemplo de solidaridad y buen hacer

José María de Santiago

Presidente de Zamora Company



Las empresas tenemos una gran responsabilidad como agentes clave para el cambio. Por eso, más allá de la rentabilidad financiera, desde nuestra empresa asumimos un compromiso con la sociedad dentro de nuestro **modelo de Empresa Consciente**, una estrategia transversal a toda nuestra compañía que persigue el impacto positivo en la sociedad, el medioambiente y en



ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

nuestro equipo humano formado por más de 500 empleados así como en los consumidores.

La protección ambiental y social está en nuestro ADN desde nuestros orígenes y somos conocedores de que **nuestra actividad está ligada al entorno natural y social en el que operamos**. Por este motivo, dentro de nuestros planes de filantropía y acción social, llevamos más de 75 años colaborando para apoyar a los colectivos más vulnerables de nuestro área de influencia. En este sentido, cabe destacar que destinamos más del 2% de nuestro beneficio neto anual a proyectos que contribuyen al bienestar de los colectivos más desfavorecidos y necesitados. Estos proyectos están principalmente dirigidos a ayudar a familias en situación de vulnerabilidad, cubriendo sus necesidades básicas de alimentación y hogar, facilitar la inserción laboral y la integración e inclusión social.

En Zamora Company estamos muy satisfechos de formar parte de esta celebración por la colaboración que iniciamos con esta organización en 2020 a raíz de la irrupción del **Covid y la grave emergencia sanitaria, económica y social** que se desató. Desde entonces venimos colaborando con donaciones anuales, que han ascendido a más de 125.000€ en estos años.

En 2022 el Banco de Alimentos de Madrid tuvo la deferencia de distinguir nuestra labor a través de un **reconocimiento** otorgado a nuestra compañía, y que tuve el honor de recoger en nombre de la empresa.

Esta distinción reconocía nuestra aportación económica durante la pandemia, pero sin duda los verdaderos héroes de aquel terrible capítulo de nuestra historia reciente fueron todos los trabajadores y colaboradores del Banco de Alimentos de Madrid, que atendieron en los primeros meses de pandemia la mayor demanda de ayuda alimentaria de las últimas décadas, alcanzando a 230.000 personas atendidas.

El banco fue y sigue siendo cada día un verdadero **ejemplo de solidaridad y buen hacer**, y es justo reconocerlo con motivo del 30 aniversario que la entidad celebra este año.

Nuestra actividad está ligada al entorno natural y social en el que operamos. Llevamos 75 años colaborando para apoyar a los colectivos más vulnerables.

Con motivo de esta efeméride, queremos **reconocer la labor de esta entidad** que ha estado siempre en primera línea apoyando a las personas vulnerables y trabajando sin descanso para atender a los más necesitados. Son un referente solidario y deben estar muy orgullosos de la obra llevada a cabo estas décadas protegiendo y ayudando a las personas en situación de riesgo.

Enhorabuena por este 30 Aniversario de parte de toda la familia de Zamora Company. Seguiremos apostando por vosotros porque, como empresa, uno de los anhelos que también deseamos es proteger y ayudar a las personas que más lo necesitan. ¡Por muchos más años colaborando juntos y ayudando a los que más lo necesitan!

El banco de alimentos: un pilar fundamental en la lucha contra el hambre

Isabel Durán

Directora de programas de la Fundación Pryconsa



Fotografía: María Antonia García de la Vega.



En un mundo donde la abundancia y la escasez coexisten de manera paradójica, el banco de alimentos emerge como una institución crucial en la redistribución de recursos alimentarios. Esta organización, con su noble misión de combatir el hambre y reducir el desperdicio de alimentos, se alinea perfectamente con los valores y

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

objetivos de entidades filantrópicas como la Fundación Pryconsa, que se dedica a mejorar la calidad de vida de las personas más vulnerables.

El banco de alimentos desempeña un papel vital en nuestra sociedad, actuando como un puente entre el excedente de alimentos y aquellos que más los necesitan. Su labor no solo aborda la inseguridad alimentaria, sino que también contribuye significativamente a la reducción del desperdicio de alimentos, un problema global de creciente preocupación. A través de una red bien organizada de voluntarios y profesionales, la institución logra recuperar excedentes alimentarios en perfectas condiciones de consumo, redistribuir gratuitamente estos alimentos a personas desfavorecidas y colaborar con empresas e industrias del sector alimentario.

La Fundación Pryconsa, fiel a su compromiso con diversas causas sociales, encuentra en el apoyo al banco de alimentos una forma efectiva de materializar su vocación de ayuda.

El alcance del banco de alimentos va más allá de la mera distribución de alimentos. Su labor tiene un profundo impacto social que mejora la calidad de vida de personas en situación de vulnerabilidad, fomenta la solidaridad y la conciencia social, promueve la inclusión y la dignidad de los beneficiarios, y contribuye a la cohesión social en las comunidades. En este

contexto, es fundamental reconocer cómo iniciativas como esta pueden transformar vidas y crear un entorno más justo.

