



**Recorrido por el impacto de la crisis generada por la COVID-19 en ciudadanos, empresas y organizaciones del tercer sector.**



[bamadrid.org](http://bamadrid.org)



[@bancoalimadrid](https://twitter.com/bancoalimadrid)



[@bancoalimadrid](https://www.facebook.com/bancoalimadrid)



[@bamadrid\\_org](https://www.instagram.com/bamadrid_org)



Fundación Banco de Alimentos de Madrid

# Sumario

Revista  
**BAMADRID.org**  
Diciembre 2021

**Consejo Editorial:** Presidencia del Banco de Alimentos de Madrid, Departamento de Marketing y Comunicación del Banco de Alimentos de Madrid

**Redacción:** Mila Benito, Gemma Candela, Rafael Chaves.

Colaboración desinteresada de Andrea Nogueira, periodista.

**Maquetación:** Aries Grupo de Comunicación

**Fotografía:** Victoria Muñoz Gómez-Trenor, José Torrico, 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:** [directora.marketing@bamadrid.org](mailto:directora.marketing@bamadrid.org)

**Imprime:** Aries Grupo de Comunicación

**Depósito legal:** M-13095-2013  
[www.bamadrid.org](http://www.bamadrid.org)

**4 Carta del Presidente**

## EL BAM HOY

**6 Reinventarse para sobrevivir**

**8 Ayudas extraordinarias**

**10 El BAM en cifras**

**11 Dónde nos encontramos**

**12 El BAM en imágenes**

**16 Cambios en la dinámica de Aproveccionamiento**

**18 El reto desde el área de logística frente a la crisis de la COVID-19**

**20 Cómo el coronavirus entró hasta en la cesta de la compra**

## DISTRIBUCIÓN

**22 Las dificultades de la distribución**

**24 El reparto de frutas y hortalizas: espacio de encuentro vecinal en Alucinos**

**26 El "Ecosolidario" de F.A.Y.E.C.**

## SOLIDARIDAD

**28 Solidaridad con los más vulnerables**

## VOLUNTARIADO

**30 Un nuevo perfil de voluntario**

**32 La red que contuvo la emergencia**

**33 Gestión de «Altas exprés»**

**34 Organización BAM en Mercamadrid**

**36 Impulsar el voluntariado para asegurar la distribución**

## GRAN RECOGIDA

**38 Gran Recogida 2020: Una campaña diferente condicionada por la pandemia**

**40 World Central Kitchen (WCK) «Alimentando emergencias» en tiempos de coronavirus**

## ASÍ NOS VEN

KPMG **42**

Fundación Telefónica **44**

Banco Santander **46**

Nazca Capital **48**

BBVA Asset Management **50**

Barclays **52**

JTI **54**

El Corte Inglés **56**

Ahorramás **58**

Mercadona **60**

Unide **62**

Siemens Gamesa **64**

CESCE **66**

ICAI **68**

acens **70**

Transfesa **72**

CHEP **74**

One Motion **75**

Frilogic **76**

Deoleo **77**

Andros **78**

AEMPM **80**

Mutua Madrileña **82**

El Economista **84**

Isdefe, con el ODS 2 «Hambre Cero» **86**

## PREMIOS

Premios y reconocimientos en tiempos de pandemia **88**

## ESCENARIOS A FUTURO

Hacia la transformación digital del BAM **90**

Contribución a la Agenda 2030 **92**

Evitar el desperdicio alimentario **93**

Los retos del mecenazgo **94**

# Carta del Presidente



**E**sta revista viene a recopilar todo lo que en nuestra fundación ha ocurrido en el año 2020 y prácticamente todo el 2021, años muy duros debido a la gran pandemia que aún estamos sufriendo y que nos ha afectado a todos: particulares y empresas, no solo en el aspecto sanitario, también en nuestra manera de trabajar.

Deciros que los comienzos de la misma en marzo de 2020 fueron desconcertantes, no podíamos atender a todas las adversidades que nos sobrevinieron sin estar preparados, lógicamente, ante una eventualidad totalmente imprevista.

El confinamiento nos produjo una drástica realidad, siendo la primera la falta de voluntarios por tener prohibidos desplazamientos (dada la media de edad) a nuestros almacenes e igualmente a los servicios administrativos.

Fue el personal contratado y la inestimable ayuda de personas jóvenes que se ofrecieron como voluntarios y acudieron a nuestro llamamiento, como pudimos salir de aquella situación tan agobiante.

Igualmente, las entidades benéficas no podían, en su mayoría, venir a recoger los alimentos porque también habían dejado de acudir los voluntarios, tuvimos que improvisar la creación de entidades cabecera que iban solucionando el reparto a las personas necesitadas que acudían en masa. Esta situación provocó un 40% más de incremento en esta población vulnerable.

Hemos de agradecer la ayuda del Ejército en el reparto a través de la Operación Balmis, así como, el ofrecimiento de muchas empresas de transporte que gratuitamente nos realizaron servicios de entrega de mercancía a nuestros almacenes y reparto de la misma a las entidades benéficas.

Nos demostró esta situación que la voluntad, el deseo y la impronta de muchas personas hicieron que saliéramos adelante atendiendo lo fundamental que era la recepción y entrega de alimentos que tanta falta hacía en aquellos momentos, a todos ellos nuestro especial reconocimiento.

El tiempo nos ha ido marcando y modificando las actuaciones, adaptándolas a conseguir que todas las entidades benéficas estuviesen atendidas en sus necesidades y cubriendo además los incrementos de peticiones de alimentos que ellas nos hacían por la mayor afluencia de personas necesitadas.

Particularmente, deseo comunicar por medio de esta revista, lo orgulloso que me siento de tener personal en todas sus categorías y responsabilidades que han demostrado su valía en momentos tan difíciles, haciendo como suyos los graves problemas que estábamos atravesando y dándoles solución a los mismos. Gracias de corazón a todos ellos.

También reflejar la colaboración y ayuda tenida por particulares, empresas y organismos públicos, que se han volcado con sus aportaciones para poder cubrir las

necesidades de nuestra fundación, que no eran otras más que tener los suficientes alimentos para poder atender a las personas más desfavorecidas. A todos ellos muchísimas gracias.

Desde el comienzo de la pandemia hasta la actualidad, hemos mantenido nuestros cuatro almacenes abiertos y en pleno rendimiento, todos los meses. Aún seguimos con muchas peticiones, estamos atendiendo a 185.000 personas diariamente, un 30-35% más que antes de la pandemia. Ahí estaremos hasta que todo se normalice, nuestro principal deseo es que no les falte el suministro.

Este escrito tenía que centrarse, obligatoriamente, en todo lo que hemos padecido desde marzo 2020, confiemos que vaya encajándose en la normalidad, es nuestro deseo y así lo esperamos.

Repito mi agradecimiento a todos los colaboradores del banco, sin ellos no podríamos haber salido adelante.

Recibid un fuerte abrazo y hasta siempre.

**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

**OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**



# El Banco de Alimentos de Madrid hoy



La Directora General de la FBAM en la sede de la entidad, en las instalaciones del Colegio San Fernando.

## Reinventarse para sobrevivir

Tras una situación sin precedentes y un futuro social complicado

**Gema Escrivá de Romaní Giró.**

Directora General.

Fundación Banco de Alimentos de Madrid.



Como toda la sociedad, estamos viviendo un período muy duro desde el inicio de la pandemia.

En el caso particular de la Fundación Banco de Alimentos de

Madrid, no solo por la situación sanitaria sino porque hemos tenido que dar seguridad alimentaria a una cantidad récord de personas, muchas más incluso que durante la crisis de 2008. Y ahora, aunque las

previsiones de crecimiento económico han ido mejorando, la realidad social con la que nos encontramos es que la necesidad de ayuda no ha disminuido; de hecho, se han añadido circunstancias que

están agravando la situación de miles de personas. El aumento del precio de la cesta de la compra, de la energía eléctrica y los combustibles nos hacen prever que 2022 también será un año muy difícil.

Actualmente estamos proporcionando seguridad alimentaria a casi 190.000 personas en la Comunidad de Madrid, a las que entregamos una comida diaria a través de más de 560 entidades benéficas. Un número de personas similar a la de diciembre de 2020 y un 40% más que en el cierre de 2019. La mayoría están en Privación Material Severa y no pueden cumplir al menos cuatro ítems de consumo básico marcados por la UE, como comer proteínas dos veces a la semana o mantener el hogar a la temperatura adecuada. El impacto de la pandemia se traduce en un 53% de incremento de las personas que están en esta situación, el 6,9% del total de personas que residen en la Comunidad de Madrid: es decir, 466.667, según el último Estudio de la EAPN (*Estudio de la Pobreza, Seguimiento del indicador de pobreza y exclusión social en España 2008-2020*) publicado en octubre de 2021.

Tampoco podemos olvidarnos de las personas que están en Pobreza Severa (en la que viven 400.000 personas en nuestra comunidad) y que, si la situación continúa empeorando, pasarán a formar parte del colectivo de personas que están en Privación Material Severa y en Pobreza Moderada (1.037.000 personas en este colectivo). La foto de la pobreza es demoledora: 1 de cada 5 personas que reside en la CAM está en riesgo de pobreza y/o exclusión social y el 42% no llega a fin de mes.

Ante la situación de 2020 y las previsiones actuales a medio plazo tuvimos que reinventarnos para sobrevivir como organización y seguir siendo el motor de la alimentación solidaria en nuestra comunidad apoyando la economía circular, recuperando alimentos aptos para el consumo humano y distribuyéndolos

*Somos optimistas.  
Si fuimos capaces de  
superar el año más difícil,  
2020, seremos capaces  
de superar los siguientes,  
pero siendo conscientes  
de las dificultades*

entre la población que está en pobreza, buscando una dieta lo más saludable posible.

Seguimos distribuyendo una media de 2,2 millones de kilos de alimentos al mes. El 35% de esa distribución son frutas y hortalizas de donación; el 12%, donaciones de empresas de productos varios; el 53% restante son alimentos que componen la cesta básica y que compramos gracias a las donaciones de particulares y empresas. Intentamos facilitar alimentos que proporcionen una dieta equilibrada: básicos de despensa (no perecederos), conservas de carne y pescado, huevos, derivados lácteos, productos refrigerados y frutas y hortalizas, principalmente.

Somos optimistas porque sabemos que si pudimos superar el año más difícil, 2020, seremos capaces de superar los siguientes. Pero también somos realistas y conscientes de las dificultades. Hay temas que nos preocupan de cara al futuro.

El valor de la mercancía distribuida gratuitamente en 2020 fue de casi 58 millones de euros. Nuestros gastos operativos no llegaron al 3% del valor total, sin embargo, el presupuesto destinado a esta área se ha incrementado por la necesidad de contratar personal con perfiles muy definidos (especialistas digitales y personal cualificado de almacén, entre otros). Hacer frente a este incremento de gastos en el futuro inmediato es una de nuestras preocupaciones.

Otra inquietud de cara a 2022 es si seremos capaces de mantener el

ritmo de distribución de kilos de alimentos de la cesta básica por falta de fondos. El impacto de la inflación, muy importante en la clase media, y los problemas del sector empresarial derivados de los incrementos de las materias primas, el transporte y la energía, nos sitúan en un escenario donde las donaciones se van a ver muy mermadas.

Tenemos en el horizonte la articulación de la Ley del Desperdicio, un tema muy relacionado con nuestra misión, y la necesidad de mejorar el servicio que ofrecemos a las entidades benéficas con las que trabajamos, en las que hay cambios constantes, reflejo del momento que vivimos y de la cada vez mayor diversidad de colectivos que necesitan ayuda.

El coste de la digitalización de nuestra entidad supone también una nueva necesidad imprescindible para poder ser más eficaces en la gestión e interlocución con nuestros públicos objetivos (donantes de alimentos, donantes dinerarios, entidades benéficas y potenciales voluntarios) y para seguir cumpliendo nuestra misión de manera más eficaz y garantizar la seguridad alimentaria de miles de personas en Madrid, sin sobrecargar de trabajo a nuestros voluntarios. Por ahora, la realidad es que el aumento de la actividad en nuestros almacenes ha supuesto un impresionante esfuerzo para el gran equipo de personas voluntarias del banco. Ellas son el 92% del total del personal, fundamentales para llevar a cabo nuestra misión.

El escenario es diferente pero abordamos el futuro inmediato llenos de agradecimiento a todas las personas —particulares y de empresas—, organismos e instituciones públicas que nos ayudan cada día en el desarrollo de nuestro trabajo y muy especialmente a nuestros trabajadores y voluntarios, convencidos de que, entre todos, seguiremos construyendo un Madrid sin hambre y sin desperdicio.



El Subdirector General de Servicios Generales en la delegación de la FBAM en Alcorcón.

# Ayudas extraordinarias en bienes y servicios

**Esteban Castaños.**

Subdirector general.

Fundación Banco de Alimentos de Madrid.

**L**a pandemia nos ha mostrado, entre otras consecuencias, un muestrario de la condición humana.

Frente al conjunto de situaciones nuevas, complicadas y muchas veces angustiosas, la sociedad ha reaccionado de forma sorprendente, con actuaciones imprevistas, muchas veces imaginativas, pero siempre solidarias y comprometidas.

Quiero indicar aquí algunas de las actuaciones y ayudas extraordinarias que nos llegaron de empresas, organismos y entidades. Detrás

siempre hubo una persona o grupo de personas que decidieron, permitiéndonos seguir trabajando en beneficio de los demás en esos momentos tan duros.

Al comienzo de marzo de 2020, una vez iniciado el estado de alarma, la búsqueda de mascarillas para poder trabajar fue una labor casi imposible. Sin embargo, de

*Empresas y organizaciones nos hicieron llegar guantes, tan necesarios en nuestra actividad*

forma casi inmediata comenzamos a recibir ayuda en forma de donaciones. La primera empresa en ayudarnos fue AliExpress, que consiguió entregarnos las primeras mascarillas. Después el goteo fue continuo aunque limitado al principio: entidades como el Cuerpo de Bomberos de Madrid, Mercamadrid, el Ministerio de Asuntos Exteriores, diversas empresas de todo tipo (LUTSA, Terratest, NORTON, ACME, la OCU, Lucta, HANES BRAND, Nazca) nos donaron mascarillas por miles, que nos han permitido no solo poder cubrir nuestro trabajo, sino incluso distribuir las entre las entidades benéficas para que llegasen a los más necesitados.

Quiero señalar especialmente a los grupos de personas que de forma altruista se organizaron para ayudarnos de forma desinteresada consiguiendo mascarillas que nos fueron entregando personalmente o a través de grupos de *crowdfunding*: Mascarillas de Madrid, Covid Makers, Soy Talento Solidario, Desde tu sofá, Salvavidas, etc. Y, por último, a grupos de mujeres que las fabricaron en sus domicilios con telas caseras y de las que solo puedo mencionar algunos de sus nombres: Elena, Lea, Olga, Tamara, Lola, y a quienes solo puedo agradecer desde aquí por su generosidad.

Esa misma situación ocurrió con las pantallas protectoras en la época en la que nos había mascarillas (¿recordamos cómo eran?) y con los guantes, tan necesarios en nuestra actividad de clasificación y distribución de alimentos. Empresas y organizaciones nos hicieron llegar estos productos: MM Moldes, Salvavidas, Covid Makers, Mercamadrid, World Central Kitchen de José Andres.

Otra actuación extraordinaria fue la de descontaminación de los diferentes centros y almacenes. Estas fueron realizadas tanto por

empresas especializadas, EZSA y Lokímica, como por algunas unidades del Ejército español, la Brigada Paracaidista, la UME, que se desplazaron a nuestras instalaciones para realizar dichas actividades.

Como continuación de dichas actividades se hizo necesario proceder a las labores de desinfección de los muebles y equipos. De nuevo la generosidad de diversas empresas nos ha ido proporcionando todo tipo de material para dicha desinfección: gel hidroalcohólico, lejías especiales, productos de limpieza y desinfección, entregadas por Mercamadrid, LUTSA, SATECMA, la OCU, G2 Green, VERTEX, Tradegate, Asturquimia, Ecolab.

Igualmente se recibieron ayudas diferentes de los productos típicos de la lucha contra la COVID-19. También hubo donaciones de empresas en forma de cesión de maquinaria, carretillas, transpaletas, para poder actuar en estos momentos: STILL, Alcamar, Toyota.

En los primeros días del estado de alarma, el personal voluntario habitual de nuestra fundación, por ser personal de riesgo, fue confinado en casa y sustituido por numerosos voluntarios jóvenes que se ofrecieron para cubrir dichas vacantes. Así pudimos seguir realizando nuestra labor.

Numerosas entidades benéficas no contaban con personal para poder venir a recoger los alimentos a nuestras instalaciones. De nuevo, contamos con (Operación Balmis): así se consiguió el reparto de los alimentos y de los menús preparados por otras organizaciones: World Central Kitchen y Viena Capellanes.

Estas actuaciones extraordinarias nos permitieron en 2020 distribuir casi 24 millones de kilos de alimentos. Esto fue

posible gracias a la dedicación, esfuerzo y solidaridad de personas igualmente extraordinarias, que de manera particular o a través

de sus empresas nos ayudaron en los momentos más difíciles y aún siguen apoyándonos para poder seguir cumpliendo nuestra misión.



Las donaciones de guantes y mascarillas hicieron posible cumplir las medidas necesarias en nuestras delegaciones

# El banco en cifras

(datos a 31 de diciembre de 2020)

# 23.679

toneladas de alimentos distribuidos

\*Con parte de los recursos de la Gran Recogida.

# 186.381\*

personas atendidas en diciembre 2020

\* máximo número de personas atendidas en 2020 de abril a mayo: 230.376

# 33.000

Niños

# 8.524

Lactantes

## RECURSOS HUMANOS

# 306

Voluntarios permanentes

# 29

Personas contratadas

# 7.894

Voluntarios ocasionales

## ENTIDADES BENÉFICAS

# 606

total entidades atendidas durante 2020

# 565

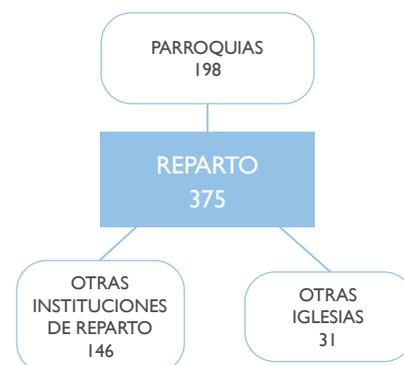
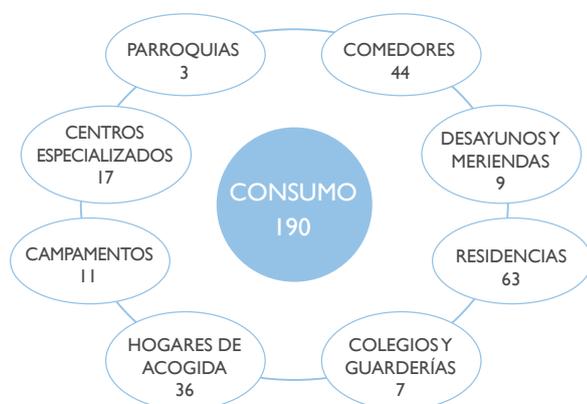
entidades activas a 31 diciembre

# 321

en Madrid capital

# 244

municipios de la Comunidad



## PARTICIPACIÓN DE LA SOCIEDAD

### GRAN RECOGIDA DE ALIMENTOS

# 1.465

puntos de donación

# 7.167

voluntarios en tiendas

# 7.207.512 kg\*

\*Donaciones recibidas:

En tienda: 5.187.401 €

On line: 2.020.111 €

TOTAL: 7.207.512 €

Equivalencia: 1€ / 1 K

### OPERACIONES KILO

# 727

En empresas, instituciones, centros educativos y cadenas

# Dónde nos encontramos



Sede de la FBAM en el Colegio San Fernando  
Carretera de Colmenar Km 13,600 (Vía de Servicio)  
Colegio San Fernando 28049 Madrid  
Contacto: [administracion@bamadrid.org](mailto:administracion@bamadrid.org)  
91 734 63 83



Delegación del Corredor del Henares  
Bulevar Buenos Aires, 3. Polígono Camporroso.  
28806 Alcalá de Henares.  
Contacto: [alcala.bam@bamadrid.org](mailto:alcala.bam@bamadrid.org)  
91 884 28 99



Delegación de Mercamadrid  
Carretera de Villaverde a Vallecas, Km 3,500. 28053  
Madrid. Parcela FI. Módulos 8 a 14.  
Contacto: [mercamadrid@bamadrid.org](mailto:mercamadrid@bamadrid.org)  
915 07 62 33 - 91 786 89 64



Delegación Sur Metropolitano:  
C/ Informática, 3. Polígono URTINSA II -  
28925 Alcorcón  
Contacto: [dsmm@bamadrid.org](mailto:dsmm@bamadrid.org)  
916104300

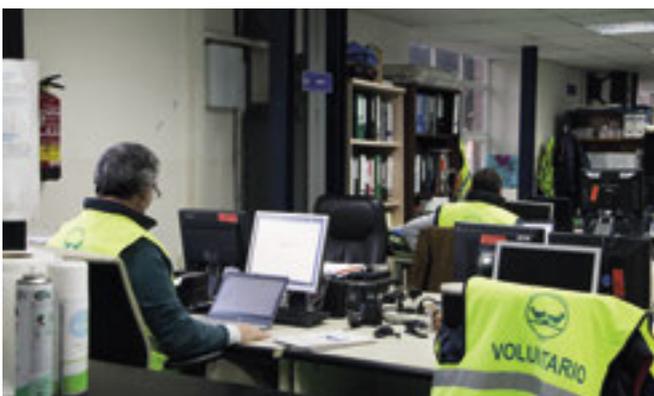
# El banco en imágenes



El inicio de la pandemia de la COVID-19 nos puso en una situación límite, muchos de nuestros voluntarios, de edad avanzada, tuvieron que dejar de acudir a sus puestos.



Entre otras muchas medidas, hicimos un llamamiento a personas jóvenes, que se incorporaron con celeridad a las distintas tareas de almacén.



Con las debidas medidas de distanciamiento y protección, muchos voluntarios del banco siguieron con sus labores.



Nuestra delegación en Mercamadrid, junto al resto de almacenes del banco, logró estar activa al mismo ritmo que la plataforma de distribución.



La colaboración entre los voluntarios tradicionales del banco y los jóvenes incorporados pudieron hacer frente a una situación muy complicada.



Joven voluntario clasificando alimentos en nuestra delegación de Alcalá de Henares.



El flujo de salida de alimentos desde nuestros almacenes no se interrumpió ni en los momentos más duros de la pandemia.



Entidades benéficas retirando alimentos de nuestros almacenes con la ayuda de nuestros trabajadores y voluntarios.



La Brigada Paracaidista colaboró con el Banco de Alimentos de Madrid en labores de fumigación y prevención en nuestras instalaciones.



Voluntarios del banco en tareas de clasificación de alimentos para su posterior entrega a entidades benéficas.



Pudimos celebrar la Gran Recogida 2020, el mayor evento ciudadano de la CAM, por primera vez sin recogida de alimentos físicos, y que con la colaboración de empresas, ciudadanos y voluntarios fue un rotundo éxito.



Poco después, en enero 2021, «Filomena» nos puso en graves dificultades, pero nuestra labor de distribución de ayuda alimentaria no cesó en ningún momento.

## El BAM hoy



La ayuda estratégica de empresas como KPMG resultó importantísima en distintas tareas, como la compra de alimentos eficiente, que el banco tuvo que abordar por primera vez en su historia.



Gracias a la colaboración de distintas empresas pudimos renovar parte de nuestros vehículos de transporte.



El Banco de Alimentos de Madrid agradece al Ejército su ayuda, dentro de la *Operación Balmis*, en los meses más duros de la pandemia.



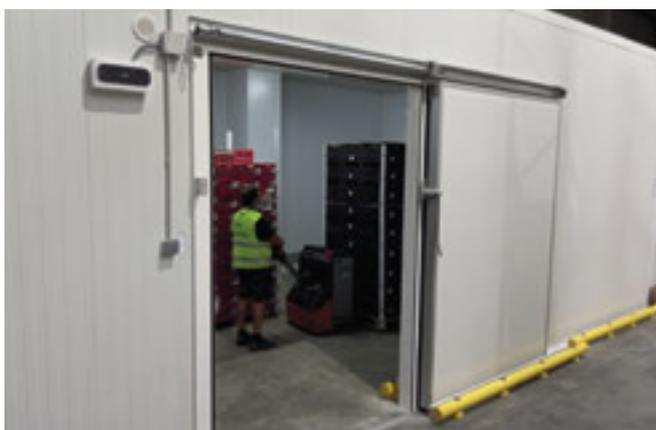
El calendario 2020 de la Guardia Civil, con los beneficios donados a los bancos de alimentos, fue rodado, entre miembros del cuerpo y nuestros voluntarios, en simpáticas imágenes como ésta.



La colaboración del banco con *World Central Kitchen*, la ONG del cocinero José Andrés, facilitó que llegaran más de 700.000 menús preparados a las personas más vulnerables en las peores semanas de la pandemia.



Uno de los programas de la 8ª temporada de *Masterchef*, rodada en nuestra sede de San Fernando y dedicada a agradecer a los bancos de alimentos y sus voluntarios su labor en estos tiempos difíciles.



Nueva cámara frigorífica de la delegación Sur Metropolitano, que, junto a otra en la sede de Alcalá de Henares y la ampliación de las de San Fernando nos permitirá conservar mayor cantidad de alimentos frescos en la cadena de frío.



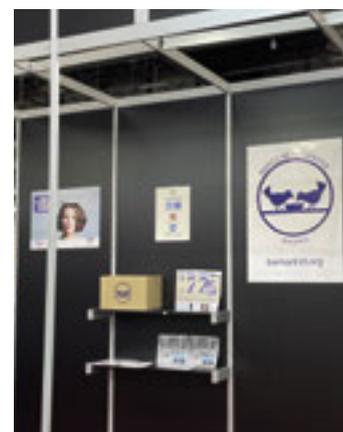
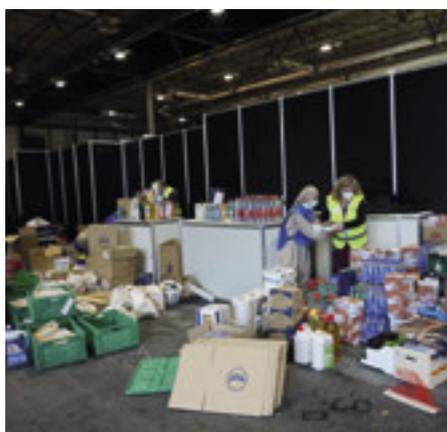
Iniciativas como la de FESNAD, que en el Día Nacional de la Nutrición coordina la donación de alimentos de numerosas empresas para nuestra organización, son imprescindibles para lograr mantener siempre, sin roturas ni cortes de suministro, nuestros stocks.



Muestra de las numerosas Operaciones Kilo, casi todas on line, que nos han ayudado en estos meses: En este caso por los alumnos de la Fundación Erasmio.



También estamos reanudando las charlas y talleres con los alumnos de colegios e institutos, como ésta en el Liceo Francés, para concienciarlos de la importancia de la solidaridad con nuestros vecinos más desfavorecidos.



En 2021, volvimos a asistir a las ferias y eventos de alimentación, donde, tras acuerdo con los organizadores, los expositores donan sus excedentes a través del banco, que llegan con celeridad a distintas entidades benéficas. Imágenes de nuestra participación en la feria HIP HORECA, Organic Food, Fruit Attraction y Salon Gourmets 2021.

## El BAM hoy



La Subdirectora General de Aprovisionamiento gestiona las donaciones de alimentos de empresas.

# Cambios en la dinámica de Aprovisionamiento

**Ana Rosa Ormaechea.**

Subdirectora General de Aprovisionamiento.  
Fundación Banco de Alimentos de Madrid.



### Cómo afectó la COVID-19 al área de Aprovisionamiento?

Los primeros cambios vinieron con el cierre de la hostelería, que generó un excedente de alimentos no solo en la restauración, sino también en las distribuidoras de alimentos. Esto dio pie a que, sin buscarlo, empresas con las que nunca habíamos tenido la oportunidad de contactar y sensibilizar empezaron

a llamarnos por iniciativa propia. Les tranquilizó poder donar sus excedentes porque no tuvieron que destruir alimentos.

Esta cantidad de donaciones provocó estrés en los almacenes porque llegaron alimentos con fechas de caducidad muy inmediatas. Ante esta situación, se optó por realizar entregas directas entre las empresas donantes y entidades benéficas. En definitiva, intentamos optimizar

al máximo cualquier ofrecimiento, desde un camión de naranjas que un viernes a las dos de la tarde fueron rechazadas en el hospital de Ifema y terminó yendo a nuestro almacén de Alcalá de Henares, hasta pequeñas cantidades de lácteos y hortalizas. Las empresas tenían buena voluntad pero desconocían cómo hacer las donaciones.

### Cuéntanos algunos ejemplos de donaciones de empresas

Recuerdo el caso de Vodafone. Su edificio se quedó vacío porque

*El funcionamiento del BAM se basaba 100% en la recepción de alimentos donados y pasamos a un 90% de donación dineraria*

sus profesionales empezaron a teletrabajar. Hasta entonces tenían un *córnier* de Viena Capellanes en sus instalaciones y lo que hicieron fue destinar su presupuesto a la preparación de 300 menús diarios para entidades beneficiarias durante meses. La empresa Deoleo donó 10.000 litros de aceite al mes durante un año.

### ¿A qué retos hubo que enfrentarse?

En primer lugar, a gestionar la llegada de tantas y muy variadas donaciones. Fue como una ola que sorteamos entre todas las personas que integramos el banco. Al mismo tiempo el confinamiento provocó que no hubiese movimiento de mercancías, por lo que pusimos en marcha la donación. Hasta entonces el funcionamiento del BAM se basaba 100% en la recepción de alimentos donados y pasamos a un 90% de donación dineraria. En la primavera 2020 se hizo una Operación Kilo Extraordinaria y en noviembre la Gran Recogida: ambas fueron 100% dinerarias. De ser receptores pasivos hemos pasado a ser compradores activos de alimentos básicos teniendo en cuenta la diversidad de edades y creencias religiosas, por lo que otro desafío ha sido el de gestionar precios y optimizar cada euro recibido en donación.

### ¿Cómo se organizó el área de aprovisionamiento para hacer frente a la situación?

Dicen que somos reticentes a los cambios pero cuando vienen, te adaptas. Las donaciones llegaban como siempre y, aparte, todas las nuevas. Creamos un grupo de WhatsApp del equipo: de esta forma pudimos gestionar todas las donaciones que llegaban. Teníamos que contar con plan A, B o C y según el tipo de producto que llegara. Fue una situación tensa porque dedicábamos muchas horas, sobre todo al principio, cuando

*Nos íbamos adaptando casi a diario. Surgieron nuevos colaboradores, nuevas empresas y experiencias para mejorar la gestión de recogida*

las empresas tenían que vaciar sus despensas. Nos íbamos adaptando casi a diario. Surgieron nuevos colaboradores, nuevas empresas y experiencias para mejorar la gestión de recogida.

### ¿Qué cambios surgidos en aquellos primeros meses de pandemia llegaron para quedarse?

Ha cambiado definitivamente nuestra dinámica de aprovisionamiento: la compra se va a mantener. Gracias a esta nueva situación hemos conseguido

introducir productos que no entraban como donación, como por ejemplo los huevos; también el arroz como alimento básico, que apenas llegaba; leche y productos cárnicos de ave (proteína animal universal); así como alimentos infantiles. De forma sistemática se hace una encuesta para ver cuánta población beneficiaria hay de 0 a 6 meses y de 6 a 18 meses: intentamos mantener los alimentos infantiles. Ahora tenemos esa capacidad de compra, no sabemos cuánto va a durar. Sin embargo, no olvidamos el contacto con las empresas donantes porque evitar el desperdicio es nuestra misión. Vivimos el efecto no esperado de dar a conocer nuestro trabajo a nuevas empresas: más de la mitad de las que se pusieron en contacto con el banco al comienzo de la pandemia no nos conocían. Se sensibilizaron, descubrieron un aliado y muchas de ellas han quedado como donantes habituales.



Tratamos de optimizar al máximo todas las donaciones que las empresas ofrecieron al BAM.

# El reto desde el área de logística frente a la crisis de la COVID-19

**Javier Garzón.**

Director de Logística.

Fundación Banco de Alimentos de Madrid.

**S**in duda, la irrupción de la pandemia ha supuesto un antes y un después en el modo de operar en la Fundación Banco de Alimentos de Madrid. Yo me acababa de incorporar en septiembre de 2019 y en ese momento la preparación de la Gran Recogida, un evento que suponía casi el 50% de la generación de las reservas de alimentos no perecederos del año, conllevaba un importante esfuerzo para todas las áreas de la fundación.

En aquel momento, la tendencia de evolución del stock de alimentos era positiva. Los efectos de la anterior crisis económica y la demanda de alimentos disminuían a mayor velocidad que las donaciones, lo que nos permitía ir mejorando la variedad y calidad de la ayuda alimentaria. La responsabilidad del reparto recaía en la D.O. de Logística, ya que se repartía en función de las existencias en los almacenes. Nuestra pequeña flota de camiones y furgonetas tenía bastante movimiento en la recogida de donaciones, aunque se notaba una pauta descendente.

Cuando estalla la pandemia, toda la estructura tiembla. Tanto el banco, como las entidades benéficas a las que atendemos, funcionan sobre la base de voluntarios de edad avanzada que tienen que desaparecer de las organizaciones por su elevado riesgo. Hay que cerrar las oficinas de la fundación e incluso hay entidades de recogida que desaparecen. Pero la necesidad crece rápidamente y llueven

las llamadas de petición de auxilio. Afortunadamente se ha modernizado la informática y nos permite implantar el teletrabajo rápidamente, ya que la aplicación logística está en la nube, y las reuniones se pueden hacer de forma virtual.

Ante la gran incertidumbre y la rápida disminución de existencias, se establece un plan de choque. Se

---

*Aparecen voluntarios jóvenes, suben las donaciones de alimentos por el cierre de restaurantes y comedores de empresa y por los excedentes del sector*

---

reduce el reparto para mantener un nivel prudencial en nuestro stock y se cierran dos de los cuatro almacenes para disponer de equipos de reserva en caso de contagios. Se implantan estrictas medidas de seguridad sanitaria para limitar la posibilidad de contactos transversales y se prohíbe a las entidades el acceso al interior de los almacenes, lo que demanda un mayor número de voluntarios para posicionar los alimentos en los muelles.

Afortunadamente, no todo son malas noticias. El cierre de restaurantes, empresas, colegios y universidades y los ERTE, palían los

problemas. Por un lado, aparecen muchos voluntarios jóvenes y por otro, suben las donaciones de alimentos por el cierre de restaurantes y comedores de empresa, y por los excedentes de los suministradores y empresas del sector. Con voluntarios y la recuperación de los almacenes, se vuelve a subir el reparto y se abastecen a unas «entidades de cabecera» capaces de atender las necesidades crecientes de las bolsas de necesitados descontroladas por la pandemia. Las necesidades de ayuda al transporte de alimentos de las entidades benéficas se canalizan a través de la ayuda de empresas del sector y por la colaboración de distintos organismos de la administración.

En seguida hay que reabrir la delegación de Mercamadrid, por los grandes excedentes de sus asentadores. La logística se va readaptando día a día a las necesidades que determina la D.O. de Distribución que, como mejor conocedora de la situación de necesidad, lidera las medidas dentro de la FBAM. Y poco a poco, las urgencias se van depurando y se estabilizan las medidas, lo que nos permite reabrir el almacén de San Fernando, nuestro principal centro de distribución.

La entrega de alimentos se va sustituyendo por donaciones monetarias, lo que nos obliga a abrir un nuevo servicio, el de compras en origen, para maximizar su rendimiento. Pero el indudable beneficio de esta vía, que nos permite regular mejor la entrada de alimentos y



Javier Garzón en el almacén de San Fernando.

*La incertidumbre ante el futuro inmediato sigue siendo alta y estamos mejorando los nuevos procesos para estar mejor preparados para lo que venga*

apostar por una dieta más equilibrada, conlleva también problemas desconocidos. Hay que anticipar con precisión la evolución del stock y a buscar almacenes externos de apoyo, para absorber los mayores volúmenes de alimentos. Se crea la sección de Tráfico para mejorar el control y previsión de las entradas y su correcta gestión financiera. La responsabilidad del reparto de alimentos se traslada a la D.O. de Distribución, al poder comprar las necesidades no cubiertas por donaciones, lo que nos obliga a mejorar la coordinación también con la D.O. de Aprovisionamiento responsable de las compras.

Actualmente, la situación se ha estabilizado. Las grandes recogidas de productos han dejado paso a donaciones virtuales, aunque se espera alguna recuperación de las donaciones físicas. Somos conscientes de que la incertidumbre ante el futuro inmediato sigue siendo alta y estamos mejorando los nuevos procesos para estar mejor preparados para lo que venga. Muchas cosas han cambiado en este breve plazo y el Banco de Alimentos de Madrid va superando con éxito los retos planteados. Somos conscientes de que los problemas se han podido minimizar gracias a la modernización informática, por lo que estamos acelerando nuestros planes de transformación digital con la finalidad de seguir mejorando la calidad y granularidad de nuestro apoyo, para acercarnos a cubrir la necesidad particular de cada persona. Buscamos la excelencia en nuestro servicio a los necesitados.

# Cómo el coronavirus entró hasta en la cesta de la compra

La primera semana del Estado de alarma la adquisición de bienes de primera necesidad aumentó en un 21%, lo que provocó escasez en algunos supermercados. Mientras, el BAM tuvo que cambiar sus procesos habituales y lanzarse a la compra de alimentos

Andrea Nogueira Calvar

**L**o primero que se acabó fue el papel higiénico. Después le siguieron los productos de limpieza y de primera necesidad. Durante las primeras semanas de la crisis del coronavirus, incluso antes de que el 14 de marzo de 2020 se dictase el estado de alarma, la cesta de la compra de los españoles cambió considerablemente. El miedo al desabastecimiento y la incertidumbre ante el tiempo que duraría el cierre de emergencia determinó qué se comía en cada casa. La despensa del Banco de Alimentos de Madrid también sufrió algunos cambios, pero la entidad hizo de la necesidad, virtud para los receptores de alimentos.

En aquellas primeras semanas de acopio, los psicólogos y sociólogos señalaron la sensación de control como justificante de tal comportamiento. Mientras el país colapsaba, lo que el ciudadano podía manejar era la preparación de su hogar, reconvertido casi en búnker de guerra. Eso incluía almacenar productos de limpieza y alimentos no perecederos, especialmente arroz, pastas y latas de conserva. La consultora Kantar reflejó en el estudio *El estado de alerta en España dispara las compras de productos de gran consumo*

(el original en inglés *State of alert in Spain triggers FMCG shopping*) que en la semana posterior al estado de alarma la compra de bienes de primera necesidad aumentó en un 21% y el gasto en la cesta de la compra hasta un 25%.

Las estanterías de los supermercados lucían huecos vacíos según la semana. Si una no había arroz, la siguiente desaparecía la harina. Mientras, el BAM se enfrentaba a su propio desabastecimiento: mermadas las donaciones en especie, tuvo que iniciar una campaña de recaudación dineraria para comenzar a comprar alimentos.

Ana Rosa Ormaechea, subdirectora general de Aprovisionamiento de la entidad, explica que, a pesar de la inquietud inicial introducida por la crisis sanitaria, la recaudación acabó siendo positiva para el banco porque les permitió comprar productos de los que carecían de forma sistemática. «Algunos productos entraban a cuenta gotas o de manera muy desigual, no teníamos empresas donantes de arroz antes de la pandemia, por ejemplo, o la leche, que es un producto básico pero que el banco no recibe mucho», ejemplifica.

Así que el BAM, gracias a las donaciones que canalizaron a través



de su página web, pudo repartir huevos o conservas de pescado entre las 185.000 personas a las que ayuda de media al año. Ormaechea añade que esta capacidad de compra les permitió también buscar alimentos «universales», aquellos que la inmensa mayoría de beneficiarios del banco pueden consumir porque no tienen restricciones por motivos religiosos o médicos, como puede ser el pollo.

## Salir de la crisis

Aunque la cesta de la compra se fue normalizando a lo largo del año 2020, se produjo un aumento del precio



de los productos. La Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) estimó, en octubre de 2020, que el incremento había afectado a un 64%, encareciendo la cesta de media un 2,8%.

Según el estudio de la organización, los productos frescos fueron los que más subieron con un 4 % de media. Pero algunos de ellos se incrementaron de manera exponencial, especialmente la fruta: las naranjas se encarecieron un 46% y las peras un 34%. Antonio Khalaf, director del área comercial de IRI y experto en tendencias de consumo, señala en una entrevista del pasado septiembre en el

diario *20 minutos* que «en un contexto donde el consumidor está más preocupado que nunca por la salud, los productos frescos han jugado un papel clave siendo los responsables de más del 40% del crecimiento del gran consumo en 2020 y suponiendo ya un 30% en las cestas de la compra de los españoles».

A la lista de productos fuertemente encarecidos hay que añadir el aceite de oliva, que subió un 25% en comparación con el año anterior, otro tipo de aceites como el de girasol, un 33%; los zumos, un 6%, o los huevos, un 4%.

Este aumento de los precios no hizo más que incidir en la brecha económica que la pandemia del coronavirus acrecentó. Durante 2020 la pobreza se elevó a niveles de la Gran Recesión: el 7% de los españoles sufrió una situación de carencia grave a finales del año pasado, según datos del INE. A pesar de la recuperación económica en los últimos meses, se estima que más de un 20% de los madrileños vive asediado por la pobreza, lo que se traduce en dificultades para comer o pagar los suministros básicos.

## Las dificultades de la distribución

**Mercedes Montoya.**

Exdirectora de Distribución y Atención a Entidades Benéficas.  
Fundación Banco de Alimentos de Madrid.

**P**asado año y medio desde el confinamiento y echando la vista atrás, vemos cómo se precipitaron todos los acontecimientos relacionados con el reparto habitual de alimentos desde nuestra fundación y el fuerte impacto que tuvo la crisis en ellos.

El banco se fundó para recoger los excedentes de las industrias alimentarias; esto hay que aclararlo muy bien ya que no se fundó para pedir los alimentos necesarios para los beneficiarios de las entidades, sino solo para recibir y distribuir lo que nos querían dar, evitando la destrucción de alimentos. Hasta marzo de 2020 repartíamos lo que nos daban. Solo en las Operaciones Kilo y en la Gran Recogida marcábamos ciertas prioridades. Esta es la razón por la que nunca se hacían campañas de donaciones de efectivo.