La Fundación Pryconsa, fiel a su compromiso con diversas causas sociales, encuentra en el apoyo al banco de alimentos una forma efectiva de materializar su vocación de ayuda. Esta sinergia entre ambas entidades potencia el impacto positivo en la sociedad. La fundación puede aportar significativamente al banco en áreas como el apoyo logístico, facilitando recursos para mejorar la infraestructura de almacenamiento y distribución; movilizándolo a empleados y colaboradores para participar en campañas de recogida; realizando donaciones de recursos económicos; y utilizando su plataforma para crear conciencia sobre la importancia del trabajo del banco.

La colaboración entre el banco de alimentos y entidades como la Fundación Pryconsa ejemplifica cómo la unión de esfuerzos puede magnificar el impacto social. Este tipo de alianzas no solo fortalecen la capacidad operativa del banco, sino que también inspiran a otras organizaciones a sumarse a la causa. En un momento en que las necesidades sociales son cada vez más apremiantes, es esencial que las empresas y fundaciones asuman un papel activo en el apoyo a estas iniciativas.

El desafío de combatir el hambre y la inseguridad alimentaria requiere un esfuerzo sostenido y colaborativo. El banco de alimentos, con el respaldo de muchas fundaciones comprometidas como la nuestra, está bien posicionado para enfrentar este reto. Los treinta años que acaba de cumplir son la mejor noticia que podíamos recibir ya que certifican tanto su solidez de cara al futuro como la evidente necesidad que tiene la sociedad de esta entidad.

En un mundo que enfrenta desafíos cada vez más complejos, iniciativas como estas son faros de esperanza que demuestran que, con dedicación y colaboración, podemos construir un futuro más equitativo y sostenible para todos.

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

El Corte Inglés y los Bancos de Alimentos, una colaboración continua y creciente



**ALIMENTA
UNA VIDA
MEJOR**

RECOGIDA PRIMAVERA 2024

Desde el **20** al **26**
de mayo de 2024

**BANCOS DE ALIMENTOS
FESBAL
BANCOS DE ALIMENTOS**

**HAZ TU DONACIÓN ECONÓMICA
AL PASAR POR CAJA**

EL CORTE INGLÉS REALIZARÁ UNA APORTACIÓN
ADICIONAL EN ALIMENTOS EQUIVALENTE
AL **10%** DE LA RECAUDACIÓN OBTENIDA

SUPERCOR **HIPERCOR** **El Corte Inglés**
SUPERMERCADO

Para el Grupo El Corte Inglés es un orgullo colaborar con la Federación Española de Bancos de Alimentos de forma continuada desde hace doce años. Tanto las Operaciones Kilo (Recogida Primavera este año) como la Gran Recogida son fechas señaladas en nuestro calendario, ya que todo nuestro personal, pero de forma destacada el de venta, se vuelca en dar a conocer a los clientes esta iniciativa y así, entre todos, lograr que cada año la cifra obtenida al final de la campaña sea mayor.

Para ello todos los supermercados de El Corte Inglés, Hipercor, Supercor y Supercor Express, así como el supermercado online participan

en la campaña, que siempre está apoyada por cartelería y megafonía en los centros y presencia en las redes sociales. Además de las donaciones que durante esos días realizan empleados y clientes, el Grupo El Corte Inglés también colabora con los bancos de alimentos aportando en productos de primera necesidad el equivalente al 10% del total recogido.

En 2020, en plena pandemia, tuvimos que reinventarnos e introdujimos la donación económica en sustitución de la tradicional donación física de alimentos, y fue un éxito. Desde entonces hemos continuado con esta línea, que resulta muy eficaz, ya que permite

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL



En 2020, en plena pandemia, tuvimos que reinventarnos e introdujimos la donación económica en sustitución de la tradicional donación física de alimentos, y fue un éxito.

a los propios bancos ir solicitando el tipo de producto que necesiten en cada momento, facilitando la entrega de productos de alimentación y primera necesidad en cada zona geográfica. Este sistema permite mejorar la operatividad de los 54 bancos de alimentos asociados a FESBAL.

La línea de actuación conjunta con FESBAL y sus 54 bancos de alimentos asociados

responde al compromiso de El Corte Inglés con las necesidades de la sociedad, especialmente de su entorno más cercano, así como a su vocación por participar en aquellas acciones encaminadas a ayudar a los más desfavorecidos. Las peticiones de ayuda a los bancos de alimentos de España agrupados en FESBAL han crecido en el último año, hasta llegar a atender en 2023 a más de 1.200.000 personas en riesgo de exclusión social que hoy reciben ayuda alimentaria a través de 6.919 entidades benéficas.

Es por todo esto que desde El Corte Inglés seguiremos apoyando la labor de los bancos de alimentos y colaborando con estas entidades tal y como hemos hecho en estos años. Y en particular queremos felicitar al Banco de Alimentos de Madrid en su treinta aniversario, por la encomiable labor que lleva a cabo, y en la que esperamos seguir participando muchos años más.

El Corte Inglés

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

Ahorramás y Banco de Alimentos de Madrid: un compromiso de 30 años

Eusebio Rubio

Presidente Consejo Administración Ahorramás



No lo leemos cada día en la prensa, pero —según datos de un estudio de 2024 de la Universidad de Barcelona— en España la falta de acceso regular a una alimentación adecuada y nutritiva es un desafío con el que conviven más de 6 millones de personas. Es decir, **hoy en día padecer precariedad alimentaria se ha convertido en una constante para el 13,3% de la población en nuestro país**, una cifra que se ha incrementado desde la pandemia.