Nuestra filosofía de funcionamiento estaba más cerca de la reactividad que de la proactividad. Se mantenía un pequeño número de donantes benefactores mediante suscripciones más o menos periódicas y nuestro departamento de Mecenazgo buscaba contactos en las empresas para sufragar las inversiones necesarias: carretillas, transpaletas, vehículos, etc. ¡Hasta el mes de marzo 2020! 25 años después de su fundación, el banco se reinventa.

### El inicio de una nueva era

De 10 llamadas al mes de particulares pidiendo alimentos, pasamos a más de 50 diarias solicitando, con urgencia, comida. Cuando las dirigimos a las entidades cercanas a su domicilio nos dimos cuenta de que muchas estaban cerradas. Los particulares llamaban y escribían con cierta desesperación: eran familias que anteriormente no estaban en el sistema de ayudas y que desconocían los circuitos de ayuda. Vimos que había más de 80 entidades cerradas y que, en las abiertas, la aportación del banco suponía el 80 % de lo que repartían. Es decir, dependían totalmente de nuestra actividad.

Las industrias dejaron de aportar excedentes, no había Operación Kilo y los alimentos almacenados no podrían durar más o menos hasta el 31 de mayo. Además, en Alcalá estaban depositados más de un millón de kilos de alimentos procedentes de la ayuda europea (FEAD). El confinamiento nos sorprendió en mitad de este reparto que las entidades reciben, tradicionalmente, en Alcalá. Estos alimentos, aunque en general se consideran no perecederos ya que su caducidad es a largo plazo, tienen excepciones: la leche tenía fecha de caducidad en mayo 2020. En abril, con el apoyo de la Guardia Real, se llevaron a las entidades los alimentos FEAD.



Teníamos solicitudes de nuevas asociaciones para darse de alta en la recogida de alimentos. El análisis exhaustivo que normalmente hacemos para admitir a una entidad, y que incluía visitas presenciales, no podíamos llevarlo a cabo, así que se determinaron unos requisitos mínimos y se flexibilizó el alta para nuevas entidades. Básicamente, pedimos solo que no tuvieran ánimo de lucro y que estuvieran constituidas así. Dimos alta a casi 100 entidades en «alta exprés» los siguientes meses. El ritmo de altas antes de la pandemia era de 25 al año. En cuatro meses, ¡las mismas que en cuatro años!

En marzo, con las primeras medidas, muchos restaurantes,

*«Ya no somos solo reactivos a los alimentos que nos den, sino que ver qué alimentos compramos y en qué cantidades».*

tiendas y cadenas alimentarias nos ofrecieron los productos que tenían la fecha de consumo muy cercana. Este tipo de productos no sirven para incluirlos en nuestra distribución regular, ya que suelen ser en envases abiertos. Se coordinó, a través de Aprovisionamiento, para que su entrega fuera directamente a las entidades que sabíamos que podían darle salida.

En torno a mediados de abril, con la prolongación del confinamiento, hubo otra ola de entregas de este formato. Como anécdota, en una mañana una cadena de restaurantes nos ofreció casi 100 palés de alimentos que coordinamos, directamente, con algunas entidades.

Pero los alimentos de uso cotidiano, como leche, aceite, arroz, legumbres, etc., no entraban y apenas teníamos existencias. Y... por primera vez en nuestra historia, se pidió dinero para comprar alimentos. No había otra solución.

Era tan novedoso que recuerdo que un compañero me llamó alarmado pensando que éramos

víctimas de una estafa, ya que le habían contado conocidos suyos que el banco ¡pedía dinero!

**Empezamos una nueva era: ¡podemos comprar alimentos!**

Afortunadamente la sociedad y algunas grandes empresas demostraron su confianza en nuestro buen hacer y, en apenas diez días, recaudamos más de un millón de euros. Ya no somos solo reactivos a los alimentos que nos den, sino que podemos tener cierta proactividad y ver qué alimentos compramos y en qué cantidades.

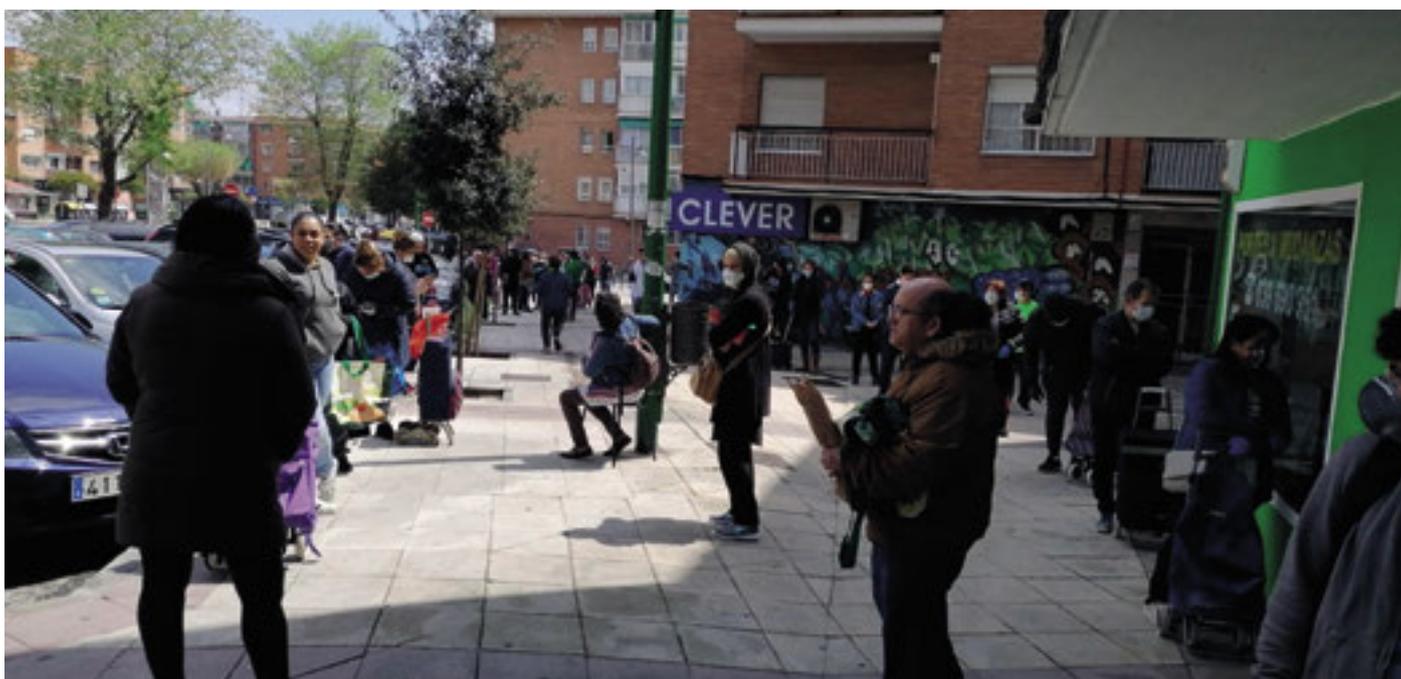
A partir del mes de septiembre de 2020, algunas de las entidades cerradas empiezan a funcionar, algunas de las «expres» abandonan y empezamos a visitar a todas para comprobar cómo están haciendo las cosas y cómo podemos ayudar mejor.

En torno a la mitad de los visitantes, todos en edad «peligrosa» y sin vacunar, se lanzan, con las medidas de precaución posibles, a visitar a las entidades.

¡Mi admiración personal siempre estará con este equipo!

A través de una encuesta preguntamos a las entidades qué alimentos son los que más necesitan. Con este resultado, se establecen los productos que es necesario comprar y Aprovisionamiento comienza una andadura novedosa que ha desarrollado, desde el principio, con éxito en sus compras en origen a los productores.

Desde esta fecha de septiembre, el funcionamiento vuelve a un cauce, pero es un cauce nuevo. De solo recibir lo que nos daban, a comprar lo que es necesario buscando dietas equilibradas. De tener un formato estricto para las altas nuevas, hemos flexibilizado, adaptado y actualizado los requisitos. Una nueva era, más moderna y digitalizada, también con teletrabajo. Un banco nuevo que ha sabido estar a la altura de las necesidades y que ha puesto de manifiesto su espíritu de servicio a las personas necesitadas de alimentos, a través de las entidades benéficas, que son el puente por donde discurre nuestro esfuerzo.



Se realizaron "altas expres" de entidades benéficas para poder atender la gran demanda de ayuda.

# El reparto de frutas y hortalizas: espacio de encuentro vecinal en Alucinos

Entrevista a Íñigo Ortiz, presidente de Alucinos

**D**espués de un largo año y medio, el comedor de Alucinos ha reabierto sus puertas en octubre de 2021, todavía con aforo reducido. Sin embargo, los fogones de la cocina de esta asociación del barrio madrileño de San Fermín, que lleva tres décadas luchando contra la falta de recursos, la drogadicción y, en general, la exclusión, no se han apagado desde que comenzó la crisis sociosanitaria. «Se entregaban tupper», cuenta Íñigo Ortiz de Mendivil y Zorrilla, presidente de Alucinos, acrónimo de Asociación La Unión y Asociación de Vecinos de San Fermín. A través de la verja que separa la barra y las mesas de la calle, el personal voluntario repartió platos preparados para las vecinas y vecinos con menos recursos del barrio. Empezaron acudiendo cada mediodía alrededor de 20 familias y llegaron a ser 460, es decir, unas 1.300 personas. Ahora hacen 80 menús aproximadamente y entre 10 y 15 son para personas que viven en situación de calle, que carecen de medios para calentar la comida y la toman en el comedor.

Originalmente, las recetas que se preparaban en Alucinos era para el alumnado de los cursos de hostelería que se imparten en esta entidad como parte de su proyecto formativo para la inclusión laboral. Sin embargo, ya hace tiempo que la situación en este vecindario del distrito de Usera provocó un cambio. «Empezó a venir gente que duerme en las urgencias del Hospital 12 de octubre», explica el



Cajas de la FBAM en el espacio de Alucinos.

presidente. El alumnado comenzó a elaborar más comida y llegaron a ser 30 comensales en un espacio que se pensó como un lugar de encuentro, con mantel y servilleta de papel: en palabras de Íñigo, aquello no era «el comedero sino el comedor». Y poco a poco, quienes iban allí también se implicaron en algunas tareas: cortar el pan, poner la mesa.

Cuando no había cursos de hostelería tampoco había alimentos que ofrecer pero seguía existiendo la demanda. Fue entonces, hace aproximadamente tres años, cuando Alucinos se puso en contacto con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid (FBAM) para solicitar convertirse en entidad beneficiaria.

Como a todo el mundo, la llegada de la pandemia trajo cambios

repentinos en la rutina de la entidad. Tres chicos de la asociación decidieron quedarse en el local y continuar cocinando. Aún así, llegó un punto en el que la situación desbordó las posibilidades de la cocina y a través de FBAM se solicitó la colaboración de World Central Kitchen, ONG fundada por el chef José Andrés. «Todos los días recogíamos 400 menús en Santa Eugenia que traíamos aquí», cuenta Íñigo. La gente acudía no solo con un tupper vacío sino con una mochila cargada de problemas de vivienda, de pago de suministros... «El tema era angustiante», relata el fundador de la asociación. Por eso, además de aportar alimentos, la asociación comenzó a hacer un seguimiento de la situación de las familias que lo necesitaron. Vieron que algunas personas del

barrio que se quedaron sin recursos de la noche a la mañana no se acercaban a la fila de reparto: eran vecinas y vecinos que nunca antes se habían visto en situación de pobreza, no sabía cómo pedir ayuda ni dónde hacerlo. Personal voluntario de Alucinos se encargó de entregar la comida a domicilio a esas familias.

Además de entregar platos preparados, los viernes se organizaba el «Mercadillo verde» en el que repartían frutas y verduras de FBAM. Personas del barrio que son feriantes y disponen de furgonetas propias se encargaban de recogerlas en los almacenes de Mercamadrid y Alcorcón. «Conseguimos no solo que la gente comiera fruta y verdura: creamos la plaza del pueblo. Los vecinos empezaron a encontrarse unos con otros», relata Íñigo. «Se creó una dinámica preciosa de encuentro, de participación». Para ello la colaboración de FBAM fue «fundamental», afirma: «Todo lo que repartimos venía del banco, salvo lo que venía de la Junta Municipal y alguna donación de alguna organización».

Superado el reto de evitar que la situación derivara en caos y con un futuro optimista a la vista, Íñigo señala que algunos proyectos nacidos



Reparto de productos a personas beneficiarias de la entidad.

en plena pandemia se van a quedar: la asociación de hostelería que se creó para tramitar los permisos de terrazas y evitar los cierres de bares del barrio, el programa «Rompiendo soledades» con personas mayores o el mercadillo, que ahora ha parado pero volverá con otra esencia, más enfocada a la educación nutricional

porque «gran parte del fracaso escolar y la marginación tiene que ver con la alimentación», asegura Íñigo.

Ahora que ha pasado la angustia ha bajado el nivel de voluntariado. Sin embargo, la situación laboral y la pobreza energética hacen que las peticiones de ayuda sigan llegando a Alucinos.



Las “entidades cabecera” como Alucinos fueron indispensables para atender las llamadas “colas del hambre”.

# «El Ecosolidario es un sistema que nos permite atender tanto a 10 familias como a 1.000»

Entrevista a Vicente Álvarez, director de la Fundación Alberto y Cristina Cortina (F.A.Y.E.C.)



Detalle de uno de los estantes del Ecosolidario, con productos como aceite o conservas de pescado.

**B**ajo unos soportales de la Avenida de Asturias, en el madrileño barrio de La Ventilla, varias personas aguardan pacientemente con su carro de la compra ante una puerta de doble

hoja y cristales opacos sobre la que pone F.A.Y.E.C. De vez en cuando sale Vicente Álvarez y pregunta por José, Fátima, Sonia. La persona nombrada tira de su carro y entra: es su turno para hacer la compra en

Ecosolidario, la tienda de la Fundación Alberto y Elena Cortina, cuyo director es Vicente. Dentro hay un par de pasillos llenos de estanterías con aceite, salsas, latas de atún, leche, paquetes de pasta, hay sección de

congelados y hasta un rincón para personas celiacas. El valor de los productos no se indica en euros sino en una cantidad de puntos.

Cada persona elige lo que necesita y, a la hora de pagar, saca una tarjeta vinculada a los puntos que le corresponde a su unidad familiar y se le descuentan los consumidos en esa compra. El sistema de entrega de alimentos a personas en situación de pobreza o en riesgo de exclusión social es muy genuino: en vez de entregar un lote de productos cerrados, cada cual adquiere lo que necesita. Y no ha dejado de funcionar desde que empezó la crisis en marzo de 2020. «El aprendizaje que hemos tenido es que el modelo funciona: es un sistema que nos permite atender tanto a 10 familias como a 1.000», cuenta Vicente. Eso sí, los primeros meses fueron bastante duros, reconoce. «Hacíamos jornadas de 5:30 de la mañana a 6 de la tarde». Entre tres personas sacaron adelante el trabajo. «Hubo un ascenso brutal de familias: 350 altas en un mes. Habitualmente, teníamos entre 8 y 10 altas diarias».

FAYEC se convirtió en entidad cabecera de distrito. Eso implicó atender buena parte de la alta demanda de ayuda alimentaria: en un día se daba de alta a una familia, se generaba la tarjeta y, cuando por la tarde ya se había atendido a las habituales, se preparaba la compra, en este caso de productos cerrados, excepto algunos que las personas beneficiarias elegían, y la entregaban. Así funcionaron de marzo a septiembre de 2020.

Mientras en las primeras semanas de la pandemia, clientes de supermercados se encontraban con algunas estanterías vacías de productos momentáneamente, «aquí todo lo contrario», afirma el director de la entidad. «Gracias al Banco de Alimentos de Madrid recogimos muchísimos productos de restaurantes que no podían abrir, de comedores de

*«Hubo un ascenso brutal de familias: 350 altas en un mes. Habitualmente, teníamos entre 8 y 10 altas diarias».*

colegios que tampoco... Éramos de las pocas instituciones que permanecían abiertas y recogíamos absolutamente todo. Estábamos súper abastecidos de carnes, pescados, productos preparados...».

Cosas como la harina, que se esfumaba de los supermercados, aquí no desapareció. Así lo explica Vicente: «No hay tendencia al consumo de productos porque somos un supermercado pero tenemos nuestras limitaciones, que es el abastecimiento. Intentamos limitar la cantidad de productos por compra».

Durante los meses de confinamiento incrementaron dos perfiles de personas beneficiarias: muchas personas migrantes, buena parte de ellas trabajadoras del hogar

que se habían quedado sin trabajo, sin ERTE ni paro, y mucha población española por los ERTE. El último verano hubo una ligera bajada de la cantidad de familias atendidas. Sin embargo desde septiembre, cuando se reactivaron los servicios sociales tras las vacaciones, han crecido las solicitudes de alta como personas beneficiarias. Ahora mismo tienen 2.400 tarjetas de compra. «Si siguiéramos las peticiones, estaríamos en 3.000 tarjetas», asegura Vicente.

Desde que comenzó la pandemia las personas que acuden a esta tienda de barrio, como la describe el director de la fundación, deben pedir cita para poder venir para evitar aglomeraciones. Y a veces, sobre todo al comienzo, había gente que se presentaba allí sin cita y no entraba. «Acudían para socializar».

De esta época pocas cosas positivas resalta Vicente, que afirma haber visto cómo la gente lo estaba pasando realmente mal. Lo único: «Hemos notado cómo una situación difícil saca lo mejor de todo el mundo».



En el Ecosolidario los productos tienen el precio en puntos, no en euros.

# Solidaridad



La Ministra de Defensa en su visita a la sede del BAM, en el colegio San Fernando.

## Solidaridad con los más vulnerables

**Margarita Robles.**  
Ministra de Defensa.

**L**os bancos de alimentos realizan una labor social importantísima, basada en el voluntariado, para la recuperación de excedentes alimenticios y su redistribución. No se encargan de la entrega directa de la comida a la población necesitada, sino que su compromiso es distribuirla justamente entre instituciones o entidades benéficas homologadas que aseguran el destino de las ayudas a las personas más desfavorecidas.

Es en ese reparto de alimentos y otros productos básicos entre las personas más necesitadas donde las

Fuerzas Armadas, en el marco de la «Operación Balmis», apoyaron a los distintos bancos de alimentos, creando «una hermandad imborrable», al servicio de los más vulnerables. Ambos, los voluntarios del Banco de Alimentos y los hombres y mujeres de las Fuerzas Armadas comparten los mismos valores de compromiso, solidaridad, generosidad, entrega y servicio a la ciudadanía, unos valores que, juntos, aportaron en los peores momentos de la lucha contra la COVID-19, y a los que también contribuyó la enorme generosidad de toda la población española.

El fuerte compromiso de las Fuerzas Armadas estuvo presente frente a la pandemia durante toda la Operación Balmis, el mayor esfuerzo militar llevado a cabo en tiempo de paz en España, cuyo principal objetivo fue salvar el mayor número de vidas posible. Fueron 98 días de actividad frenética con más de 20.000 intervenciones en labores humanitarias y asistenciales, en 2.300 localidades.

Y es precisamente en este marco, donde distintas unidades militares colaboraron con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid para combatir

los efectos del coronavirus y hacer llegar los alimentos a los ciudadanos más necesitados.

Aquí tengo que destacar el magnífico trabajo de la Brigada Paracaidista, la Brigada Guadarrama XII, la Agrupación Logística 11 y la Guardia Real, que apoyaron a la Fundación Banco de Alimentos de Madrid en el transporte de alimentos a diferentes puntos de entrega e igualmente ayudaron a la movilización de alimentos desde Ifema. En total distribuyeron más de 160.000 kilos de alimentos.

Además de esta colaboración, a nivel nacional nuestras Fuerzas Armadas apoyaron a los Bancos de Alimentos de Aragón, Tenerife, Navarra, Mallorca, Murcia, Sevilla, Las Palmas o Granada en el traslado de alimentos a residencias de mayores, albergues y diversas asociaciones de ayuda.

En Córdoba, un contingente formado por diez militares de la Brigada «Guzmán El Bueno» X, con base en Cerro Muriano, fue el encargado de poner a punto el dispositivo para la distribución de comida especial con motivo de las fiestas navideñas, organizado por el Banco de Alimentos Medina Azahara, ante la falta de personal entre sus voluntarios y el aumento de peticiones de ayuda.

Un trabajo enorme, que pude comprobar en la visita que realicé, en plena pandemia, a la sede central de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid, donde tuve oportunidad de comprobar la gran labor social y humanitaria, el esfuerzo, solidaridad y compromiso en favor de los más necesitados. Nunca podremos agradecer con palabras la contribución de esta organización para que nuestra sociedad sea más justa y mejor, mucho más solidaria.

Por toda esta excelente labor durante la crisis sociosanitaria de la COVID-19 en apoyo de las personas más desfavorecidas y por

su magnífico trabajo canalizando la solidaridad ciudadana, el Ministerio de Defensa otorgó uno de sus Premios Extraordinarios de Defensa 2020 a la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL). Un galardón que no es más que una pequeña

muestra del agradecimiento infinito que todos les deberíamos brindar. Ellos, al igual que nuestras Fuerzas Armadas, nos demuestran con su quehacer diario que España es un país muy solidario que siempre vela por los más necesitados.



La ministra de Defensa, Margarita Robles, conoció de primera mano el trabajo de las personas voluntarias de la entidad.



Las Fuerzas Armadas distribuyeron 160.000 kilos de alimentos.

# Voluntariado



## Un nuevo perfil de voluntario

### Javier Vicente.

Director de Recursos Humanos.  
Fundación Banco de Alimentos de Madrid.

**14** de marzo de 2020. Ese día, en el que se decreta el Estado de Alarma en España, es el inicio del periodo de confinamiento domiciliario, 455 voluntarios colaboraban de manera asidua en el funcionamiento del Banco de Alimentos de Madrid.

Pero ese día todo cambió. El mundo se paró. El miedo, la

incertidumbre por la gravedad de las noticias que día a día se iban conociendo nos dejaron en *shock*.

Estábamos en nuestras casas, sin poder salir y sin saber qué hacer. Fuera, se iniciaba un drama social del que desconocíamos su alcance. Miles de personas se vieron imposibilitadas para obtener recursos alimenticios.

Con una media de edad de nuestros voluntarios de 67 años, de la noche

---

*Acudieron estudiantes, desempleados, profesionales en ERE y ERTE y voluntarios de otros colectivos.*

---

a la mañana y para garantizar su salud, fue preciso que el 55% de aquellos cuya edad estaba entre las de mayor riesgo dejaran de acudir

presencialmente, generando un parón en todas las actividades.

Por todos los medios a nuestro alcance solicitamos ayuda. Necesitábamos voluntarios que hicieran posible poder continuar con la actividad diaria del Banco de Alimentos de Madrid, pues la gravedad del momento no nos permitía dejar a las personas sin asistencia. La respuesta fue sorprendente: 172 personas acudieron de manera inmediata a nuestra petición.

El perfil de los voluntarios había cambiado completamente. No era quien después de su vida profesional deseaba dedicar su tiempo a labores sociales, sino que ahora es quien, conociendo que había llegado el momento de ayudar por la emergencia, se ponía a disposición para hacer lo que se precisara, donde hiciera falta.

Estudiantes, desempleados, profesionales afectados por ERE y ERTE, voluntarios de colectivos de protección civil y otros muchos, acudieron a ayudar a los demás, dando así valor a la palabra voluntario en su máxima expresión de la solidaridad que implica el compromiso con las necesidades existentes y con los objetivos de su entorno.

Pasar de atender en periodos punta (abril-mayo del 2020) a 230.376 personas frente a las 154.185 del año 2019. No

*Hemos aprendido que las personas son solidarias y que denominarse «voluntario» no es solo una palabra que suena bien*

poder disponer de la colaboración de las 2.571 personas voluntarias de 110 empresas que el año 2019 participaron con sus programas de responsabilidad social corporativa, frente a 190 de 12 empresas que en el año 2020 colaboró con el Banco de Alimentos de Madrid, ha supuesto un reto de gran magnitud.

Nos reinventamos. Con pocos medios pero con mucho entusiasmo y aplicando la máxima profesionalidad de la que fuimos capaces, pudimos lograr no solo no parar nuestras actividades, sino poder asumir el gran reto social que en pocos días teníamos ante nuestros ojos.

Hemos aprendido que las personas son solidarias, que cuando los objetivos son claros se responde ante la necesidad, que dentro llevamos sentimientos que se abren a ayudar a los demás, que denominarse «voluntario» no es solo una palabra que suena bien y que nos aporta valor ante nuestros círculos cercanos, sino que «voluntario» es quien sabe que debe devolver a los demás algo para mejorar altruistamente el proyecto

vital de personas en exclusión social, mejorando sus condiciones de vida.

Ese compromiso, dedicación, entusiasmo, es el que los voluntarios del Banco de Alimentos de Madrid demuestran en el día a día y son nuestra gran fuerza motora para hacer que nuestro trabajo ayude a los demás. Así lo demostraron cuando llegó el momento de la Gran Recogida en noviembre de 2020, en el que 7.167 voluntarios particulares participaron en el evento. Doce empresas colaboraron con el Programa de Responsabilidad Social Corporativa con 190 voluntarios y otros 727 lo hicieron en operaciones kilo y otros eventos.

No quiero terminar estas palabras sin recordar a todos los compañeros que, desde el inicio del Banco de Alimentos de Madrid, fueron creando esta gran institución. A aquellos durante este año de pandemia, ellos y sus familias, han sufrido por la COVID-19. A los que ya no están con nosotros. Y agradecer a todos los que, a pesar de esta circunstancia, han estado en primera línea, dando todo lo que era necesario, tanto voluntarios como los trabajadores profesionales. Sin ellos nada hubiera sido posible.

Ha sido para mí un privilegio en estas circunstancias haber podido aportar, desde mi puesto en Recursos Humanos, mi empeño en el objetivo de lograr la misión y los valores que esta gran institución tiene.



Personas en ERTE de empresas, voluntarios jóvenes y estudiantes sustituyeron a los voluntarios que tuvieron que quedarse en casa por su avanzada edad.

# La red que contuvo la emergencia

Fernando del Moral, responsable de visitantes, coordinó el entramado de entidades cabecera que cubrió el reparto de alimentos en cada uno de los códigos postales de Madrid

## Fernando del Moral.

Responsable de visitantes.  
Fundación Banco de Alimentos de Madrid.

**D**urante la pandemia de la COVID-19 la actividad ordinaria del Banco de Alimentos de Madrid se vio, como la de tantas familias, empresas y organizaciones, alterada por las medidas sanitarias. Uno de sus procesos clave, las visitas a las entidades que solicitan recibir alimentos, tuvo que ser suspendida por las restricciones médicas cuando más peticiones de ayuda se estaban recibiendo. Fernando del Moral, responsable de los visitantes, tuvo que tirar de ingenio y «muchas horas de trabajo» para reemplazar el proceso habitual por otro más rápido que diese respuesta a la enorme demanda.

Del Moral, 62 años y jubilado, entró en el banco hace ya siete años, cuando un amigo le habló de la función que desarrollaba esta entidad. «Me llamó y explicó la función de los visitantes y me animé», recuerda. Desde entonces ha colaborado con el banco por la «gran satisfacción» que le produce: «Estamos en contacto permanente con las entidades, somos conocedores de la realidad de la sociedad y entiendo que hacemos una buena labor de ayuda a la vez que ganamos conocimiento personal para nosotros».

Los visitantes son los interlocutores entre las entidades que solicitan ayuda al banco y el propio banco. Cada uno de ellos tiene varias entidades asignadas y su función es visitarlas para comprobar que cumplen los requisitos que la organización exige, como que

cuenten con espacios para almacenar los alimentos, y que previamente han declarado mediante documentación. «Pero no se limitan a la función inspectora», apunta Del Moral. «También cumplen con una función asesora, hay que escucharles e intentar solucionar los problemas que puedan tener, sean organizativos o documentales».

Antes de la pandemia, el visitador acudía a la entidad al inicio de la colaboración para realizar un primer informe, y también pasados los seis primeros meses. Después se fijaba una visita anual. Cuando la COVID-19 irrumpe, los visitantes, como el resto de ciudadanos, deben permanecer en casa. Del Moral aclara que esto no quiere decir que dejasen de trabajar, todo lo contrario: «Los visitantes empiezan a colaborar con temas que se pueden realizar con teletrabajo desde casa, se montó un “call center” (centro de recepción de llamadas) para atender la avalancha de peticiones que nos hacían».

Tejieron lo que denominan «un entramado de entidades cabecera», es decir, que por cada código postal decretaron una única entidad. Estas garantizaban que tenían los medios para seguir operativas y así, en lugar de ir a recoger los alimentos al banco, el producto llegaba directamente hasta sus almacenes gracias a la colaboración de la Guardia Real y de varias empresas de transporte que se brindaron de manera desinteresada. Esta red les sirvió para atender la



Fernando del Moral

emergencia en todos los barrios madrileños.

«El periodo de marzo 2020 a junio 2020 fue especialmente caótico personalmente, trabajé desde mi casa todos los días de la semana», recuerda el voluntario. Lo nombraron coordinador de las entidades cabeceras y trabajó estrechamente con Distribución para que los alimentos llegaran a su destino. «Fue un período agotador, de mucha dedicación», subraya, pero matiza que «había que hacerlo porque la situación era tremendamente complicada para las entidades, pero sobre todo para los beneficiarios».

A finales del verano de 2020, con la mejora de la situación sanitaria y una mayor movilidad, se desmontó el entramado de entidades cabeceras y el banco volvió poco a poco a recuperar sus procesos habituales. Sin embargo, el trabajo no mermó, antes de finalizar 2020 tuvieron que realizar 100 visitas a entidades para cumplir con las exigencias del plan de control del Gobierno a las entidades de distribución de alimentos.

Un año y medio después del inicio de la pandemia los visitantes todavía no están al 100 por 100. Han sufrido bajas, pero también nuevas altas. Del Moral se muestra optimista y espera estar completamente normalizados en muy poco tiempo.

# Altas exprés para agilizar la entrega de ayuda

El BAM atendió unas 80 peticiones de asociaciones que demandaban alimentos durante los peores meses de la pandemia

## Juan Benavente.

Responsable de «altas exprés» de entidades benéficas.  
Fundación Banco de Alimentos de Madrid.



**H**ace ocho años Juan Benavente, jubilado de sus obligaciones laborales, decidió colaborar con la sociedad asociándose al Banco de Alimentos de Madrid. Fue a parar al departamento de Altas, sección por la que deben pasar todas las asociaciones y agrupaciones que quieren entrar a formar parte de las entidades beneficiarias de la institución. Aunque había sido oficial de Marina, también había trabajado en una correduría y en una empresa de informática, experiencias que le han ayudado a desempeñar la tarea que le fue encomendada.

Cuando la pandemia de la COVID-19 estalló, Benavente seguía colaborando en este departamento,

con lo que tuvo que enfrentarse a «una avalancha» de peticiones de nuevas altas. La encomienda se complicó todavía más, pues no podían seguir los plazos y requerimientos habituales debido a la excepcionalidad del momento. Hubo que imprimir una celeridad y procesos inusitados.

### ¿Cómo era su día a día en el banco antes de la pandemia?

Las entidades solicitaban por email o teléfono su admisión. Se controlaba por todos los medios posibles que cumpliesen con los criterios que impone el banco y después se les ayudaba en su proceso de alta.

### ¿Y qué ocurre durante la pandemia?

Las entidades antiguas o que estaban en marcha dejan de actuar, tanto por el miedo al contagio como por enfermedades, etcétera. Ellos cierran, pero había una necesidad evidente y había que seguir entregando alimentos, no solo a las personas que ya lo necesitaban, sino a aquellas que empiezan a necesitarlos por los efectos del covid. Había que ponerse en marcha de forma urgente y con los medios que había, que eran menos que antes de la pandemia.

### ¿Cómo proceden entonces?

Buscamos con la máxima intensidad posible información sobre las entidades que nos contactaban, estábamos en continua consulta telefónica con ellas, buscábamos en internet, todo

lo que teníamos al alcance. Se dieron circunstancias especiales, como que, por ejemplo, en una misma calle hasta cuatro entidades nos pedían alimentos. No podemos dar de alta a todas porque tenemos que distribuir los alimentos de la mejor manera posible por diferentes zonas, así que ahí debíamos cuadrar la distribución y hubo que decir a algunas que no.

### ¿Se había enfrentado a algún caso igual en el banco?

Nunca. Siempre surgen casos urgentes, pero eran puntuales. Esto fue una avalancha de solicitudes que nos obligó a currar mucho a todos, no solo altas, sino también distribución, almacén...

### ¿Cómo valora la respuesta del banco?

Muy buena. Pudo ser mejor, seguro, pero abordamos muchos frentes y colaboramos con otras entidades como vicarías o Cruz Roja para atender a miles de situaciones.

### ¿Cómo lo vivió usted personalmente?

Fue estresante, muchas horas pensando en que había que hacer las cosas bien y teníamos medios limitados, pero creo que salió bien. Recibimos más de 80 peticiones de entidades y tan solo dos tuvieron que darse después de baja pasado un tiempo porque no cumplían con los criterios que exige el banco.

# Mercamadrid: entradas esenciales de frutas y hortalizas

**Celia Fernández Alfonso.**

Encargada de almacén de la delegación de Mercamadrid.  
Fundación Banco de Alimentos de Madrid.



## Cómo es el funcionamiento de FBAM en Mercamadrid?

El funcionamiento de esta delegación es muy distinto al de las otras delegaciones. Estamos al lado del mercado central de frutas y hortalizas de Mercamadrid. Es una ubicación

estratégica y privilegiada ya que, al estar cerca de las naves de frutas y hortalizas, somos perfectamente accesibles a todos los posibles donantes de alimentos.

Trabajamos fundamentalmente con producto fresco y, por tanto, perecedero. Las frutas y hortalizas que nos donan se seleccionan y se reparten

el mismo día que se reciben, al día siguiente o, como mucho, a los dos días.

Por otro lado, somos la única delegación de FBAM que reparte alimentos congelados, de gran calidad, sobre todo carne y pescado congelado. Como en las demás delegaciones, trabajamos con pocas personas contratadas y muchas voluntarias.



Mientras las calles estaban vacías, en la delegación del BAM en Mercamadrid continuaba una incesante actividad.

### ¿De qué manera modificó la actividad la llegada de la pandemia?

Antes de la pandemia trabajábamos fundamentalmente con personas voluntarias prejubiladas o jubiladas, algunos de más de 80 años. Con el estallido de la pandemia se decidió que las personas mayores de 55 años no podían venir a colaborar al banco. En nuestro caso particular, nos quedamos sin personas voluntarias de la noche a la mañana. Este problema se solventó rápidamente con ayuda de recursos humanos y, gracias a la buena predisposición de los voluntarios que se incorporaron, la dinámica de trabajo se reestableció a los pocos días.

Al cerrarse la hostelería recibimos una avalancha de alimentos sin precedentes. Pasamos de repartir 132.000 kg de frutas y hortalizas en febrero de 2020 a repartir 424.000 kg en abril. No teníamos prácticamente espacio para almacenar los alimentos ni para poder repartirlos. La dirección de Mercamadrid, que en todo momento nos estuvo apoyando, nos cedió una nave adicional para la clasificación de los alimentos y nos amplió el espacio

de playa para el reparto; incluso teníamos un guarda de seguridad a nuestra disposición.

El número de entidades beneficiarias a las que repartíamos los alimentos también se incrementó considerablemente. Esta actividad frenética duró unos meses. Pasado el verano, la entrada de alimentos fue aminorando.

### ¿Cómo vivieron esta situación las personas que hicieron posible que FBAM siguiera funcionando?

Las personas voluntarias que estuvieron trabajando durante la pandemia eran fundamentalmente jóvenes. Según me comentaban, el poder trabajar en el banco durante ese periodo de tiempo fue para ellas una liberación, no solo porque se sentían útiles, sino también porque era una forma de llenar el tiempo y de poder estar en contacto con otra gente. No olvidemos que en aquellos momentos todo estaba cerrado y que las ofertas de ocio eran prácticamente nulas.

Desde mi punto de vista, ese voluntariado tuvo un gran mérito, tanto por la labor que desempeñó,

como por el valor que mostró al venir a ayudar, a pesar de todos los riesgos de contagio que eso pudiera suponer. Hay que tener en cuenta que al principio de la pandemia no se tenían los conocimientos de la enfermedad que se tienen en la actualidad.

### Después de casi dos años, ¿ha vuelto la normalidad a Mercamadrid?

Han vuelto algunas de las personas que tuvieron que quedarse en casa durante la pandemia; las de mayor

*«Nos quedamos sin personas voluntarias de la noche a la mañana. Con ayuda de recursos humanos y gracias a los voluntarios que se incorporaron, la dinámica de trabajo se reestableció a los pocos días.»*

edad no lo han hecho. Por otro lado, los voluntarios jóvenes que se apuntaron durante el confinamiento han regresado a sus trabajos, han retomado su actividad, a tener ocio... Aquí trabajamos los sábados y durante la pandemia no había ningún sitio a donde ir. Ahora es otra cosa. También se han incorporado personas voluntarias nuevas y se ha contratado a alguna de las que acudieron a hacer voluntariado durante los primeros meses de confinamiento.

La entrada de alimentos también es similar a la que había antes de la pandemia, aunque sería necesario que entraran más alimentos!

Estamos volviendo a la normalidad, si bien seguimos trabajando con mascarillas, ventilando y tomando todas las medidas posibles para evitar los contagios. Hay que tener en cuenta que esto aún no ha terminado.

# Impulsar el voluntariado para asegurar la distribución

## Paquita Navazo.

Encargada del call center y coordinación de voluntariado.  
Fundación Banco de Alimentos de Madrid.



El banco me da vida». Así de rotunda se expresa Francisca Navazo, Paquita para sus compañeros.

Junto al área de RRHH se encarga de la captación de personal voluntario y gestionó la coordinación de unas 600 personas durante los meses de confinamiento. Jubilada de su profesión de enfermera desde hace siete años, asevera que este nuevo trabajo es su medio para estar activa y le satisface ayudar a otras personas. «Además de que somos un grupo –el de la Gran Recogida– que nos llevamos fenomenal», remata.

Durante los meses de confinamiento domiciliario por la COVID-19, el banco se quedó prácticamente sin personas voluntarias permanentes, debido a la normativa vigente de ese momento. Esta situación desembocó en que la mayoría de las tareas se quedaran en el aire, pero no se podía parar. Navazo recibió una llamada de la Directora General para hacerse cargo de la captación de voluntarios durante esta etapa. El objetivo era mantener la distribución de los alimentos a las diferentes entidades benéficas. Para ello, preparó un correo masivo dirigido a toda la base de datos de personas voluntarias en el que pedía ayuda, buscando la colaboración de quienes podían y querían moverse. La rueda empezó a girar.

Unas 600 personas respondieron a su llamamiento y para ellas se preparó un salvoconducto que les permitía moverse por la ciudad. Cada uno dio sus datos personales e informó

de su disponibilidad. Aquí fue imprescindible el trabajo de recursos humanos, de personas como Pilar Dutrús, Chema Martínez y Menchi Ruiz, para organizar diariamente los turnos de los voluntarios dispuestos a colaborar. Sus destinos fueron variados: algunos gestionaron la distribución, otros transportaban los alimentos desde el banco a las entidades, había quienes recogían alimentos incluso a domicilio. La encargada de voluntariado se ríe al recordar que fue tal el trabajo que «había días que eran las diez de la noche y no había hecho la cama».

Muchas personas se acordaron de la organización y se pusieron en contacto con el banco para donar alimentos directamente. ¿El problema? Hacerlos llegar sin salir de casa. «Nos

avisaban porque hacían compras, pero no podían traernos las bolsas. Entonces llamaba al Departamento de Logística y se organizaban para pasar a recogerlas». Los voluntarios pusieron a disposición del banco sus propios coches, también contaron con ayuda de empresas privadas, no solo para el transporte, sino también para otras labores como la de cocinar y preparar los alimentos. Cada día el engranaje de colaboradores se ponía en marcha

*Cada día el engranaje de colaboradores se ponía en marcha de la manera más eficiente posible, ajustando todas las piezas.*



Alrededor de 600 personas respondieron al llamamiento del BAM.



En los almacenes del banco la actividad es constante: de lunes a sábado entran y salen alimentos.

de la manera más eficiente posible, ajustando todas las piezas.

Navazo menciona las llamadas «colas del hambre», que se pudieron ver a través de los medios de comunicación. Recuerda con tristeza las filas de beneficiarios esperando su bolsa de alimentos, pero asegura que esto solo imprimía «energía y motivación» para poder seguir ayudando. Subraya la implicación de tantas personas, desde profesores universitarios a carretilleros, que respondieron al llamamiento: «El banco necesitaba de todo y la mayoría no podíamos salir de casa, la comunidad se volcó en ayudar en todo lo que se podía y más allá».

Aparte de esta labor especial debido a la situación sanitaria y de confinamiento, Navazo acude al banco siempre que puede, más allá de los

días estipulados. Gestiona los correos de voluntarios, con lo que atiende las peticiones de particulares y empresas que quieren saber cómo ayudar. «Casi todos los días entran correos para preguntar qué tienen que hacer para colaborar o de entidades que piden ayuda». Como ella misma resume,

«trabajo en el banco, sobra», porque incluso las tareas aparentemente pequeñas, como lavar los chalecos, son importantes y requieren de una gestión adecuada: «Un año los lavamos cada uno en su casa y fue un desastre, por suerte ahora una lavandería nos ofrece su colaboración».

## Dos maneras de colaborar

El Banco de Alimentos de Madrid tiene dos tipos de voluntariado: permanente –la mayoría de las personas dedican una media de 4 horas durante 3 días a la semana a tareas de captación de otras voluntarias, almacenaje y entrega de alimentos a las entidades beneficiarias– y ocasional –los voluntarios ocasionales son llamados para colaborar en acciones puntuales que requieren de muchas manos, como la Gran Recogida o la Operación Kilo. Colaboran con un turno de 4 horas en alguno de los puntos de recogida de alimentos que se establecen en supermercados y centros comerciales–.

# Gran Recogida

## Gran Recogida 2020: Una campaña diferente condicionada por la pandemia

**Pedro Cañas.**

Director de la Gran Recogida 2020.  
Fundación Banco de Alimentos de Madrid.



La Gran Recogida 2020 es la campaña de recogida de alimentos básicos más importante realizada por nuestra fundación y estuvo condicionada de principio a fin por la pandemia que padecemos.

Lo primero a considerar es que, aunque esta campaña se realiza normalmente a finales de noviembre, es una campaña compleja cuyos preparativos se inician siempre en primavera y surgieron múltiples dificultades ya que estábamos en pleno confinamiento domiciliario.