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

Si bien, según la ONU, la inseguridad alimentaria a nivel global tiene su origen en 3 factores: la brecha económica, el cambio climático y las guerras, **en España, esta no siempre se traduce en desnutrición, pero sí en la falta de acceso a alimentos de calidad a un precio asequible.** Esto afecta a la salud y bienestar de las personas causando problemas que van desde la obesidad a los trastornos psicológicos.

Desde el ámbito corporativo, en el contexto actual en el que la sostenibilidad y el impacto social forman parte de las prioridades empresariales, es imprescindible reflexionar sobre el papel que las compañías toman ante este reto, el ODS 2: Hambre Cero. En el caso de Ahorramas, **nuestro compromiso con la sostenibilidad se fundamenta en defender lo bueno, lo sano y lo local,** que enlaza directamente con este desafío, que sentimos y asumimos con una enorme responsabilidad.

Es aquí donde se enmarca la **colaboración que desde Ahorramas tenemos con banco de alimentos, una alianza que este año cumple su 30 aniversario,** —¡y esperemos que sean muchos más!— ya que nos permite hacer realidad la defensa de lo bueno, lo sano y lo local, no solo en los lineales, sino más allá de nuestros puntos de venta, algo por lo que llevamos trabajando desde el origen de la compañía, hace ya más de 40 años.

Desde Ahorramas, sabemos que, trabajando por la reducción de la desigualdad y la protección del medio ambiente, de manera interdependiente lograremos un crecimiento sostenible real. Por ello, para nosotros esta colaboración con el Banco de Alimentos de Madrid, institución referente en la lucha contra el hambre, la pobreza y el desperdicio de alimentos, es estratégica. Este acuerdo aporta valor tangible en términos de participación y contribución social, uno de los pilares de **nuestra hoja de ruta en sostenibilidad.**

Pero, además, en Banco de Alimentos, hemos encontrado **un compañero de viaje para el impacto positivo.** Su proyecto, que cuenta con una grandísima legitimidad social, fortalece nuestra propia razón de ser: estar cerca de las

Desde Ahorramas, sabemos que, trabajando por la reducción de la desigualdad y la protección del medio ambiente, de manera interdependiente lograremos un crecimiento sostenible real.

personas y mejorar **la calidad de vida en las comunidades en las que estamos presentes.**

Como supermercado de proximidad, es nuestro deber trabajar por “no dejar a nadie atrás”, y por eso **estamos profundamente agradecidos también a nuestros empleados y clientes,** que cada año se suman a las campañas compartidas: 424.194 € recaudados durante la «Campaña la Gran Recogida 2023», que se entregan en forma de alimentos no perecederos y 146.544 € recaudados para la «Operación Kilo 2023» en 2023, destinados a ayudar a personas en situación de vulnerabilidad.

Después de 30 años sumando juntos, queremos reafirmar que esta alianza con el banco de alimentos cuenta hoy con más fuerza que nunca. Y que seguimos compartiendo la misma visión de futuro: contribuir a paliar la pobreza y la desigualdad allí donde estamos presentes.

Queda mucho por hacer, pero estamos convencidos que colaborando en esfuerzo y voluntad por generar un impacto **positivo y duradero para las personas y el planeta estaremos en el camino correcto y, sin duda, el banco de alimentos es el compañero de viaje perfecto.**

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

El banco es una manera de colaborar, de echarnos una mano entre todos y de salir adelante juntos

David Sañudo

Presentador Hoy por Hoy en Cadena SER Madrid Sur



Pregunta: En la FBAM estamos celebrando el 30 aniversario y ha sido profunda la transformación que hemos tenido desde nuestra fundación. Somos casi coetáneos: Cadena SER Madrid Sur inició su andadura en el año 1989. ¿Cuál ha sido la principal transformación de la emisora desde entonces?

Respuesta: La principal transformación que he vivido en la radio ha sido, por un lado, de contenido, y otra tecnológica, pero van un poco de la mano. Tecnológica en lo que se refiere al trabajo periodístico porque antes todo se hacía prácticamente con medios artesanales: usabas unas bobinas de sonido donde grababas los

cortes o tenías la publicidad, las músicas... Luego entró el cassette, el minidisc, y ahora todo se hace con archivos digitales, que es más sencillo. Realizar conexiones ahora mismo a través de WhatsApp, de Zoom, con sistemas de este tipo, te permite conectar con cualquier parte del mundo y tener una calidad de sonido extraordinaria que antes, para emisoras locales, era muy difícil. A principios de los noventa incluso trabajar con un ordenador era algo raro: teníamos máquinas de escribir en las redacciones. Eso ha cambiado y es todo más sencillo. En cuanto al contenido, la radio, incluso la local ha buscado especializarse. Los podcast son un ejemplo de todo esto: creo que

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

es una de las principales transformaciones que tiene la radio.

P: Hablemos del entorno social. Vuestra emisora se dirige a una zona de municipios que han sufrido el duro el impacto de la crisis. ¿Piensas que la situación económica ha mejorado o por el contrario aún no ha llegado a las capas sociales más bajas?

R: Aunque hay menos gente que esté en una situación realmente crítica, hay más gente que necesita ayuda y que a través de vuestros recursos o de otras organizaciones recurre a ayudas porque es necesario. Toda la labor que realizáis hace que hayamos mejorado la situación de quienes peor están. La realidad no es tan dura como en los años de la crisis.