Acabado el confinamiento se mantuvieron unas medidas de seguridad que incluían un distanciamiento social que nos hicieron ver que esta campaña no se podría hacer del mismo modo que las anteriores. Al mismo tiempo, como las decisiones sanitarias había que ajustarlas en plazos muy cortos en función de la evolución de la pandemia, era imposible saber en qué

situación sanitaria nos encontraríamos en noviembre para adelantar preparativos. Todo era incertidumbre –incluso dudas de si se podría llevar a cabo–.

Por todo ello y valorando todo en su conjunto, se decidió abordar la campaña con voluntarios presenciales en las tiendas –tan importantes en esta campaña– pero pensando en que también se pudiera llevar a cabo si, en el último momento, hubiera sido inviable su presencia física.

La idea fue mantener el mayor distanciamiento físico voluntario-donante, lo que hacía inviable la recogida física de alimentos y sustituirla por la petición de una donación económica en las cajas de los establecimientos. De esa forma solo necesitaríamos voluntarios informativos a las entradas de las tiendas, así podrían actuar con distanciamiento físico y necesitaríamos solo una tercera parte de los voluntarios

habituales. También había que ser conscientes de que no podríamos conseguir tantos voluntarios como en años anteriores. Además, con este planteamiento, si llegado el momento no se hubieran podido desplazar voluntarios a las tiendas por razones sanitarias, también se hubiera podido realizar la campaña, asumiendo que la recogida hubiera sido mucho más reducida al no contar con el apoyo importantísimo de los voluntarios. Adicionalmente, este planteamiento nos permitía mantener la Gran Recogida en todas las tiendas de cada cadena y ampliarla a una semana, en vez de tres días, para dar más oportunidad a las donaciones.

Además, por primera vez, se abrió una segunda vía de donación directa online en nuestra web de Gran Recogida, para todas las personas que se sintieran más cómodos donando de forma directa, abierta durante cuatro semanas.

Así preparamos una campaña bien distinta a las anteriores que además implicaba cambiar gran parte de la forma de trabajar pero que, por otro lado, se hacía más sencilla porque al eliminar la manipulación de alimentos, la logística se simplificaba bastante, ya que no era necesario desplazar contenedores ni bolsas a las tiendas, una reducción importante de los voluntarios necesarios y eliminar la clasificación posterior de los alimentos donados. Sin embargo nos generaba muchas dudas cómo iban a reaccionar los ciudadanos ante una Gran Recogida tan diferente, con menos voluntarios y sin recogida física de alimentos, y si esto afectaría negativamente a las donaciones.

Por otro lado, ya que el buen resultado de la campaña dependía más de las cadenas alimentarias –sin cuya fundamental colaboración no sería posible llevar a cabo la Gran Recogida– y, sobre todo, de la actuación de los empleados de las cajas, era fundamental el diálogo con ellas para conseguir su máximo apoyo. Aunque su logística se simplificó bastante, era muy importante su implicación en la información que transmitieran a sus empleados y también a los clientes, con cartelería y megafonía, para que estuvieran informados del cambio de forma de donación. Este apoyo era complementario a la gran campaña de comunicación realizada por el Banco de Alimentos de

Madrid en las semanas previas para que la ciudadanía estuviera informada del importante cambio de operativa realizada en esta Gran Recogida 2020 y de las dos formas de donación previstas: en las cajas de los establecimientos y online.

El resultado fue muy satisfactorio, una vez más la ciudadanía se volcó de una manera aún más solidaria, si cabe, que en años anteriores contribuyendo con sus generosas donaciones a que nuestros almacenes no se vaciaran en momentos de tanta necesidad como los provocados por la crisis de la COVID-19, cuyos efectos aún hoy padecemos. Y es probable que esta nueva forma de actuar se mantenga en el tiempo con las mejoras que se vayan introduciendo.



Por primera vez, la Gran Recogida se hizo mediante donaciones económicas.



La labor de las personas voluntarias en la Gran Recogida sigue siendo imprescindible para su éxito.



FBAM, WCK, la administración pública, bomberos y personas voluntarias trabajaron coordinadamente.

# World Central Kitchen (WCK) «Alimentando emergencias» en tiempos de coronavirus

## Mila Benito.

Directora de Marketing y Comunicación.  
Fundación Banco de Alimentos de Madrid.

**15** de marzo de 2020: se decreta el estado de alarma en España y el confinamiento, que se prolongó hasta el 21 de junio. Fue entonces cuando en la Fundación Banco de Alimentos de Madrid (FBAM)

supimos que nos enfrentábamos a dificultades sin precedentes que nos ponían muy difícil seguir atendiendo a los 140.000 beneficiarios a quienes distribuíamos una comida diaria y cubrir las necesidades de las entidades benéficas a través de las cuales

realizamos habitualmente la distribución de alimentos.

La situación sanitaria en España era ya grave: 4.209 personas contagiadas y 120 fallecidas. La Comunidad de Madrid estuvo, desde el principio, especialmente afectada.

Las limitaciones de movimiento decretadas y la restricción de la actividad laboral presencial, excepto actividades esenciales, tuvieron impacto inmediato en nuestro trabajo: muchos comedores sociales y sus cocinas dejaron de funcionar; ni las entidades ni nuestra propia organización disponían de voluntarios suficientes ya que la mayoría se confinaron, por razones de edad, para preservar su salud. Las donaciones bajaron hasta un 80% y nuestro sistema habitual de distribución de alimentos –sin cocinar y recogidos en nuestros almacenes por las entidades sociales– no era suficiente para atender una demanda de ayuda cada vez mayor. Recibíamos una media de más de 100 peticiones diarias en aquel primer momento. Con el cese de la actividad laboral, nuevos grupos de personas que hasta entonces no habían necesitado ayuda, empezaron a necesitarla. El número de personas reclamando ayuda no paró de crecer a partir de entonces y aún hoy hoy mantenemos la misma cifra de personas atendidas con la que cerramos el año 2020: casi 190.000.

En marzo recibimos la llamada de Javier García, confundador con el chef José Andrés de World Central Kitchen (WCK), organización que lleva más de diez años alimentando a la población de medio mundo en situaciones de emergencia. Ofrecían su inestimable ayuda: cocinar menús para las personas que más los necesitaban y no podían recibirlos. Lo primero que nos solicitó fue información: querían conocer la situación real de la necesidad: los problemas, las «zonas calientes». Éramos conscientes de que el hambre no espera y había que moverse con rapidez. El contexto era muy complejo pero contábamos con dos ventajas: la experiencia de WCK en este tipo de operaciones de emergencia en todo el mundo y el conocimiento que desde la FBAM teníamos de la situación real –somos

un gran observatorio social en la Comunidad de Madrid–. Se estableció también contacto con el área de servicios sociales del Ayuntamiento de Madrid.

Al día siguiente mantuvimos una primera reunión telemática con Javier García y con personas de nuestra Fundación –principalmente del área de distribución– en primera línea de atención a entidades benéficas. A partir de esa reunión comenzó un trabajo de equipo perfectamente organizado: la Fundación Banco de Alimentos de Madrid identificaba a diario el número de menús necesarios y qué entidades de reparto y comedores necesitaban recibirlos, emitíamos vía telemática los pedidos y de vuelta, cada noche, recibíamos confirmación y asignación de número menús a cada cocina y chef participante desde WCK.

La primera cocina comenzó elaborando unos 800 menús diarios. Después se fueron sumando otras y WCK llegó a poner en marcha una macro cocina en Santa Eugenia con la chef Carla Hoyos, que viajó desde Miami para atender la emergencia de Madrid. En una semana todo rodaba perfectamente. El pulso de la necesidad y de la situación «de la calle» y la coordinación con las entidades sociales la aportaba el BAM, WCK junto a los chefs la elaboración de los menús, todo ello coordinado con Servicios Sociales. Fue también importante la colaboración de entidades como Correos, Glovo o los bomberos que, junto a los voluntarios que se sumaron, hicieron posible la distribución de los menús.

Para evitar la gran tensión de algunas entidades benéficas, se crearon «entidades cabecera» para atender el aumento de personas que no podían acudir a entidades cerradas o con menor capacidad de atender en los distritos más afectados.

Desde la FBAM facilitamos contactos en otras ciudades y WCK extendió su ayuda por toda España.

---

*La ayuda de WCK se extendió por toda España hasta llegar a 40 ciudades y más de 200 chefs comprometidos. 3.000.000 de comidas servidas en total –1.500.000 de ellas en Madrid.*

---

Empezó por Barcelona y Valencia hasta llegar a 40 ciudades y más de 200 chefs comprometidos. 3.000.000 de comidas servidas en total –1.500.000 de ellas en Madrid, de las cuáles más de 770.000 se distribuyeron con la gestión de la FBAM–.

El proyecto de WCK no se limitó al tiempo más duro de la pandemia: seguimos recibiendo su ayuda hasta el 24 de diciembre 2020, fecha en la que se sirvieron menús navideños para que las personas en pobreza disfrutaran de una noche especial. También actuaron cuando «Filomena» dejó su huella, facilitando 15.000 comidas en una semana.

WCK tiene hoy establecida en Madrid su sede europea, su centro base para dar respuesta a situaciones de emergencia en Europa –al cierre de esta revista, aún están ofreciendo ayuda en la isla de la Palma–.

En declaraciones de Javier García, su experiencia en España ha sido muy positiva: «por haber podido coordinar tantos chefs e instituciones para ir todos a una y en poco tiempo. Es lo que sabemos hacer y lo que seguiremos haciendo. Es cuestión de conocer los recursos de una sociedad y ponerlos a funcionar con un objetivo. Y lo hemos conseguido».

Estamos profundamente agradecidos al chef José Andrés, Javier García y a todo su equipo de WCK, por su apoyo a España elaborando menús para los más afectados por la pandemia. Gracias a ellos se consiguió dar seguridad alimentaria a muchas personas en los momentos de mayor necesidad. Y muy orgullosos de haber podido formar parte de su proyecto.

# Ayudas para construir un modelo de gestión más eficiente y digitalizado al servicio de los colectivos más afectados

**¿Hasta qué punto las empresas, en general, han reforzado su compromiso para conseguir un impacto social positivo en sus entornos que favorezca las condiciones de vida de las personas más vulnerables?**

La respuesta de las empresas ante la pandemia ha resultado ejemplar. Además de que en todas las organizaciones grandes, medianas y pequeñas, la primera preocupación ha sido la salud y el bienestar de sus trabajadores y la continuidad del negocio, mi impresión es que se ha acentuado ese compromiso con las necesidades de la sociedad. La COVID-19 ha supuesto una crisis sanitaria, económica y social de enormes dimensiones que también ha impactado, especialmente en sus vertientes económica y social, en los colectivos más vulnerables, y ha generado que la respuesta del sector privado haya resultado imprescindible para paliar sus efectos, sumada a la actuación del sector público y del sector social. Así, hemos visto la adaptación de los procesos productivos para fabricar respiradores, la puesta a disposición de las autoridades de los proveedores de material sanitario o las donaciones económicas.

**En el caso de KPMG y desde marzo de 2020, ¿hubo un cambio en el planteamiento de sus políticas sociales y de RSC o se reforzaron programas y políticas ya existentes? ¿Cuáles son los pilares de sus actuaciones y programas de ayuda?**

Nuestras prioridades de actuación van dirigidas a la formación de aquellos colectivos que lo tienen más difícil, principalmente jóvenes en riesgo de exclusión, para mejorar su empleabilidad, y la transformación del Tercer Sector, y sin duda la pandemia nos exigió tomar dos decisiones rápidas; la primera, transformar a formato online nuestras iniciativas formativas; y la segunda, trabajar con los colectivos más afectados por la COVID-19, lo que nos llevó a poner en marcha proyectos de apoyo y acompañamiento a personas mayores y a trabajar con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid para contribuir a paliar las necesidades básicas de los grupos más vulnerables ante esta situación extraordinaria.

**La colaboración de KPMG con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid ha sido clave para poder afrontar el impacto que la crisis también provocó en la organización. ¿Cuáles son las razones por las que colaboraron**

**con esta Fundación y en qué ha consistido?**

La Fundación Banco de Alimentos de Madrid ha sido una de las entidades que ha jugado un papel protagonista sobre todo durante las semanas más duras de la pandemia. Su función, organización y garantía de suministro ha resultado básica para que cientos de familias pudieran recibir esos alimentos que no conseguían de ninguna otra entidad.

Es una entidad muy reconocida y con unos principios y modelo de gestión con los que nos sentimos muy identificados. No es fácil gestionar el banco en una situación de tensión como la que ha vivido durante tantos meses y con un equipo de voluntarios. Su labor tiene un enorme mérito y estamos muy orgullosos de haber podido trabajar con ellos.

Comenzamos en el primer momento solicitando colaboración urgente a nuestros clientes, bien aportando fondos o con productos y servicios que nos ayudaran a cubrir las necesidades prioritarias, en un momento en el que las redes de protección social estaban desbordadas, y poco a poco fuimos llevando esa contribución hacia un proyecto más estratégico, transformando el modelo de compras del banco y sus procesos de negociación con los principales proveedores de alimentos



básicos. A partir de ese momento, pudimos conocer al excelente equipo del banco y nuestra contribución se ha mantenido, trabajando en la transformación hacia un modelo aún más eficiente y digitalizado.

**¿Cómo ha sido la involucración de sus profesionales? ¿Qué les ha aportado colaborar con una entidad del Tercer Sector durante la crisis de la COVID-19?**

Nuestros profesionales son extraordinarios y su disposición a participar en todas las líneas de colaboración con el banco fue absoluta desde el primer momento. Organizamos un equipo de trabajo que lideraba nuestro entonces consejero delegado y hoy presidente, Juanjo Cano, que monitorizaba de manera constante las gestiones con los clientes y el impacto conseguido, y que ha contribuido aportando un valor de más de 250.000 € en horas de trabajo.

Adicionalmente, como empresa de servicios, lo que sabemos hacer mejor es transformar la realidad. La realidad de nuestros clientes, adelantándonos a sus necesidades y ayudándoles a mejorar; y esas mismas capacidades y ese mismo compromiso es el que ponemos en nuestra labor de contribuir a la transformación de nuestra sociedad. Ese es el espíritu con el que trabajan nuestros voluntarios.

**¿Hasta qué punto serán importantes a partir de ahora las alianzas entre empresas privadas, administraciones y Tercer Sector? ¿Hasta qué punto van a ser necesarias de cara a reducir la brecha social?**



Pedro León

En mi opinión, resulta imprescindible redefinir el modelo de colaboración entre el sector público, el privado y el social. Esta crisis ha demostrado que los sistemas públicos de protección no son suficientes y que el papel de las entidades sociales es insustituible, igual que la contribución, cada vez más comprometida, de las empresas.

Solo si los tres sectores trabajan en la misma dirección, superando prejuicios y aportando cada uno de ellos lo que mejor sabe hacer, conseguiremos avanzar hacia la sociedad más justa y equitativa que todos queremos.

**Pedro León Francia**

*Director de la Fundación KPMG*

*Fundación Telefónica*

## «La responsabilidad actual de las empresas está en seguir ayudando para que nadie quede atrás»

**J**untos somos más fuertes y juntos podemos ayudar a muchas más personas. Por eso, desde Fundación Telefónica y desde todo el grupo, asumimos la responsabilidad de dar lo mejor a la sociedad y estar al lado de las organizaciones sociales ante una situación extraordinaria.

Todos recordamos cuando nos decían que a Italia había llegado el virus y cómo de repente lo teníamos aquí, cómo nuestra vida cambió en una semana de marzo en la que de repente nos vimos en casa, con nuestras rutinas cambiadas, nuestra forma de trabajar o estudiar alteradas y, lo que es peor, con muchas personas a las que en ese momento les hizo vulnerables o aún más vulnerables social, económica e incluso emocionalmente.

Las empresas, las fundaciones privadas y todos los que tenemos un papel relevante en el tejido socioeconómico teníamos que responder, estar por encima de las circunstancias y ejercer nuestra responsabilidad acorde a lo extraordinario de la situación. Sin duda, Telefónica como empresa tenía claro que la responsabilidad de hacer que un mundo de repente casi 100% virtual funcionara dependía de nosotros. Ese era el reto a la vez que nosotros mismos nos adaptábamos: hacer de la tecnología y de las redes un elemento clave para dar continuidad a una situación no esperada, pero



Carlos Palacios

para la que sí estábamos preparados. Teníamos que hacer llegar las posibilidades de trabajo, estudio, producción, ocio, comunicación, etc., a todos. Hoy podemos decir que superamos el reto.

Lo cierto es que este reto nos hizo ser aún más conscientes de que había gente que se podía quedar atrás, que no estaba preparada o no tenía los medios para esta adopción digital tan tremenda, y aquí nos vino el segundo reto: la inclusión digital. La Fundación Telefónica toma este reto como propio y la forma de afrontarlo fue poner todo el conocimiento de la propia compañía, de las personas voluntarias y los programas de formación propios de la fundación a disposición de los más vulnerables, ayudando en la consecución también de equipos, donándolos a las administraciones. Este «volcado» de conocimiento nos sirvió para ayudar a personas a adquirir competencias digitales que les ayudaran en una forma de trabajar y unas necesidades laborales distintas, a formar a docentes, trabajadores sociales y alumnado en cómo gestionar el conocimiento educativo y la intervención social de

manera digital, cómo usar nuevas herramientas y sobre todo desarrollar formas distintas de afrontar la educación.

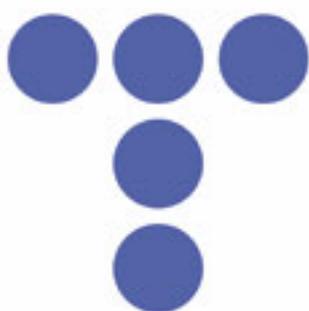
Pero todo esto lo estábamos viviendo y haciendo mientras gente perdía su trabajo, moría, estaba sola, tenía necesidades básicas sin cubrir y las cifras nos alarmaban... Por eso, el gran reto que nos trajo esta pandemia fue estar a la altura del reto humano. Lo hicimos trayendo material sanitario, ayudando financieramente al montaje de hospitales, pero sobre todo con nuestros empleados volcados como voluntarios en tres grandes hitos: apoyar a quienes están solos, trasladar a través de la tecnología las iniciativas solidarias, y apoyar a quienes no tenían para comer. Para todo ello considerábamos que había que aliarse con los mejores, y sin duda la Fundación Banco de Alimentos de Madrid tenía que ser nuestra socia. Pudimos poner en marcha «Alimentando Solidaridad», la mayor campaña de donación de los empleados del grupo en sus 96 años de historia: más de 8.000 profesionales donaron sus cheques de comida alcanzando casi un

millón de euros; por otra parte, la gran capacidad de movilización de FBAM nos permitió tener personal voluntario conjuntamente cocinando y repartiendo comida desde nuestra instalaciones centrales.

Esta movilización fue posible gracias a la flexibilidad de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid, pero sobre todo a su capacidad de sensibilizar a nuestros empleados, de movilizarlos mostrándoles una situación y una forma de atenderla que les ha llegado al corazón. Ahora, además de darles las gracias, nos toca seguir haciendo ver la realidad pospandemia. Que nadie olvide que hay gente que aún necesita mucha ayuda y que la labor de FBAM continúa y sigue necesitando de la solidaridad de todos. La responsabilidad actual de las empresas, y de nosotros como fundación, está ahora en seguir ayudando bajo el compromiso de que nadie quede atrás cuando el virus sea solo un mal recuerdo.

**Carlos Palacios García**

*Responsable de Acción social  
y Voluntariado de Fundación Telefónica*



# Fundación Telefónica

*Banco Santander*

# Más de 180 millones de kilos de alimentos para ayudar a más de 560.000 familias en situación de vulnerabilidad

**¿Cuáles son sus objetivos a nivel de RSC y a qué tipo de proyectos han dirigido sus ayudas y colaboraciones con el Tercer Sector, especialmente desde marzo 2020, para paliar los efectos de esta crisis?**

En Banco Santander siempre hemos sido conscientes de que tenemos la responsabilidad de apoyar a la sociedad ayudando a empresas, comunidades y personas de todo el mundo a abordar los desafíos mundiales a los que nos enfrentamos. En 2020 la pandemia nos obligó a enfrentarnos a otro reto, una crisis económica que están padeciendo millones de personas. Nosotros hemos apoyado como entidad financiera un crecimiento inclusivo y más sostenible en todo el mundo. También movilizamos importantes recursos para ayudar a las autoridades sanitarias y a numerosas entidades del tercer sector.

**¿Hasta qué punto quienes trabajan en su organización se han involucrado en la puesta en marcha desarrollo de programas y proyectos de RSC, y de qué manera lo han hecho?**

Contribuimos a los esfuerzos globales para luchar contra la COVID-19 movilizando más de 100 millones de euros que se destinaron a compra de material sanitario,

proyectos de investigación médica y ayudas para colectivos vulnerables y en riesgo de exclusión, entre los que pudimos volver a colaborar con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid (FBAM), que hizo una magnífica labor.

**¿Existen programas de voluntariado dentro de la organización? ¿Cómo funciona, en líneas generales, y cuál es su misión?**

Tenemos un programa de Voluntariado Corporativo que fomenta el espíritu de equipo y el compromiso con causas sociales de las comunidades en las que estamos presentes. Para ello se anima, dinamiza y da a conocer la participación de los empleados en numerosas iniciativas sociales, desde proyectos medioambientales como «Santander Natura», educación financiera que impartimos con nuestro programa «Finanzas para Mortales», y por supuesto, la participación en las iniciativas de los bancos de alimentos.