El banco es una manera de colaborar, de echarnos una mano entre todos y de salir adelante juntos.

P: La colaboración de SER Madrid Sur con la Gran Recogida y la Recogida Primavera es muy importante, especialmente para captar voluntariado en esos municipios y posteriormente donaciones en las cadenas de alimentación. ¿Cuál es vuestro nivel de implicación con causas sociales como esta? ¿En qué medida piensas que podéis ayudar desde vuestra actividad diaria?

R: Nuestra implicación es siempre toda la que podemos, tanto en las entrevistas como en la emisión de las cuñas promocionales. Os ayudamos en lo que podemos porque entendemos que tenemos un compromiso con todas estas personas y la radio es un medio que, por sus características, es más universal que otros. Podemos ayudar dando difusión, por ejemplo en cuestiones de voluntariado: explicando que no va a costar mucho tiempo, que se adapta al horario y que nos permite echar una mano muy importante en algo que

ayuda a cientos de miles de personas por toda la Comunidad de Madrid.

P: ¿Cómo valoráis el trabajo del Banco de Alimentos de Madrid? ¿Algún deseo para nuestra fundación en el 30 aniversario?

R: El trabajo que hacéis es espectacular, adaptándoos a estas nuevas necesidades. Pide un perfil diferente de gente que no pensaba hace unos años que tendría que recurrir al banco de alimentos. En ningún caso estigmatizáis, lidiáis con las nuevas circunstancias porque al haber una crisis casi endémica, menos gente tiene la posibilidad de colaborar. El deseo en vuestro 30 aniversario es que no tuviérais que funcionar pero, si no, que la gente entienda que el banco es una manera de colaborar, de echarnos una mano entre todos y de salir adelante juntos de estas situaciones que son difíciles y que parece que nunca terminamos de acabar con ellas.



ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

Una labor fundamental: animar a la gente a que participe en la Gran Recogida

Beatriz Fernández García

Directora de Radio Aranjuez Cadena Ser



Pregunta: Esta emisora local tiene más de 20 años de trayectoria. ¿Qué cambios habéis vivido como emisora, como periodistas a lo largo de estos más de 20 años?

Respuesta: Hemos vivido muchísimos. Han pasado muchas personas por aquí. Somos una radio pequeña, conformada por cuatro profesionales, y aquí batallamos a nivel local para mantener los 8.000 oyentes de media que a diario nos escuchan según el Estudio General de Medios. Tenemos la premisa de que son muy importantes las noticias a nivel nacional; las internacionales cada vez lo son más, pero en el ámbito local cada día tenemos que estar aquí, lo más cerca de nuestros vecinos, que son los que luego te

saludan por la calle, te dicen si les ha gustado o no tu programa. Son quienes te cuentan muchas veces cosas y te dan la pista para encontrar las noticias. Eso nos hace ser una emisora muy cercana.

P: Justamente esa cercanía con la audiencia os permite también tener contacto con sus problemas. ¿A qué se enfrenta la población del sur de la Comunidad de Madrid?

R: Tenemos muchísimo contacto con todas las asociaciones, tanto las vecinales como entidades como la vuestra, que sois las que nos contáis ese día a día. A través de las charlas que mantenemos aquí en torno a los micrófonos nos hemos enterado y nos han

ALIANZAS QUE CREAN IMPACTO SOCIAL

Es fundamental la labor que tenemos: animar a la gente a que participe en la Gran Recogida.

hecho ver lo duro que es el día a día para muchísimas personas, gente que tenemos a nuestro lado y que no tienen nada más que lo mínimo para mantenerse. Hay quien lleva a los niños al cole sin desayunar porque no tienen ni galletas y son los profesores los que muchas veces les dan las galletas que se llevan desde su casa para que puedan desayunar esos niños. Cuando supimos, a través de vosotros, que hay cerca de 140.000 familias a nuestro lado que están pasando hambre y que les proporcionáis una comida diaria ... Esto es increíble, pero afortunadamente hay muchas personas que trabajáis para que esto salga a la luz, tenga visibilidad y que no haya vergüenza por parte de esas personas que reciben ayuda.

P: La solidaridad de esas personas que ayudan a los demás es muy importante para la Fundación Banco de Alimentos de Madrid. La Gran Recogida, que es la campaña anual de mayor envergadura, nos ayudáis

siempre a difundirla. ¿Por qué consideráis importante incluir la Gran Recogida en vuestra programación?

R: Nosotros lo hemos contado muchas veces y me parece fundamental la labor que ahí tenemos: animar a la gente a que participe, a que dedique unas horas a ser voluntario. Ahora que cerramos las puertas del ascensor para no ver al vecino del 4º y apretamos el botón para que suba cuanto antes, es fundamental que los vecinos nos veamos las caras y podamos decir: "Venga, yo también ayudo a que esto sea posible". Yo fui voluntaria una vez.

P: ¿Cómo fue la experiencia?

R: Quise saber qué era, cómo se vivía desde la perspectiva de las personas voluntarias, si es que es de vergüenza pedir colaboración a otros. La verdad es que fueron cuatro horas realmente estupendas. Recomendando participar.

P: ¿Qué deseo puedes dedicar al Banco Alimentos de Madrid en nuestro 30 aniversario?

R: Que algún día ya no fuera necesaria vuestra existencia porque hemos conseguido que todos tengamos una vida digna. Pero, lamentablemente, me da la sensación que va a seguir siendo necesario que continuéis trabajando y abriéndonos los ojos ante lo que lo que ocurre a nuestro alrededor, así que... ¡larga vida mientras haya gente que os necesite!



UN FUTURO POR DELANTE

Reforzando alianzas

Luis Gómez Lubén

Director de Mecenazgo

Fundación Banco de Alimentos de Madrid



En un mundo donde la inseguridad alimentaria sigue afectando a millones de personas, los bancos de alimentos desempeñan un papel esencial en la lucha contra el hambre. Para poder cumplir su misión, es fundamental el apoyo de empresas que contribuyan con

donaciones financieras. Sin embargo, estas alianzas deben ir más allá de las contribuciones económicas.

Las empresas que apoyan al Banco de Alimentos de Madrid no solo aportan fondos,

sino también prestigio, redes de contacto y oportunidades de colaboración. Estas alianzas permiten que el banco alcance a más personas necesitadas, expanda su infraestructura y mejore sus servicios.

En la Dirección de Mecenazgo de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid trabajamos en el desarrollo de relaciones duraderas con las empresas e instituciones que nos ayudan, mostrando año tras año la necesidad social que padecen muchas personas de nuestra Comunidad y nuestro compromiso con ellas facilitándoles alimentación básica de despensa, así como frutas, hortalizas y otros productos frescos procedentes de donaciones en especie

Desde la Fundación Banco de Alimentos de Madrid, tanto a través de la publicación de contenidos en su web corporativa bamadrid.org y redes sociales como en la relación continua y personal que mantenemos con nuestros donantes, intentamos que se conozcan nuestros valores únicos:

- Neutralidad: Somos un Fundación privada que no discrimina por creencias si no atenta contra la dignidad de las personas.
- Profesionalidad: Nuestra organización está basada en el voluntariado con personas retiradas de su actividad profesional, pero con gran experiencia y conocimientos
- Gratuidad: Cumplimos nuestra misión de forma gratuita y ningún puesto directivo es remunerado.
- Transparencia: Cuentas auditadas y públicas, refrendadas anualmente por una auditoría externa.

Y todo ello avalado por el sello de la **Fundación Lealtad** como garantía de nuestras buenas prácticas.

Nuestros ingresos provienen, fundamentalmente, de la generosidad y solidaridad tanto de particulares como empresas e instituciones. Seguimos necesitando recursos para continuar haciendo nuestra labor y no dejar a nuestros beneficiarios sin alimentos, cubrir nuestros gastos operativos y sensibilizar a la sociedad sobre las necesidades de muchas familias.

Asimismo, mantenemos un fuerte compromiso con nuestros suscriptores y donantes particulares, teniéndoles informados de nuestras actividades y agradeciéndoles de corazón su colaboración.

Adicionalmente, fomentamos la participación de los empleados de las empresas donantes mediante programas de voluntariado corporativo y oportunidades para que los empleados se involucren en actividades del banco de alimentos que consoliden la relación y generen un mayor compromiso y, en el caso de los particulares, su labor en las cadenas de supermercados durante las dos grandes recogidas anuales que organizamos en primavera y otoño.

Reforzar las alianzas con empresas donantes es fundamental para el éxito de un banco de alimentos. Estas relaciones proporcionan un apoyo financiero y estratégico crucial, permitiendo al banco de alimentos cumplir con su misión y llegar a más personas necesitadas. A través de la comunicación constante, el reconocimiento y la personalización de los beneficios, el Banco de Alimentos de Madrid puede fortalecer estas relaciones, construyendo un futuro de impacto positivo y sostenible en la lucha contra la falta de alimentación de las personas más desfavorecidas de la Comunidad de Madrid.

Mantenemos un fuerte compromiso con nuestros suscriptores y donantes particulares, teniéndoles informados de nuestras actividades y agradeciéndoles de corazón su colaboración.

UN FUTURO POR DELANTE

Digitalización: una aventura que continúa

Cristina Ruiz

Fundación Banco de Alimentos de Madrid



Hace un poco más de tres años, comenzamos el viaje de la digitalización y es increíble lo lejos que nos está llevando.

En enero de 2024 hemos dado un paso de gigante. Después de mucho tiempo de preparación sustituimos nuestro sistema logístico por Tribal, el mismo sistema que utilizan más de 40 bancos de alimentos asociados a FESBAL. Lo hicimos al modo Big-Bang. El viernes dejábamos un sistema y el lunes amanecemos con uno nuevo: para todos los almacenes, para todos los

departamentos. Nos recomendaron que lo hiciéramos más despacio: empezar sólo con Fruta y Hortalizas de Retirada, por ejemplo, pero el equipo decidió que eso añadiría complejidad a la operativa. Y fue un acierto. En toda mi experiencia profesional, no he tenido un arranque más tranquilo.

Tengo que dar la enhorabuena a todo el equipo del banco por su adaptabilidad, por su flexibilidad y por su talante. No oí ninguna queja, y era una gran satisfacción la que me daba cuando escuchaba por los pasillos:

“Oye, este Tribal me gusta. ¿Has visto que puede hacerse esto, y esto y ...?”. Estoy tan acostumbrada a que cuando implantas un sistema lo único que recibes son quejas de las cosas que no funcionan igual que antes que no daba crédito a la situación.