**Su entidad colabora con diferentes entidades del Tercer Sector. Una de ellas es la Fundación Banco de Alimentos de Madrid. ¿Desde cuándo mantienen esta colaboración y qué acciones han llevado a cabo con ella?**

La colaboración entre Banco Santander y el Banco de Alimentos de Madrid comenzó en julio de 2013 para promover las actividades de voluntariado corporativo en los bancos de alimentos. En septiembre de ese año, FBAM dedicó una calle de su plataforma logística al Banco Santander. Aquellas primeras reuniones con el Banco de Alimentos de Madrid fueron el comienzo de una fructífera colaboración en la que, cada año, todas las direcciones territoriales impulsan la colaboración de voluntarios Santander con los bancos de alimentos de diferentes provincias, que conforman la Federación Española de Bancos de Alimentos, en sus iniciativas de recogida y clasificación de alimentos, con un importante broche anual: la Gran Recogida.

Desde el inicio de esta colaboración, gracias a Banco Santander se han recogido más de 180 millones de kilos de alimentos no perecederos, que han permitido ayudar a más de 560.000 personas en situación de vulnerabilidad. Más de 6.000 voluntarios Santander han participado en este proyecto, logrando implicar a sus familiares y amigos en esta causa para que la alimentación, una primera necesidad, no sea un problema en el día a día de las familias sin recursos.



**¿Cómo se valora dentro de su compañía esta colaboración con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid?**

Nuestra valoración siempre ha sido muy positiva. Nos gusta tener en septiembre, al comenzar el curso escolar, un desayuno de trabajo con el equipo de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid en el que

---

*La colaboración entre Santander y FBAM comenzó hace 8 años, en los que 6.000 personas voluntarias de la entidad financiera se han implicado para acabar con el hambre.*

---

revisamos los proyectos y vemos nuevas posibilidades de colaboración, son siempre reuniones muy cordiales y muy productivas. Estamos deseando volver a reunirnos físicamente en cuanto las restricciones por la COVID-19 nos lo permitan.

**Luis Monge Lozano**

Director de sostenibilidad

## El hambre aumentó en todo el mundo durante 2020.

Alrededor de 118 millones de personas más que en 2019 se enfrentaron a no tener qué comer; según el informe *El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2021*, realizado por FAO, FIDA, OMS, PMA y UNICEF. Incluso en América del Norte y Europa, las regiones con las tasas más bajas de inseguridad alimentaria, ha aumentado por vez primera. En España, la inseguridad alimentaria severa pasó de afectar al 1,1% de la población al 1,8% y la moderada, del 7,1% a casi el 9%.

En la Comunidad de Madrid se ha vivido la misma tendencia: ha crecido en un 53% el número de personas que están en Privación Material Severa. Afecta al 6,9% de la población de la comunidad, es decir, a 466.667, según el último Estudio de la EAPN (*Estudio de la Pobreza, Seguimiento del indicador de pobreza y exclusión social en España 2008-2020*).

*Nazca Capital*

# Estrategia de RSC para generar impacto positivo en el entorno



## ¿Qué impacto ha tenido la crisis provocada por la COVID-19 en Nazca como organización y en las empresas de vuestra cartera? ¿Qué cambios habéis abordado para enfrentar la situación?

Evidentemente, el impacto ha sido grande. En Nazca llevamos más de 20 años invirtiendo en pequeñas y medianas empresas españolas. Por lo tanto, nuestro negocio se basa, en gran medida, en las relaciones interpersonales. Además, a través de nuestra cartera, operamos en un gran número de sectores, algunos de los cuales se han visto impactados de manera relevante por las medidas adoptadas desde comienzos de la pandemia. El confinamiento domiciliario inicial, las restricciones a la movilidad, la limitación de aforos, el parón del turismo y otras medidas similares, aunque esenciales para proteger la salud de todos, han planteado importantes retos a nuestras participadas que, afortunadamente, hemos sido capaces de superar.

Los cambios adoptados para hacer frente a esta situación han sido múltiples y cambiantes en función del momento concreto de la pandemia al que nos referimos: en marzo de 2020 tuvimos que priorizar el «ahora», centrándonos en apoyar a nuestros empleados, clientes y proveedores, mientras que adoptábamos medidas que nos permitieran estabilizar los ingresos

y garantizar la seguridad de nuestros empleados. De la noche a la mañana diseñamos planes de teletrabajo en todas nuestras compañías, reorganizamos nuestras estructuras de costes e implementamos medidas para garantizar la continuidad de nuestra actividad empresarial.

Más adelante llegaron nuevos desafíos –la gestión de los ERTE y las tensiones de liquidez en los sectores más afectados, la búsqueda de nuevas fuentes de financiación, cambios repentinos en la demanda, etc. Todos esos retos los superamos con éxito gracias a la capacidad de trabajo, solvencia y profesionalidad de nuestros equipos directivos, así como a una gran agilidad en la toma y ejecución de nuestras decisiones.

Ahora, nuestros directivos están empezando a dirigir su atención hacia el futuro, hacia un periodo de recuperación económica impredecible en el que tendremos que hacer frente a nuevas amenazas, pero también veremos importantes oportunidades competitivas. Nuestras compañías están inmersas en planes de reinversión. La pandemia ha acelerado exponencialmente los procesos de transformación digital a los que, por suerte, en Nazca llevábamos tiempo prestando atención. Vemos esta nueva etapa como una oportunidad para que nuestras compañías continúen desarrollando aquellas capacidades en las que otras desearían haber

invertido antes: ser más digitales, más *data-driven*, contar con estructuras de costes más variables, agilizar y automatizar los procesos y ser fuertes en e-commerce y ciberseguridad. Todo ello en un entorno en el que para asegurar la continuidad de nuestras empresas consideramos fundamental establecer estrategias a largo plazo, aplicar las lecciones aprendidas estos últimos meses y preparar a nuestras compañías para dar respuesta a una demanda en constante evolución.

## ¿Hasta qué punto será importante establecer alianzas entre el sector privado, público y Tercer Sector de cara a generar programas de ayuda que impulsen el desarrollo económico del país y de las personas más vulnerables?

La crisis de la COVID-19 ha disparado el número de personas que viven en riesgo de pobreza o exclusión social en nuestro país hasta niveles nunca antes vistos. Además, los datos demuestran que la pandemia se ha cebado con las personas más vulnerables, aumentando considerablemente la brecha social. Iniciativas como la aprobación de los ERTE, el Ingreso Mínimo Vital y las ayudas familiares han permitido capear el temporal en los peores momentos de la pandemia, pero es evidente que son medidas insuficientes para poner freno al incremento de la pobreza en



España.

Necesitamos un plan de recuperación que involucre a los tres sectores mencionados (el sector privado, el sector público y el Tercer Sector) y que se centre en crear un tejido productivo fuerte y competitivo, con un pacto estable por el empleo, que apueste por la tecnología y la innovación, y que ponga a disposición de las empresas medidas que fomenten la creación de empleo de calidad y que haga posible incorporar a muchas más personas al mercado laboral.

**La relación de Nazca Capital con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid es muy estrecha y se ha desarrollado a lo largo de los años. ¿Por qué colabora con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid? ¿En qué beneficia a su organización esta colaboración?**

Efectivamente, mantenemos desde hace casi 10 años una estrecha colaboración con el Banco de Alimentos de Madrid, y esto es algo que nos hace estar particularmente orgullosos de nuestra firma. Esta iniciativa forma parte de nuestra política de responsabilidad social corporativa, una herramienta con la buscamos generar un impacto positivo en el entorno. Somos conscientes de la posición privilegiada que ocupa en este proceso de cambio el sector del capital riesgo por su permanente interacción con la empresa, por su capacidad de generar acciones de manera proactiva y por su capacidad de influencia en el tejido empresarial español. Esto se percibe de igual manera por nuestros inversores, cuyo nivel de exigencia en términos de inversión responsable y RSC es cada vez mayor.

**Catalina Chalbaud Castellanos**

*Head of Legal*

# «Ha sido emocionante ver la generosidad de muchas personas y el sobreesfuerzo de muchos»

## ¿Cómo vivieron el año COVID-19 desde BBVA Asset Management?

Durante el confinamiento y también en el proceso de desescalada, muchas veces nos sentimos preocupados y con miedo, viviendo momentos difíciles sin poder estar cerca de nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo... pero también hemos visto, en medio de las dificultades y de este duro contexto, muchas iniciativas, propuesta de soluciones, visión positiva, compañerismo y confianza en el otro, fortalezas muy importantes que conforman una base sólida para que afrontemos el futuro con optimismo.

## ¿En qué momento se plantearon colaborar con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid (FBAM)?

En BBVA Asset Management creemos firmemente que **la inversión sostenible es clave para el crecimiento inclusivo y la lucha contra la desigualdad**, ya que permite colocar capital en empresas sociales y otras estructuras con la intención de crear beneficios sociales y medioambientales más allá del rendimiento financiero. De la mano de nuestros clientes, participamos activamente en este crecimiento inclusivo a través de las donaciones a proyectos solidarios que buscan mejorar la sociedad. **El impacto positivo en la sociedad es parte de nuestra estrategia de sostenibilidad.**

Hace 3 años lanzamos la convocatoria solidaria BBVA Futuro Sostenible ISR, una iniciativa que tiene como objetivo mostrar el compromiso del banco con la sociedad, **y un ejemplo de cómo un producto puede ser rentable, sostenible y contribuir a mejorar la sociedad, gracias a la involucración de los clientes.** Creemos que es posible invertir con el objetivo de **sacar un rendimiento a tus ahorros a la vez que ayudas a crear un mundo más verde e inclusivo.**

BBVA Futuro Sostenible ISR es un fondo de inversión socialmente responsable que invierte en activos financieros aplicando criterios de inversión sostenible. El fondo destina un 25% de la comisión anual de gestión a proyectos sociales. La dotación en premios asciende a 1 millón de euros.

Este año han participado 172 organizaciones. De los 23 proyectos ganadores, 12 giran en torno a la dependencia, mayores y salud; siete proyectos están dedicados a la inclusión social, y cuatro proyectos a protección y mejora del medio ambiente.

FBAM ha sido una de estas ONG ganadoras en la edición de 2021 en la categoría de inclusión social de la zona centro. Pero no son nuevos conocidos para nosotros. En la convocatoria de 2020 conseguimos instalar una cámara mixta que permite la conservación de alimentos

refrigerados y congelados en la Delegación Sur Metropolitano del Banco de Alimentos de Madrid, en Alcorcón, gracias a esta convocatoria solidaria.

## ¿Cómo fue esta colaboración?

El Banco de Alimentos de Madrid distribuye una media de 80-90 toneladas de alimentos cada día por toda la Comunidad de Madrid. Con motivo de la pandemia por COVID-19 se ha convertido en un referente de ayuda y atención por emergencia alimentaria para miles de personas. A finales de 2019 atendía a 154.000 personas y durante los meses de pandemia en 2020 ha atendido a más de 230.000 personas, la mayoría derivadas por Servicios Sociales del Ayuntamiento de Madrid y de la Comunidad de Madrid.

El objetivo de este proyecto es la compra de un furgón híbrido gas + gasolina isoterma, etiqueta ECO medioambiental, que permita recoger alimentos no refrigerados y también alimentos que precisen frío, así como alimentos congelados. Con este proyecto se pretenden dos cosas: potenciar las recogidas de alimentos de todo tipo y ser más sostenibles, más eficientes y respetuosos con el medio ambiente. Este combustible alternativo contribuye a mejorar la calidad del aire, en especial en las zonas urbanas, ya que reduce en un 68% las emisiones de NOx y un 15% las de CO<sub>2</sub>.



La donación fue destinada al 100% a la adquisición del vehículo furgón ecológico que recoja alimentos refrigerados y/o congelados permitiendo suministrar más alimentos ricos en proteínas como la carne y pescado congelados, para completar la dieta. La capacidad del furgón es de una tonelada. Está previsto un desplazamiento mínimo al día, con lo que se espera alcanzar una meta de 20 toneladas como mínimo al mes., más de 200 toneladas al año.

### ¿Qué resaltarían del año COVID?

2020 lo recordaremos como el año en el que las pantallas se convirtieron en nuestra principal forma de comunicarnos y palabras como: «cuarentena», «distancia social», «videoconferencia» o «gel hidroalcohólico»... pasaron a formar parte de nuestro día a día. Más allá de los cambios en nuestras rutinas, una de las cosas más destacadas es que la intensidad de la situación consiguió sacar lo

mejor de todos. Ha sido realmente emocionante ver la generosidad de muchas personas y también encomiable el sobreesfuerzo de muchos. El gran espíritu solidario de toda la sociedad que emerge en los momentos difíciles es la clave en BBVA, donde tenemos claro que solo así, trabajando juntos y como un solo equipo, somos capaces de salir adelante.

**Luis Megías**

CEO de BBVA Asset Management

# Llegamos al corazón de la sociedad de la mano de organizaciones de confianza

## ¿Cómo ha afectado la crisis provocada por la COVID-19 al desarrollo de su negocio?

Desde el inicio de la pandemia, Barclays ha ido evolucionando para adaptarse a la situación cambiante provocada por la COVID-19 y a las circunstancias de sus clientes. Por ello, en Barclays hemos desarrollado e implementado diversas iniciativas con el fin de asistir a los clientes más duramente afectados por la pandemia.

Por ejemplo, en el punto álgido de la pandemia, Barclays ofreció acceso a financiación y apoyo adicional a sus clientes con el fin de ayudarles a superar los retos y la incertidumbre generada por el coronavirus. Esto incluye desde programas de financiación de deuda hasta préstamos por interrupción de actividades de negocio.

## Dentro de sus políticas sociales, han colaborado estrechamente con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid. ¿Qué importancia tiene dentro de su organización esta colaboración y en qué consistió la ayuda?

Barclays tiene el compromiso de ayudar a sus clientes, empleados y la



comunidad a sobrellevar esta crisis social y medioambiental causada por el COVID-19 que no tiene precedentes.

A través del paquete Barclays' £100m COVID-19 Community Aid Package, el banco ha colaborado con organizaciones benéficas que están dando un apoyo vital en comunidades vulnerables en todo el mundo.

En España, Banco de Alimentos de Madrid fue una de las dos organizaciones con las que hemos colaborado. Esta colaboración ha ayudado en la distribución de alimentos esenciales a más de 200 familias al mes durante la pandemia en los momentos en los que había más necesidad. El conocimiento que entidades como Banco de Alimentos de Madrid tiene sobre las necesidades de las personas durante la crisis ha sido crucial a la hora de distribuir estas ayudas COVID-19.

## Barclays colabora con ONG de confianza en todo el mundo. ¿Por qué eligieron a la Fundación Banco de Alimentos de Madrid como una de las beneficiarias de sus ayudas?

Barclays se ha aliado con organizaciones benéficas de confianza que están teniendo un impacto positivo en nuestras comunidades, ayudando a las personas que han sido más duramente golpeadas por la pandemia. Nuestra colaboración con BAM es un ejemplo de ello.

Uno de los principales objetivos de nuestras colaboraciones es ayudar a las comunidades en las que operamos a hacer frente a la crisis social y económica causada por la COVID-19 y hemos trabajado en identificar colaboradores que verdaderamente tienen un

impacto positivo en las regiones en las que estamos presentes. Por ello, seleccionamos a la Fundación Banco de Alimentos de Madrid no solo por ser un referente en el sector, sino también por su crucial suministro de alimentos durante la pandemia, repartiendo comida diariamente a alrededor de 190.000 personas necesitadas, de las cuales 9.000 son niños, durante la pandemia.

## ¿En qué otros aspectos de RSC se enfoca Barclays?

Creemos que una economía fuerte e inclusiva es una economía mejor para todos.

Una población activa, vibrante y calificada asegura que los negocios puedan prosperar y que las personas, junto a sus familias y la comunidad en general, puedan alcanzar una independencia y una seguridad financiera.

Trabajamos con colaboradores con experiencia, expertos en empleabilidad, para construir programas innovadores que dan como resultado un impacto positivo a largo plazo.

Nuestros compañeros desempeñan un papel fundamental ayudando a Barclays a alcanzar su compromiso de conseguir que 250.000 personas encuentren un empleo para 2022. El 40% de compañeros en Barclays España hicieron voluntariado en nuestras actividades Citizenship en 2020.

Para saber más sobre nuestras actividades, visite [home.barclays/society/investing-in-our-communities/](http://home.barclays/society/investing-in-our-communities/)

**Álvaro Portanet**

CEO de Barclays España y responsable de Mercados para el Sur de Europa



**NCS**<sup>+</sup>  
CONSULTORÍA TECNOLÓGICA

**25**  
AÑOS

[WWW.NCS-SPAIN.COM](http://WWW.NCS-SPAIN.COM)

JTI

## Un banco de dignidad y esperanza para miles de familias

**E**xisten muy pocos sectores que no hayan sufrido el impacto terrible de la pandemia que estamos atravesando. A pesar de las dificultades, en JTI nos sentimos satisfechos por haber conseguido mantener las inversiones previstas en España y los puestos de trabajo y, por

supuesto, por haber podido **salvaguardar los compromisos que mantenemos con entidades sociales como la Fundación Banco de Alimentos de Madrid.**

Su trabajo durante la pandemia ha sido fundamental para sostener a miles de familias que se han visto afectadas por la pobreza, el desempleo y la exclusión social, y como sociedad



nunca estaremos suficientemente agradecidos a todas las personas y voluntarios que han dedicado su tiempo de manera desinteresada a hacerlo posible.

Hace más de una década que JTI colabora con el banco de alimentos apoyando su infatigable labor de mitigar desigualdades y proveer del sostenimiento básico a las personas y familias más desfavorecidas. Junto a ellos hemos vivido momentos inolvidables, recorriendo primero las obras de lo que sería su nuevo centro de distribución de alimentos para dar un mejor servicio en la zona sur de Madrid y después en numerosas acciones solidarias y operaciones kilo. En este sentido, para JTI resulta especialmente enriquecedor no limitar nuestra contribución a donaciones económicas puntuales sino complementarlas con acciones de voluntariado corporativo donde nuestros propios empleados puedan participar y aportar también su granito de arena.

«Como compañía queremos facilitar oportunidades a los empleados que desean contribuir con su tiempo y capacidades a mejorar la vida de las personas que más lo necesitan».



Marta Lobo

Convencidos de ello, al margen del tiempo personal que nuestros colaboradores quieran dedicar a fines sociales, la compañía les ofrece una bolsa de horas **laborales para realizar voluntariado**, tiempo que nos gustaría ir incrementando en el futuro. En 2019, por ejemplo, se pusieron en marcha 20 actividades dirigidas a distintos colectivos en riesgo de exclusión social, en las que participaron 412 empleados de toda Iberia, y se dedicaron **1.145 horas al voluntariado**. Durante el último año y medio, dada la situación sanitaria, hemos diseñado un **Plan de Voluntariado Virtual** adaptado a la nueva normalidad, que ofrece alternativas al voluntariado presencial. En definitiva, como compañía queremos facilitar oportunidades a aquellos empleados que desean contribuir con su tiempo y capacidades a mejorar la vida de las personas que más lo necesitan.

Todos los indicadores económicos evidencian que la pandemia ha disparado la pobreza en España y **elevado la desigualdad con 800.000 nuevos pobres**. Una realidad tan incontestable debe movernos a todos a la acción y para JTI es un enorme privilegio poder hacerlo de la mano de entidades tan comprometidas y con una trayectoria tan solvente como **la Fundación Banco de Alimentos de Madrid**.

Sirvan estas palabras de gratitud y reconocimiento a todos los voluntarios que cada día ponen su tiempo, ganas y corazón al servicio de este gran proyecto que ha sido y es una tabla de salvación para miles de familias en España.

**Marta Lobo**

*Directora de Asuntos Corporativos  
y Comunicación de Japan Tobacco  
International (JTI) Iberia*

## Aprovechar alimentos aptos para el consumo humano, evitando su desperdicio, nos ayuda a paliar desigualdades.

Somos el 7º país de la UE que más alimentos desperdicia: 7,7 millones de toneladas al año. El impacto económico de este desperdicio es de 12.000 millones de euros al año.

Entre un 30% y un 50% de los alimentos comestibles acaba desechado. Según el desglose del Ministerio, el desperdicio se produce:

- Un 42% en los hogares
- Un 39% en la fase de fabricación
- Un 14% en la restauración
- Un 5% en la distribución

Fuente: Panel de cuantificación del desperdicio Alimentario. Ministerio de Agricultura, Pesca y alimentación

La Fundación Banco de Alimentos de Madrid recuperó en 2020 más de 11 millones de kilos de alimentos.



## El Corte Inglés

# «Lo virtual ha llegado para quedarse»

**¿Qué impacto ha tenido la crisis provocada por la COVID-19 en El Corte Inglés? ¿Qué dificultades y a qué retos se han enfrentado y qué grandes cambios en su manera de operar han abordado para adaptarse a la situación tan complicada provocada por la pandemia?**

Sin duda hay un antes y un después en todas las empresas españolas con respecto a la pandemia de la COVID-19. En un plazo breve de tiempo hubo que reinventarse y buscar fórmulas alternativas que nos permitieran seguir con nuestro trabajo y así aportar nuestro grano de arena a paliar los efectos en la ciudadanía de la situación tan extraordinaria que vivimos. En nuestro caso apostamos fuertemente por la omnicanalidad, así como por el sentido de la responsabilidad de nuestros empleados, que supieron entender la situación a la perfección y se adaptaron para que todo siguiera funcionando de la mejor manera posible.