Hace un poco más de tres años, comenzamos el viaje de la digitalización y es increíble lo lejos que nos está llevando.

Ahora bien, hemos hecho muchas más cosas:

- Migramos los datos a la nube, lo que nos hace estar mucho más seguros y con un equipo técnico que nos da soporte en muchas áreas donde nuestras capacidades no llegan.
- Pusimos en funcionamiento SAGE: para compras y contabilidad, lo que ha eliminado las antiguas complicaciones para hacer seguimiento a los pedidos.
- Arrancamos Power-BI. Ya todos disponemos de un mismo dato de análisis y se acabaron antiguas discrepancias entre los datos en excel que manejaban los diferentes departamentos.
- Avanzamos con CIVI: Hemos conseguido que todos los departamentos utilicen este sistema para gestionar sus contactos. Tenemos registrados a todos nuestros voluntarios, ya sean permanentes u ocasionales porque asisten a una feria o una operación kilo o porque participan en la Gran Recogida. A todos podemos mantenerles unidos al BAM y al corriente de los acontecimientos que se producen. Y también a nuestros donantes y empresas colaboradoras. Un gran paso.

- Creamos una nueva web: con un diseño limpio y mucho más comunicativa. Mostrando todo lo que el banco aporta.
- Disponemos de una aplicación para gestionar las visitas a las entidades benéficas que nos permite trabajar la información que recogen los visitantes de nuestras entidades.
- Se ha implementado la plataforma GUF (Gestión de Unidades Familiares), herramienta desarrollada por el Banco de Alimentos de Navarra, que permite que las entidades benéficas accedan a una herramienta digital donde dan de alta a sus beneficiarios.

Pero siempre habrá procesos que mejorar, nueva información que explotar con el fin de aumentar nuestro impacto.

Actualmente tenemos entre manos un gran proyecto, PlanB, para dar respuesta a las exigencias que la inminente Ley del Desperdicio Alimentario nos demanda. Es una plataforma web que pone en contacto a donantes de alimentos, bancos de alimentos y entidades benéficas. De forma ágil, el donante “publica” sus excedentes alimentarios, el banco de alimentos registra la donación, que es asignada a uno de sus almacenes o directamente a una entidad benéfica, si esto es más eficaz. Y en esta misma plataforma se realiza la certificación del producto donado. Todo un reto, en el que estamos ya trabajando con nuestros primeros donantes.

Si un voluntario que colaboró con el BAM hasta el 2021 viniera por el banco hoy, no reconocería el entorno de trabajo actual. Definitivamente, nos hemos puesto a nivel del siglo XXI.

No puedo acabar sin un gran agradecimiento a todas las personas que han colaborado en este viaje: al equipo de voluntarios de digitalización, a los donantes que han financiado alguno de los proyectos, a los usuarios que han participado activamente en la implementación, al equipo de dirección que ha respaldado la iniciativa y a todos los voluntarios, que han sido los auténticos agentes del cambio. La aventura continúa...

Sostenibilidad

Juan Antonio García Galnares

Director Servicios Generales

Fundación Banco de Alimentos de Madrid



445.000 personas de nuestra Comunidad, están en situación de pobreza severa y otras 441.000 en privación material y social severa y sufren inseguridad alimentaria —más de un 12% de la población total de la Comunidad de Madrid— (según datos de la EAPN).

Y es precisamente esta misión la que constituye el objeto social de nuestra fundación: luchar contra la pobreza y la desigualdad que causa la inseguridad alimentaria mediante la distribución de alimentos manera gratuita a este grupo de población en situación de vulnerabilidad social, contribuyendo con ello principalmente al **ODS 2: hambre cero** y es la razón de ser de los bancos de alimentos desde su origen.

Es muy importante además la labor para evitar el desperdicio alimentario:

En 2023 más del 50% de los alimentos distribuidos, en total 13,3 millones de kilos, fueron recuperados evitando así su destrucción y las correspondientes emisiones de CO² y gases de efecto invernadero, apoyando la sostenibilidad y preservando el medio ambiente.

Además, a través de diferentes ejes de actuación, La Fundación Banco de Alimentos de Madrid contribuye al cumplimiento de otros ODS, y ayuda a otras empresas y organizaciones, públicas y privadas, a cumplirlos a través de acuerdos y proyectos conjuntos y programas de RSC:

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la ONU plantea 17 objetivos con 169 metas relacionadas con el ámbito económico, social y ambiental y se reconoce que **la erradicación de la pobreza es el mayor reto mundial al que nos enfrentamos**. La erradicación de la pobreza en todas sus formas es **un requisito indispensable para el desarrollo sostenible**.

La pobreza y los derechos humanos —entre ellos el derecho a la alimentación y a la seguridad social— están interrelacionados. El derecho a una alimentación adecuada es un derecho humano fundamental, y no podemos olvidar que más de



Trabajamos marcándonos objetivos de mejorar la eficiencia, la sostenibilidad y la economía circular y nuestra gestión se basa en **las cinco R: RECUPERAR, REDUCIR, RENOVAR, REUTILIZAR Y RECICLAR.**

Tenemos un firme compromiso de seguir mejorando en aras de un futuro mejor y más sostenible.

En ese sentido podemos destacar las siguientes iniciativas sostenibles que llevamos a cabo:

- Realizamos informe-declaración sobre gases de efecto invernadero (GEI) siguiendo la metodología de MITECO para el cálculo y mejora de la gestión de la huella de carbono de las actividades del BAM en los almacenes del Corredor del Henares (Alcalá de Henares) y Sur Metropolitano (Alcorcón).
- Optimizamos la gestión de las placas fotovoltaicas instaladas en dos de nuestros centros de almacenaje y distribución, mediante las baterías instaladas y la acomodación de los tiempos de carga de nuestros equipos de trabajo.
- Hemos promovido con el ayuntamiento de Alcalá de Henares la compra para su plantación de 112 arboles frondosos, para compensar los efectos medioambientales de la construcción de la nave y su urbanización, que el Banco de Alimentos de Madrid dispone en dicho municipio.
- Hemos renovado parte de la flota de vehículos de recogida y distribución de alimentos, sustituyéndolos por otros vehículos ECO de menores emisiones.
- Reutilizamos equipos informáticos que las empresas descartan y nos ofrecen en donación.
- Antes de su destrucción o achatarramiento, damos una segunda vida o reutilizamos ordenadores, equipos y componentes, electrodomésticos (congeladores, neveras, microondas, cafeteras, televisores), teléfonos fijos y móviles, ya sea para nuestro propio uso o para las entidades benéficas con las que colaboramos.
- Reutilizamos y damos segunda vida a todo tipo de mobiliario.
- Reciclamos TODO el papel, cartón, plástico y madera (pallets) generados durante nuestras actividades.
- Reutilizamos las bolsas de plástico y reducimos al mínimo imprescindible su utilización.

Tenemos un firme compromiso de seguir mejorando en aras de un futuro mejor y más sostenible.

Cumplimiento normativo: una nueva forma de actuar



Javier Puyol Montero

Doctor en derecho

Abogado

Magistrado excedente

El desperdicio alimentario es una preocupación a nivel mundial. y para poder abordar este problema se requiere actuar tanto en la prevención como en el aprovechamiento de los alimentos que se generen de forma inevitable, y para ello es necesario crear conciencia sobre los problemas que genera e implementar acciones para abordarlos.

Este factor de aprovechamiento, vinculado a una acción social enérgica, concienciada, y sobre todo muy solidaria, es el marco de actuación se sitúa la Fundación Banco de Alimentos de Madrid desde hace más de 30 años, basada en el voluntariado cuyo fin es concienciar a la sociedad y promover su solidaridad para paliar, mediante la gestión principalmente de los alimentos, la falta de recursos para tener una vida digna.

Ponemos de manifiesto el hecho de que a través de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid, se recogen donaciones económicas y de alimentos, aptos para el consumo humano

y evitamos su destrucción, para su posterior distribución gratuita a personas en pobreza o riesgo de exclusión social de la Comunidad de Madrid, a través de entidades benéficas legalmente reconocidas, promoviendo así la economía circular.

La labor de la fundación, se ha caracterizado durante estos años por estar en una constante evolución, tanto en los métodos y formas de actuación interna, como en una mayor autoexigencia en lo que hace referencia a la normativa y a los procedimientos internos aplicables, donde destaca el respeto a la legalidad vigente, pero sobre todo a los valores que caracterizan su actuación, lo que constituye una base fundamental en el ejercicio de su actividad.

Actualmente se ha puesto en marcha un Modelo de Cumplimiento Normativo o Compliance, referido al conjunto de normas, procedimientos y buenas prácticas adoptadas por la Fundación con la finalidad de detectar e identificar los riesgos legales a los que se enfrenta en el desarrollo de su actividad, para establecer mecanismos internos de prevención, gestión, control y reacción frente a ellos.

Consecuentemente las actividades de cumplimiento tienen por objeto garantizar de manera fundamentalmente preventiva, que las conductas indebidas o las infracciones puedan descubrirse, aclararse o evitarse antes de que se produzcan, evitando con ello consecuencias graves como acciones penales, multas, o daños graves a la reputación de la propia Fundación.

Este factor de aprovechamiento, vinculado a una acción social enérgica, concienciada, y sobre todo muy solidaria, es el marco de actuación se sitúa la Fundación Banco de Alimentos de Madrid desde hace más de 30 años.

El Modelo de Cumplimiento Normativo ha sido establecido por la fundación, pero trasciende a la propia organización, ya que en el mismo cobra una importancia singular la presencia de todas las personas que la integran sean como directivos, empleados y/o voluntarios, sin excepción ya que todos

vienen obligados a dar cumplimiento a las normas y valores que componen el Compliance de la fundación.

En cuanto a las perspectivas de futuro que caracterizan esta manera de actuar, en el momento presente, se está llevando a cabo una actividad intensa en el desarrollo de dicho modelo, a efectos de completarlo, y, que el mismo abarque la regulación de la mayor cantidad posible de las conductas y actividades, que se desarrollan dentro de la fundación, teniendo presente que en la actualidad, ya son muchas las políticas y los procedimientos establecidos, destacando entre todos ellos, el Código Ético o de Conducta, la regulación del Canal de Comunicaciones o de Denuncias, la Política de Prevención del Conflicto de Interés, la Política Anticorrupción, la de Prevención del Acoso Sexual, o la que trata de proteger los datos personales de todas aquellas personas, que se relacionan con la fundación, entre otras muchas normas internas.