**La crisis sanitaria ha traído consigo una crisis económica sin precedentes que ha dejado a muchas personas en situación de riesgo o exclusión social. ¿Cómo ha afectado a las políticas de RSC de su empresa? ¿Hubo cambios ante esta nueva situación? ¿Cuáles son las directrices o programas que lleváis a cabo desde la compañía en materia de RSC especialmente en este periodo 2020-2021 afectado por la crisis de la COVID-19?**

El año 2020 ha sido un año difícil para todos. Desde El Corte Inglés pusimos todo nuestro empeño en ponernos a disposición de la

ciudadanía y en poner de manifiesto la motivación que nos empuja a ayudar a la comunidad y al entorno donde nos encontramos. Así, colaboramos con todas las instituciones públicas (gobierno central, autonómicos y ayuntamientos) en todo el territorio nacional, y especialmente en aquellas localidades que más sufrieron el efecto de la pandemia, todo ello sin dejar de lado el resto de compromisos sociales que veníamos desarrollando en años anteriores.

**La relación de El Corte Inglés con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid es muy estrecha y se ha desarrollado a lo largo de los años. ¿Cómo valora el trabajo de esta entidad y la relación de colaboración que mantienen con ella? ¿En qué se ha concretado dicha colaboración en 2020 y 2021 y de qué manera revierte en un beneficio para las personas más vulnerables?**

Para nosotros la Fundación Banco de Alimentos de Madrid es un aliado estratégico desde hace muchos años. Con la pandemia del año pasado entendimos claramente que había que hacer algo y pusimos en marcha una fórmula nueva e innovadora, la aportación virtual, que funcionó muy bien. Nuestros clientes y empleados viven con ilusión las operaciones kilo y especialmente la Gran Recogida



de los bancos de alimentos. Nos enorgullece decir que cada año superamos nuestras expectativas y confiamos en que así siga siendo.

**¿Cuáles son los retos a los que tendremos que enfrentarnos en esta era post covid y qué aprendizajes positivos hemos extraído de cara a futuro?**

En mi opinión, todo lo virtual ha llegado para quedarse, y las empresas debemos tomar nota y apostar porque ambos mundos –físico y virtual– convivan. En El Corte Inglés creemos firmemente en ello.

Lucas Urquijo

Responsabilidad Social Corporativa

de El Corte Inglés

# El Corte Inglés

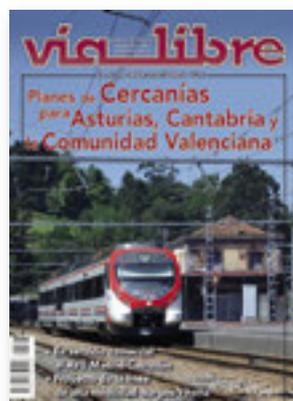
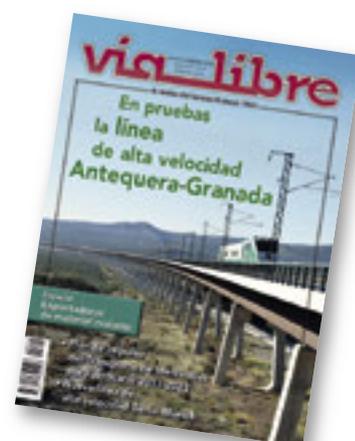
# Colaboramos con el Banco de Alimentos de Madrid, dando VÍA LIBRE a la solidaridad

# vía libre

la revista del ferrocarril desde 1964



Disponible también  
para móvil,  
ordenador y  
tablet



[vialibre@vlibre.org](mailto:vialibre@vlibre.org)  
911 511 025  
[www.vialibre.org](http://www.vialibre.org)

## Ahorramas

# Ahorramas, la necesidad de lo esencial

**L**a crisis provocada por la COVID-19 ha supuesto, sin lugar a duda, la aparición de nuevos retos sociales. En este contexto, en Ahorramas hemos tenido la oportunidad de mostrar directamente nuestro compromiso con la sociedad, siendo parte importante de la solución y actuando de manera absolutamente entregada para mejorar al máximo, en la medida de lo posible, la situación generada por la pandemia.

---

*Gracias a nuestros clientes, se recaudó más de un millón de euros para la compra de alimentos de primera necesidad.*

---

Durante todo este tiempo hemos centrado nuestros esfuerzos en garantizar, por un lado, a nivel interno, el cumplimiento de la normativa

surgida a raíz de este nuevo escenario, haciéndola extensiva a todos nuestros responsables de forma clara y concisa para su aplicación y velando por el mantenimiento de la seguridad y la salud de nuestros empleados en sus puestos de trabajo, a través de la implantación de diversas medidas de prevención y mitigación de los impactos provocados por el virus.

Especialmente durante 2020 nuestra compañía desempeñó un papel muy activo en su relación con la ciudadanía,



extendiendo y ampliando su colaboración social a través de diversas iniciativas como la que llevamos a cabo con el Banco de Alimentos de Madrid. Por cada inscripción que se realizó para participar en la «Carrera virtual de la San Silvestre 2020», Ahorramas donó un kilo de productos de primera necesidad para las personas más vulnerables. El total de la donación bajo esta iniciativa ascendió a 35.653 kg.

Por otro lado, desde nuestras tiendas llevamos a cabo la Gran Recogida que, con motivo de la pandemia, para evitar la manipulación, la entrega y la recogida de alimentos, se llevó a cabo mediante la donación de dinero en caja al realizar la compra. Gracias a nuestros clientes, se recaudó más de un millón de euros para dedicarlos a la compra de alimentos de primera necesidad, gestionados por el Banco de Alimentos de Madrid.

En esta línea de colaboración destacamos también nuestra ayuda, por un lado, a hospitales de la Comunidad de Madrid y Castilla-La Mancha con kits de avituallamiento para el personal sanitario y, por otro, a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado con la donación de kits de protección y desinfección.

### Nuestros clientes

Una vez identificadas las tareas susceptibles de posible contacto con el virus, implantamos en nuestras tiendas el uso obligatorio de mascarillas, la distancia de seguridad entre personas, el límite de aforo, la señalización para la correcta circulación, la limpieza frecuente de los sistemas de purificación del aire y la instalación de estaciones de gel desinfectante y pantallas de protección. Todo ello para garantizar la máxima seguridad a nuestros clientes.

Decidimos dar un paso más y en mayo de 2020 pusimos en marcha un servicio de compra telefónica con el fin de suministrar alimentos al colectivo de personas mayores de 65



años para evitar sus desplazamientos a nuestros puntos de venta y protegerlos de los contagios ocasionados por la COVID-19. Este servicio fue muy bien recibido y valorado por nuestros clientes, hasta tal punto que atendimos casi 9.000 pedidos.

Además de cubrir las necesidades de nuestros mayores, en Ahorramas hemos llevado a cabo cambios en nuestro modelo de negocio para poder cubrir el incremento de demanda de todos los consumidores a través del servicio a domicilio, que fue utilizado en 2020 por un 22% más de clientes que en el ejercicio anterior.

Nuestro esfuerzo y compromiso fue reconocido con la Medalla de Plata de la Comunidad de Madrid, durante el acto de celebración de la Fiesta del 2 de Mayo, en reconocimiento a nuestra labor diaria esencial a favor de la sociedad y en representación del colectivo integrado por las cajeras y cajeros de establecimientos comerciales.

### Nuestros trabajadores

La compañía, como es natural, ha tenido que hacer frente a los riesgos e impactos generados en la salud y la seguridad de los trabajadores como consecuencia de la pandemia. Nuestro objetivo en todo momento consistió en minimizar al máximo sus efectos,

estableciendo las medidas necesarias indicadas por las autoridades sanitarias y asegurando el funcionamiento de la actividad para abastecer de bienes de primera necesidad a la población.

Para ello, nuestros trabajadores han tenido siempre a su disposición mascarillas, gel hidroalcohólico, gafas de seguridad, guantes desechables y pantallas faciales. Además, priorizamos el teletrabajo para las personas especialmente sensibles o identificadas como vulnerables, así como a las mayores de 60 años y a aquellas con hijos menores de 12 hasta la normalización del sistema escolar. En este sentido, pusimos a su disposición el plan MECUIDA, con el objetivo de facilitar la modificación de sus jornadas y horarios a fin de compatibilizarlos con sus obligaciones familiares.

### Ahorramas, con el Banco de Alimentos de Madrid

Desde la gran familia de Ahorramas, formada por nuestros clientes y nuestros trabajadores, queremos reconocer la importantísima labor social que el Banco de Alimentos de Madrid viene desarrollando desde hace 26 años y el orgullo que supone para nosotros colaborar en su lucha contra el hambre, la pobreza y el desperdicio de alimentos.



Durante 2020, Mercadona donó más de 870 toneladas de alimentos a entidades sociales de la Comunidad de Madrid.

*Mercadona*

## «Es en los momentos excepcionales cuando surgen las personas excepcionales»

**E**l año 2020 fue sin duda uno de los años que en Mercadona no olvidaremos. La llegada de la pandemia supuso para nosotros la necesidad de realizar un notable esfuerzo para contribuir a que nuestros «*jefes*», que es como llamamos a los clientes en la compañía, pudieran encontrar nuestras tiendas funcionando con la mayor normalidad posible. Y, a la vez, intentar ayudar y devolver a la sociedad todo lo que recibimos de

ella, en forma de donaciones y colaboraciones con entidades sociales.

Durante 2020, Mercadona donó más de 870 toneladas de alimentos a comedores sociales, bancos de alimentos y otras entidades benéficas de la Comunidad de Madrid o, lo que es lo mismo, el equivalente a más de 14.500 carros de la compra. Esta cantidad significa un aumento del 115% de las aportaciones de alimentos y otros productos a entidades sociales

respecto al año anterior. Este dato da cuenta de la enorme crisis sanitaria, y económica también, que ha supuesto la pandemia, y cómo empresas como Mercadona tuvieron que volcarse, además de en gestionar la empresa en una situación excepcional, en no olvidarse de quienes más lo necesitan.

Sin la colaboración de estas entidades y del capital humano que hay detrás de ellas, no hubiera sido posible que la ayuda llegara a

quien más la necesitaba. Voluntarios y trabajadores que, en unas circunstancias tan complicadas, antepusieron el servicio a los demás a sus miedos y sus necesidades personales. Desde Mercadona reconocemos su esfuerzo y admiramos el gran servicio que han prestado a los más necesitados.

*Especialmente emotiva para Mercadona fue la donación que realizamos en marzo de 2020, en colaboración con FBAM, al hospital de campaña de Ifema, símbolo en aquellos momentos de la situación más dura y crítica que se estaba viviendo en nuestra comunidad.*

Especialmente emotiva para Mercadona fue la donación que realizamos en marzo de 2020, en colaboración con el Banco de Alimentos de Madrid, al hospital de campaña de Ifema, símbolo en aquellos momentos de la situación

más dura y crítica que se estaba viviendo en nuestra comunidad. Mercadona puso en aquel momento a disposición del hospital productos de primera necesidad como agua, zumos, leche o batidos, para colaborar y ayudar en la excepcional situación provocada por la expansión del coronavirus, en unos momentos en los que Madrid estaba siendo golpeada con especial virulencia por la pandemia.

Hace ya varios años que nos acercamos al Banco de Alimentos de Madrid con el ánimo de buscar una colaboración conjunta que aportase algo a la inestimable labor que desarrollan ayudando a los más desfavorecidos de la sociedad madrileña y que tan satisfactoria ha resultado para nosotros. A lo largo del 2020, Mercadona, siendo consciente de la crisis económica y del aumento de peticiones de ayuda al Banco de Alimentos, realizó donaciones periódicas a esta entidad superando las 80 toneladas de productos de primera necesidad. Paralelamente, junto con nuestros proveedores y toda la cadena agroalimentaria, nos enfrentamos día a día al reto de que «nada parara» y que nuestros supermercados estuvieran

funcionando con la mayor normalidad posible.

Todos los días intentamos que los lineales tuvieran todos los productos necesarios para permitir que nuestros «jefes», que es como en Mercadona llamamos a nuestros clientes, pudieran realizar la compra con la mayor normalidad posible. Eso no hubiera sido posible sin el esfuerzo de nuestros proveedores que, de manera incansable, se esforzaron para que las cadenas de producción no pararan, y también, y hay que reconocerlo de manera explícita, de nuestros trabajadores. Fueron ellos los que cada día fueron a la tienda, levantaron la persiana y pusieron una sonrisa a todos los jefes. Como ha dicho el presidente de Mercadona, Juan Roig, «es en los momentos excepcionales cuando surgen las personas excepcionales, que con su esfuerzo y capacidad de superación, han gestionado las diferentes olas de incertidumbre a las que nos hemos enfrentado».

**Iván Díaz Crespo**

*Relaciones Externas de Mercadona  
en la Comunidad de Madrid*

## La misión del Banco de Alimentos de Madrid consiste en:

- Conseguir gratuitamente alimentos y distribuirlos, también gratuitamente, a entidades benéficas legalmente reconocidas que asisten a las personas más desfavorecidas de la Comunidad de Madrid.
- Luchar contra el despilfarro, recuperando excedentes en origen, y el desperdicio, en las fases finales de comercialización, contribuyendo a la sostenibilidad. Evitamos la destrucción de los alimentos y las emisiones de CO<sub>2</sub>, promoviendo la economía circular.
- Concienciar especialmente a niños, adolescentes y jóvenes sobre vulnerabilidad social, carencias alimentarias e importancia de su contribución para ayudar a las personas necesitadas y evitar el desperdicio.

Unide

90 años

unide

# Unide, 90 años comprometidos con lo que más importa

**E**n Unide nos enorgullece sentirnos parte de una cooperativa que trabaja, desde hace 90 años, con la responsabilidad y el compromiso de contribuir al desarrollo y crecimiento de nuestra comunidad. Por eso, en una situación como la actual, que está siendo especialmente difícil para muchas familias, desde Unide queremos estar más cerca de ellas.

Colaborar cada año en acciones solidarias como la Gran Recogida de Alimentos, organizada por la Federación de Bancos de Alimentos de España, nos brinda la oportunidad de ayudar a aquellos que más lo necesitan. En un año como 2020, la determinación en momentos difíciles, así como la apuesta por el trabajo en equipo, fueron aspectos fundamentales que nos ayudaron a conseguir unos excelentes resultados que queremos seguir mejorando año tras año.

Somos conscientes de que, aún contentos con lo conseguido, no es suficiente y debemos ser constantes. Si reflexionamos sobre la dimensión de las amenazas a las que nos enfrentamos, tanto previas como derivadas de la pandemia, entenderemos que combatirlas nunca será una labor fácil y que pretender erradicarlas, no es posible sin la suma de gran cantidad acciones y aún más esfuerzos durante mucho tiempo. Se trata de problemas globales cuyas posibles soluciones nos implican necesariamente a todos.

Desde nuestra condición cooperativa, entendemos y compartimos el valor del trabajo

*La determinación en momentos difíciles, así como la apuesta por el trabajo en equipo, fueron aspectos fundamentales en 2020.*

conjunto para alcanzar metas mayores. Esta visión siempre nos ha guiado, siendo nuestra forma de afrontar el

presente y el futuro con optimismo. Por eso, este tipo de acciones siempre contarán con nuestro apoyo y colaboración, ya que estamos convencidos de su importancia e impacto positivo en la sociedad, reforzando el compromiso que adquirimos hace noventa años con lo que más importa, las personas.

**Miguel Ángel Avendaño**

Jefe de Marketing de Unide



9 años



comprometidos  
con lo que  
más importa



unide

mejor y más cerca

Siemens Gamesa

## Ayudar a las comunidades en las que estamos presentes es formar parte activa de ellas

**L**egó la COVID-19 y cambió todo... ¡De repente! Todos tuvimos que adaptarnos y tomar decisiones con extremada rapidez. Lo primero fue cómo proteger para evitar contagios y salvar vidas y, desde los departamentos de ayuda social de las empresas, como el nuestro de Compromiso Social de Siemens Gamesa, nos lanzamos a cambiar estrategias y a pedir fondos extraordinarios. No podíamos abandonar los proyectos comprometidos y en marcha, pero teníamos que enfocarnos todo lo posible en ayudar con respiradores, guantes, mascarillas, batas... Y pronto llegaron también las enormes necesidades básicas de comida, ropa... La principal batalla fue encontrar proveedores (estaban todos saturados) y la segunda, no menos importante, la logística de distribución. Estamos enfocados, como la mayoría de empresas e instituciones, en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas para cumplir con la Agenda 2030, concretamente en combatir la pobreza, impulsar la formación tecnológica y proteger el medio ambiente. Es una estrategia muy definida y muy pensada, después de analizar la situación y demandas actuales y nuestro sector. Queríamos también que las ayudas estuvieran en cierto modo ligadas al ADN de la empresa: por un lado nuestras comunidades y, por otro, la naturaleza,



Inauguración de la cámara frigorífica en la delegación del Corredor del Henares del Banco de Alimentos de Madrid.

el mar y la tierra, gracias a los cuales nos es posible implantar nuestro negocio. Es también una manera de devolver lo que la sociedad y el planeta nos da. Entre otras cosas decidimos lanzar una edición especial COVID del programa Impact Project.

*Las compañías que no estén comprometidas con la sociedad, van a perder paulatinamente posiciones en sus rankings y no van a poder tener liderazgo en su sector*

Se trata de pedir a los empleados de la compañía que propongan proyectos para ayudar a las comunidades en las que estamos presentes, una manera de formar parte activa y necesaria de la sociedad con la que convivimos. Un jurado presidido por el CEO de la compañía elige los proyectos ganadores hasta cubrir los presupuestos. Dentro de los objetivos de esta edición especial estaba todo lo relacionado con ayudar a combatir los efectos de la COVID y uno de ellos es claramente el aumento de la pobreza y la escasez de alimentos. Entre los 55 proyectos que recibimos, en 22 países, uno de los 16 seleccionados fue el de proporcionar una cámara-frigorífica al Banco de

Alimentos de Madrid. Y estamos muy orgullosos por haber podido hacer una realidad que se construya este proyecto: cada día 180.000 personas necesitadas de Madrid tienen alimentos frescos gracias a esta iniciativa.

La cámara fue inaugurada el 26 de mayo de 2021 en la delegación Corredor del Henares del Banco de Alimentos de Madrid con presencia de los máximos representantes de la institución, así como el director de Recursos Humanos y la directora de Compromiso Social de Siemens Gamesa.

Convencidos de que las empresas tenemos que contribuir a la mejora social y del planeta, desde Siemens Gamesa tenemos un firme compromiso a largo plazo con las comunidades en las que estamos. Para llevarlo a cabo hace dos años se creó el departamento de Compromiso Social. Seguiremos ayudando en la medida de nuestras posibilidades porque sabemos que las instituciones y los individuos

solos, no pueden. Estudiamos también fórmulas de cooperación en proyectos con otras empresas porque el ámbito de la ayuda social es un ámbito para sumar, no para competir.

Afortunadamente este compromiso de ayuda social desde las empresas está cada vez más arraigado y está empezando a ser exigido por inversores, clientes, proveedores, socios, instituciones e, incluso, los empleados. Las compañías que no estén comprometidas con la sociedad, van a perder paulatinamente posiciones en sus rankings y no van a poder tener liderazgo en su sector. Se

trata de una corriente que ha venido para quedarse y debemos alegrarnos muchísimo de ello.

Aquí os dejo el link a nuestra plataforma digital donde podéis ver todas las actividades que estamos desarrollando para ayudar a la sociedad: <https://socialcommitment.siemensgamesa.com/>

#SiemensGamesaComprometida  
#CombatiendoLaPobreza

**María Cortina**

*Directora de Compromiso Social  
de Siemens Gamesa*

Supported by

**SIEMENS Gamesa**  
RENEWABLE ENERGY



Visita del Director de Recursos Humanos y la Directora de Compromiso Social de Siemens Gamesa al BAM.

CESCE

## «Las empresas deben ser un catalizador del progreso social»



Fernando Salazar

*«Todo el mundo puede verse en una situación de necesidad en algún momento de su vida»*

**E**ra lunes, 30 de marzo de 2020. Aún hacía frío y España llevaba un par de semanas inmersa en pleno confinamiento. Había una parálisis generalizada en todo el planeta y los medios de comunicación empezaron a destapar una cruda realidad: la imagen de decenas de personas formando largas colas para recibir un plato de comida. Estaba ocurriendo aquí mismo, delante de nuestros ojos, y la noticia removi6 por dentro a miles de ciudadanos. Entre ellos, Fernando Salazar, presidente ejecutivo de la aseguradora CESCE desde hace más de tres años.

Días atrás, la Fundación Banco de Alimentos de Madrid (FBAM) había lanzado una petición urgente: las reservas de la entidad solidaria habían caído un 80% y sólo tenían stock para unos pocos meses más. El directivo madrileño, muy sensibilizado con las causas sociales, entendió enseguida que había que moverse rápido y accion6 la palanca solidaria.

**¿Cómo afect6 la pandemia a la empresa? ¿Cuáles fueron los momentos más difíciles y qué aprendizajes han obtenido de la crisis?**

La «maquinaria CESCE» reaccion6 de inmediato para ayudar al pa6s. En solo tres d6as, dise6amos la L6nea



*«Las buenas empresas se construyen con una dosis de humanidad»*

extraordinaria CESCE COVID-19 de apoyo a las empresas; el 99% de nuestra plantilla se acogió al teletrabajo e iniciamos varias campañas de emergencia solidaria.

El trabajo en equipo y nuestra agilidad fueron, quizás, los aspectos más positivos de aquellos días. Pero también hubo momentos duros, como la pérdida de compañeros, familiares y amigos por la COVID-19. Una de las lecciones que sacamos de esta pandemia es, sin duda, que debemos valorar todo lo que hemos logrado, actuando de manera generosa, porque todo el mundo puede verse en una situación de necesidad en algún momento de su vida.