Finalmente, debe destacarse el compromiso existente desde el Patronato, la Dirección General, y demás órganos de gobierno de la fundación en aras del cumplimiento de la legalidad vigente, de la transparencia de su actuación, y del respeto a los legítimos derechos de todas las personas que integramos la Fundación Banco de Alimentos de Madrid.



UN FUTURO POR DELANTE

Plan B: una herramienta contra el desperdicio

Carlota de Lemus Belmonte

Responsable de recuperación de excedentes



En un mundo en el que se desperdician un tercio de los alimentos producidos y en el que a la vez, en el caso de España, un 13 % de la población no puede cubrir cada

día sus necesidades básicas y alimentarse adecuadamente⁽¹⁾, los bancos de alimentos juegan un papel esencial para crear el puente a esta paradoja.

¹ Fuente; 1er Estudio sobre inseguridad alimentaria en hogares españoles. (Moragues-Faus, Ana y Magaña-González, Claudia R. - Universidad de Barcelona.

La industria ha acelerado su desarrollo en las décadas pasadas recientes, también la industria alimentaria, primando la producción y el alcance de sus soluciones, descuidando en ocasiones la letra pequeña, que es como se podría llamar a la generación de excedentes, con los que simplemente se convivía. Los excedentes se «amortizaban» y pocos hacían una segunda reflexión al respecto.

Pero este mundo va quedado atrás; ni la sociedad acepta, ni la industria quiere dar continuidad a este modelo. Como reflejo de ello, además, los gobiernos pasan a ser garantes del cambio de rumbo y legislan para facilitar que ocurra. Y así llegamos hasta la **nueva Ley de prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario española**, pionera frente a muchos otros países, y en un punto de su tramitación parlamentaria que hace prever una pronta entrada en vigor. Se trata de un proyecto de ley en la actualidad quizá mejorable, pero que acierta abordando la cuestión.

Esta Ley arranca denominando a quién concierne la misma, es decir, identificando a los actores de la cadena alimentaria, e incluyendo entre los mismos tanto a los bancos de alimentos como a las entidades beneficiarias que recogen los alimentos que los bancos distribuyen. Es decir, tanto a efectos de la ley en sí como de la paradoja del desperdicio mencionada al principio, la labor de los bancos de alimentos es la bisagra fundamental para conseguir una resultante que añada un valor neto; no se trata de un juego de suma cero sino que la canalización y aprovechamiento de esos alimentos crea un valor engrandeciéndonos como sociedad.

El Banco de alimentos de Madrid celebra en 2024 su 30 aniversario; tres décadas cumpliendo con esta misión, y repartiendo alimentos a centenares de miles de personas en las que los bancos se han ido transformando, para abordar con éxito los desafíos que se le han ido planteando, primando siempre la seguridad alimentaria y la distribución equitativa.

En la actualidad, los bancos de alimentos dan un paso adicional en su proceso de transformación, de nuevo de la mano de la tecnología, en la que ya se vienen apoyando

al haber completado su digitalización en toda su gestión interna de almacén. Ahora, el avance de digitalización pasa a involucrar a sus colaboradores en el proceso de donación, esto es, a donantes y entidades benéficas, para hacer eficiente y trazable todo el proceso de donación.

Los excedentes se «amortizaban» y pocos hacían una segunda reflexión al respecto.

Todo ello se plasma en la creación de la **plataforma de donaciones PlanB**, una plataforma que ya está operativa, que asegura el cumplimiento de la nueva legislación y que los 54 bancos de alimentos de España están empezando a ofrecer a todos sus colaboradores.

Con PlanB se ofrece a toda la industria de la alimentación, fabricantes, distribuidores y restauración organizada no atomizada, un lugar de acceso y de comunicación a través del que ofrecer sus donaciones a los bancos de alimentos, quien, a su vez, elegirá quién será el receptor de los mismos, ya sea el propio banco o una de sus entidades beneficiarias receptoras. El Banco de alimentos de Madrid lleva 30 años posibilitando esa colaboración entre dos extremos, conoce las necesidades de ambos, y gracias a ese conocimiento y a los fondos Next Generation, ha podido diseñar la mejor plataforma tecnológica a medida — PlanB— para continuar creciendo en la creación de valor, ambiental y social, en beneficio de todos, para solventar un problema que también es de todos. Invitamos a todos nuestros colaboradores en sumarse a nosotros en esta apasionante transformación.





**TU AYUDA
ALIMENTA
LA ESPERANZA**

HAZ TU DONACIÓN ON LINE
www.bamadrid.org



Colaboramos con el Banco de Alimentos de Madrid, dando VÍA LIBRE a la solidaridad

vía libre

la revista del ferrocarril desde 1964



Disponibile también
para móvil,
ordenador y
tablet



vialibre@vlibre.org
911 511 025
www.vialibre.org



Fundación de los
FERROCARRILES
Españoles

Fundación Banco de Alimentos de Madrid

bamadrid.org



@bancoalimadrid



@bancoalimadrid



@bamadrid_org



Fundación Banco de Alimentos de Madrid