### **Háblenos de la importancia de los programas de RSC para CESCE. ¿Han aumentado con la llegada de la COVID-19?**

CESCE destina el 0,7% de sus beneficios netos a proyectos solidarios. La pandemia nos llevó a reorientar nuestras acciones hacia la lucha contra el virus. Pusimos en marcha más de 20 iniciativas empresariales y solidarias, como la adhesión a la mayor póliza sanitaria de la historia, gestionada por UNESPA; la donación entre CESCE y su filial Informa D&B de 20.000 guantes biológicos para personal de seguridad y emergencias; el apoyo a la investigación o el voluntariado

telefónico para acompañar a personas con discapacidad psíquica y personas mayores.

### **¿Cuáles son los motivos de CESCE para colaborar con FBAM? ¿Cómo fue esa colaboración? ¿Se plantean que continúe en un futuro?**

Colaboramos con FBAM desde hace más de 10 años. En 2020, impulsamos nuestra campaña «Operación Kilo de Emergencia CESCE COVID-19» bajo el lema «Tú aportas un kilo, CESCE aporta otro», y la compañía igualó las aportaciones de sus empleados hasta lograr 8 toneladas de productos. En diciembre, lanzamos la 10ª edición de nuestra «CESCE Operación Kilo» y conseguimos otras 16,5 toneladas. En total, en 2020, logramos reunir 24,5 toneladas de productos para FBAM.

Creemos que las buenas empresas se construyen con una dosis de humanidad y, por ello, nuestra colaboración va a continuar. De hecho, en mayo de 2021 lanzamos una nueva «Operación Kilo de Emergencia CESCE COVID-19» y conseguimos 5,2 toneladas. Y el próximo

*«Nuestras vidas pueden cambiar de la noche a la mañana, todos estamos en el "bombo" y, por eso, es imprescindible contar con entidades y recursos capaces de tender una mano a los más necesitados»*

*«El trabajo de FBAM y de todo su equipo es, sencillamente, un ejemplo a seguir»*

mes de diciembre organizaremos la 11ª edición de «CESCE Operación Kilo». Además, hemos contribuido a la mejora de las infraestructuras del banco al adquirir una carretilla eléctrica con plataforma para manipulación y prestar apoyo para la climatización de una sala de almacenamiento del centro de Alcorcón.

### **¿Valoración del trabajo de FBAM**

Hay una realidad innegable: nuestras vidas pueden cambiar de la noche a la mañana. Todos estamos en el «bombo» y es imprescindible contar con entidades y recursos capaces de tender una mano a los más necesitados. El trabajo de FBAM es, sencillamente, un ejemplo a seguir.

### **¿Han colaborado con otras entidades de carácter social?**

Colaboramos asiduamente con entidades sociales para ayudar, por ejemplo, a personas con capacidades diferentes, niños con cáncer y cardiopatías, personas mayores, mujeres y jóvenes estudiantes. De hecho, nuestro lema es «Hacemos Valor Responsable». Forma parte de nuestro ADN y de nuestra visión de las empresas como un catalizador del progreso social.

**Fernando Salazar**

Presidente ejecutivo de CESCE

ICAI

# Un reto de innovación. Modelo teórico para evitar el despilfarro y la destrucción de alimentos y fomentar la donación



Alejandro González

**E**n un mundo tan complejo como el actual, uno de los principales **retos estratégicos** a los que se enfrentan nuestras organizaciones es la digitalización. Experiencias digitales en nuestros móviles, algoritmos e inteligencia artificial que predice comportamientos futuros u otras muchas tecnologías exponenciales están redefiniendo nuestra sociedad a pasos acelerados; y el Tercer Sector no es ajeno a este cambio.

¿Cómo será la logística inteligente del futuro? ¿Qué tendencias *foodtech* impactarán en el sector alimentario español? ¿Cómo un banco de alimentos podría capturar las **oportunidades** que brindará la digitalización?

## El reto de la innovación

Al inicio del pasado año escolar, desde la Universidad Pontificia Comillas ICAI-ICADE tuvimos la oportunidad de colaborar con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid para dar respuestas a algunas de estas preguntas, proponiendo un **reto de innovación** a más de 130 estudiantes de máster universitario en Ingeniería Industrial e Ingeniería de Telecomunicaciones. Un reto sobre el que se desarrollaron más de cuarenta ideas de base innovadora

para acelerar un viaje de digitalización alineado al propósito de la fundación: concienciar a la sociedad y promover su solidaridad frente a los problemas originados por el hambre, el paro, el abandono familiar, el despilfarro de alimentos y, en general, de la falta de los recursos necesarios para tener una vida conforme a la dignidad humana.

El reto de innovación propuesto a los estudiantes, y establecido desde la FBAM, era muy claro: evitar el despilfarro y la destrucción de los alimentos fomentando la donación entre los diferentes públicos objetivos –potenciales donantes en toda la cadena de alimentación– y acelerar el proceso de **digitalización** del banco. Tras una ponencia inicial de su Directora General a los estudiantes que les permitió conocer mejor la Fundación, los participantes

rápidamente comenzaron a trabajar en equipo para resolver dicho reto a través de la estrategia, la tecnología y los negocios digitales.

Gracias al trabajo conjunto de los profesionales del BAM e ICAI, los estudiantes trabajaron codo a codo durante cuatro meses para generar ideas innovadoras para una organización del prestigio del Banco de Alimentos de Madrid, en un momento tan sensible como el actual. En Comillas ICAI buscamos desarrollar futuros profesionales que aporten **valor con valores**, y así ha sido en este interesante reto a través de una alta implicación de más de cien futuros ingenieros e ingenieras.

Nelson Mandela dijo una vez que «la educación es el arma más poderosa para cambiar el mundo», y como no podría ser de otra manera, así lo concebimos en el entorno universitario en general, y en la Universidad Pontificia Comillas ICAI-ICADE en particular.

## Más de cuarenta proyectos presentados

Como resultado de todo este trabajo, surgieron muchas y muy diversas oportunidades de digitalización para el BAM, las cuales se podrían clasificar en tres grupos:

---

*«Se desarrollaron más de cuarenta ideas de base innovadora para acelerar un viaje de digitalización alineado al propósito de la fundación: concienciar a la sociedad y promover su solidaridad».*

---

- Oportunidades relacionadas con las **donaciones**, incentivando comportamientos responsables tanto en los consumidores (donación desde aplicaciones móviles, redondeos inteligentes...) como en los comercios (sistemas de certificados...).
- Oportunidades relacionadas con la **logística**, proponiendo nuevos modelos de distribución entre particulares o sistemas para optimizar los puntos de recogida de alimentos.
- Oportunidades relacionadas con los **datos** y la inteligencia

artificial, proponiendo una nueva generación de algoritmos para predecir situaciones potenciales de donación de alimentos hasta ahora no cubiertas en comercios y plataformas logísticas.

Tras un proceso de deliberación conjunto entre el BAM e ICAI, el ganador final del reto fue el proyecto *BAMlogística*. Un proyecto realizado por Marta V., Patricia G., Cristina E. y Pablo R. con el objetivo de redefinir el proceso logístico de donaciones particulares y envío a los almacenes a través de códigos

QR, aplicaciones móviles y procesos automatizados.

Como dijo el científico Alan Key, «la mejor forma de predecir el futuro es inventarlo», y en esa línea agradecemos al Banco de Alimentos de Madrid la oportunidad de trabajar **El Reto** de una manera conjunta, creando el espacio necesario para que los estudiantes hayan aportado su granito de arena en el viaje de digitalización de su fundación.

**Alejandro González San Román**

*Profesor de estrategia en ICAI*



Escuela Técnica Superior de Ingeniería (Comillas ICAI).

*acens*

# Colaboración para desarrollar soluciones tecnológicas en la nube que mejoren el mundo



José Cerdán

**T**odo trabajo, por corriente que sea, es importante en la medida en que contribuye a mejorar el mundo. En acens llevamos más de veinte años ayudando a autónomos y pymes a adaptarse tecnológicamente a las exigencias del mercado y sus clientes, y somos conscientes de que nuestro trabajo tiene un enorme impacto. Pero marzo de 2020 fue, también para nosotros, un revulsivo como compañía. La pandemia

ha supuesto la constatación del protagonismo adquirido por el mundo digital y tecnológico en nuestras vidas.

Como compañía tecnológica que se dedica precisamente al desarrollo de soluciones en la nube para autónomos y pymes, no tuvimos problemas en adaptarnos a la nueva situación de trabajo en remoto. Para nosotros el mayor reto ha sido dar el soporte que necesitaba cada uno de esos autónomos y pymes

para continuar con su negocio de la manera más rápida y efectiva posibles. Lanzamos programas de ayudas a las empresas: nuestro equipo de trabajo se esforzó al máximo ante la urgencia de la situación de muchas empresas que veían cómo su actividad se estaba viendo afectada por el confinamiento al no poder seguir ofreciendo sus servicios de forma física. Y estando inmersos en esta vorágine de cambios recibimos una llamada de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid, que nos ofreció acompañarlos en uno de los retos con mayor impacto social que hemos tenido la oportunidad de afrontar: su digitalización. Pensar en una organización cuya operativa es básicamente presencial, con contenedores a las salidas de los supermercados y voluntarios repartiendo bolsas y captando gente que quiera colaborar, suponía todo un reto para poder continuar su labor de reparto de alimentos entre los más vulnerables.

Descubrimos la inmensa labor de una entidad como la Fundación Banco de Alimentos de Madrid, que la mueven 408 personas con una media de edad de 63 años, todas voluntarias y



*El mundo digital no ha sido la solución frente a todos los problemas y dramáticas situaciones que nos ha dejado la COVID-19 pero ha permitido amortiguar los efectos del confinamiento.*

que mensualmente reparten 2 millones de kilos de alimentos. Esto les obliga a disponer de una gran infraestructura y de una organización compleja como ocurre con muchas otras empresas. En marzo de 2020 y con el confinamiento de fondo, la demanda de personas pidiendo alimentos había crecido en un 40%, y los voluntarios que pertenecían a la población de riesgo estaban confinados en sus casas. A todo ello se le sumaba la dificultad de trabajar sin estar digitalizados y, ahí, es donde desde acens podíamos ayudarles.

No podían trabajar si no estaban conectados. Les prestamos nuestra ayuda con soluciones y herramientas, cursos de formación acens.com y con nuestro «voluntariado tecnológico acens», un equipo de personas que dedicó, y dedica, su tiempo para acompañar al gran equipo humano de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid en su digitalización y hacerles más fácil su adaptación al entorno de trabajo en remoto.

Desgraciadamente el mundo digital no ha sido la solución frente a todos los problemas y dramáticas situaciones que nos ha dejado la COVID-19 pero sin duda ha permitido amortiguar los efectos del confinamiento. Nos ha facilitado la comunicación con nuestros seres queridos e, incluso, transformado la manera en la que nos comunicamos con ellos a través de las videollamadas individuales o grupales. Y, por supuesto, ha sido fundamental a la hora de abordar el trabajo y la educación en remoto, o la

posibilidad de continuar con labores tan esenciales como la recogida y distribución de alimentos a los que lo necesitan.

Del mismo modo que el Banco de Alimentos de Madrid tiene ese gran compromiso de almacenar alimentos para proveer a los más necesitados, en acens, en nuestros centros de datos y la nube, tenemos la obligación de almacenar con seguridad ese otro alimento de pymes, autónomos y empresas: los datos y las aplicaciones para garantizar su supervivencia digital. Sin duda la colaboración con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid ha sido una gran satisfacción para nosotros y nos ha reforzado en nuestro compromiso de seguir avanzando en el desarrollo de soluciones de tecnología en la nube para mejorar el mundo.

**José Cerdán**

CEO de acens Technologies



## Transfesa

# Transfesa Logistics, aliado incondicional del Banco de Alimentos de Madrid

**L**a irrupción de la pandemia en marzo de 2020 hizo que el entorno social cambiase inesperadamente. Debido a la situación provocada por la COVID-19, numerosas familias se vieron afectadas y necesitaron ayuda para salir de esta situación de emergencia.

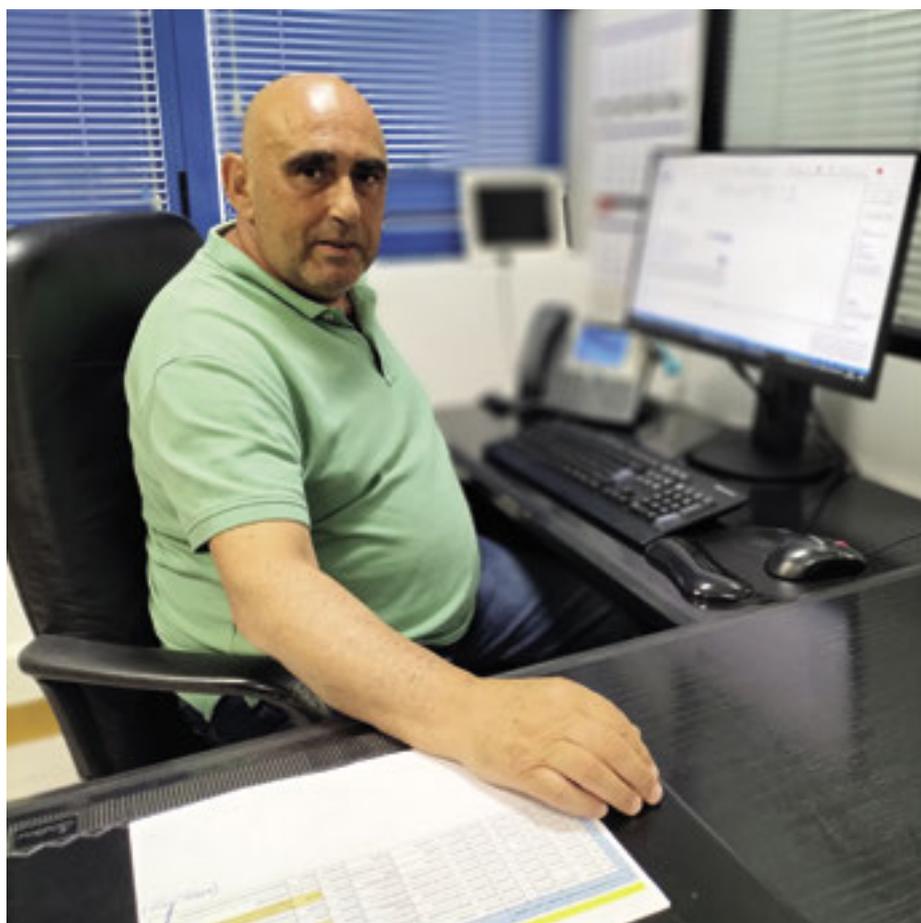
En este contexto, la labor de asociaciones como la Fundación

Banco de Alimentos de Madrid se hizo más necesaria que nunca. Y en ese camino, una empresa como Transfesa Logistics, no podía mantenerse impasible y ha querido colaborar poniendo su granito de arena.

Antonio Martos Quintana, gerente de la plataforma logística de la compañía en el Corredor del Henares, lo tuvo claro desde el primer

momento: «Nuestras instalaciones están junto a las del Banco de Alimentos de Madrid y diariamente podía comprobar el gran número de voluntarios que, con sus vehículos particulares, ayudaban a las distintas asociaciones benéficas de Madrid para dotarles con alimentos de primera necesidad, que posteriormente eran distribuidos entre las familias más desfavorecidas. Fueron escenas impactantes y era imposible no solidarizarse. Por ello, nuestra empresa decidió reaccionar rápidamente. Estaba claro que era el momento de ponernos a su disposición con todos nuestros recursos y cooperar en todo lo que necesitasen».

Aunque el apoyo de Transfesa Logistics con el Banco de Alimentos ya había comenzado, Antonio resalta que la crisis sanitaria hizo que desde marzo de 2020 se intensificase el compromiso previo que existía: «Estábamos muy sensibilizados con el gran papel del Banco de Alimentos de Madrid. Por la cercanía a su delegación en Alcalá de Henares teníamos un trato muy directo y ya habíamos establecido contactos para posibles colaboraciones. Sin embargo, ante el aumento de las donaciones recibidas, provocadas por una mayor demanda desde el confinamiento, les urgía contar con más espacios aparte de los que ellos disponían, para almacenar una mayor cantidad de productos no perecederos. De ahí que a lo largo de este tiempo, y hasta la fecha, hayamos ayudado en todo lo posible a cubrir este requerimiento cediendo áreas para el *stock*, en función de lo que iban necesitando».



Antonio Martos

Hasta julio de 2020, llegamos a almacenar 500 toneladas (500.000 kilos) de productos no perecederos. Después de verano, en septiembre, se retomó la colaboración que se mantiene hasta hoy, donde tenemos almacenados 300 palets, que representan unas 130 toneladas de producto.

Además, en los momentos más críticos de la crisis, como explica Antonio, «podimos apoyar también de forma puntual en las labores de transporte con los vehículos que teníamos disponibles y distribuir esos alimentos entre las asociaciones que nos iban indicando».

Como balance de este trabajo solidario conjunto, resalta que este periodo tan excepcional marca un antes y un después: «No solo hemos estrechado los lazos, sino que hemos podido comprobar de primera mano lo importante que es el BAM, el enorme respaldo de voluntariado que tiene por parte de la sociedad y la gran cantidad de familias que han podido ser atendidas gracias a su encomiable labor. Lo que más valoro es que, a pesar de la dificultad de los momentos vividos, ha prevalecido el peso de la solidaridad. Los compañeros de Transfesa Logistics nos hemos volcado de lleno con el fin de ayudar en lo que fuese preciso, además de contar con el respaldo total de la compañía, dispensándole la prioridad y trato que a cualquier otro cliente».

Esta cooperación seguirá adelante en el tiempo: «Hay muchas familias

*«Hemos podido comprobar de primera mano lo importante que es FBAM, el enorme respaldo de voluntariado que tiene por parte de la sociedad y la gran cantidad de familias que han podido ser atendidas».*



afectadas aún por las consecuencias de la pandemia y necesitan este tipo de apoyo. Estaremos aquí siempre que nos necesiten», añade Antonio.

Este tipo de iniciativas solidarias forman parte de la política de RSC de Transfesa Logistics y su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en este

caso, concretamente, con el ODS 2 «Hambre Cero».

La compañía, muy involucrada con el bienestar social del entorno en el que desempeña su actividad, pone su *know-how*, recursos logísticos y servicios especializados en manos de asociaciones que lo requieran como el Banco de Alimentos de Madrid.

CHEP

# «La pandemia nos ha enseñado la importancia de la colaboración y de impulsar modelos de negocio sostenibles»

**El año 2020 será un año difícil de olvidar para todo el mundo.**

**¿Cómo se vivió en CHEP?**

El año COVID-19 ha supuesto un punto de inflexión para toda la industria. Nos hemos tenido que adaptar de forma rápida, primero, para garantizar la seguridad y el bienestar de nuestro equipo de profesionales, pero también, para poder responder de forma ágil a las necesidades de nuestros clientes, es decir, el transporte de mercancías y productos de primera necesidad hacia los supermercados.

Una de las consecuencias de todo esto ha sido la volatilidad de la demanda. Nos hemos tenido que adaptar a ella con una mayor frecuencia de nuestras planificaciones y con planes de contingencia. Creemos que hemos podido dar una buena respuesta a las necesidades de nuestros clientes, y en algunos casos, incluso, la hemos superado. Todo esto ha sido un desafío para nosotros: había restricciones entre fronteras y operamos dentro de muchos países. La comunicación ha sido fundamental a lo largo de todo el proceso con nuestros empleados y también externamente.

**¿Cuál es la relación entre CHEP y la Fundación Banco de Alimentos de Madrid (FBAM)?**

La relación con el Banco de Alimentos de Madrid es de larga duración:

llevamos colaborando desde 2012. La hemos consolidado a lo largo de los años aportando nuestro *know-how* en logística, poniendo a su disposición nuestros palés para transportar las mercancías y aportando también ayuda humana a través de nuestro programa de voluntariado.

---

*«Nuestro objetivo es tener un impacto positivo en la comunidad local y FBAM siempre ha sido un socio estratégico para CHEP»*

---

La colaboración con la FBAM entra dentro de nuestro programa de sostenibilidad, como parte del pilar social llamado «Communities Positive» (Comunidades Positivas). Nuestro objetivo es tener un impacto positivo en la comunidad local y FBAM siempre ha sido un socio estratégico para CHEP, algo de lo que sentimos mucho orgullo.

A lo largo de los años hemos participado en varias iniciativas, como en las operaciones kilo, o a través del voluntariado en la Gran Recogida.

**¿Cómo ha sido esa colaboración en 2020?**

2020 fue el primer año en el que no pudimos participar con voluntariado

físico por la seguridad de nuestros empleados, pero no queríamos dejar de aportar nuestro granito de arena en una situación tan difícil. Teniendo relación directa con FBAM, sabíamos perfectamente cuál era la situación de emergencia a la que nos estábamos enfrentando. Hicimos una Operación Kilo dentro de CHEP España en colaboración con el banco de alimentos. De esta manera, los empleados de la compañía podían realizar donativos de forma individual a la iniciativa del Banco de Alimentos de Madrid. Al terminar la operación kilo, el total de lo recaudado con los donativos de los empleados fue doblado por CHEP y el importe total donado a FBAM. Así, continuamos con nuestra colaboración que, este año en particular, no podíamos dejar de lado. Tenemos una relación muy estrecha y estábamos pendientes de todas las necesidades que tuviera. Además, en CHEP España hemos remodelado nuestras oficinas y hemos donado el mobiliario que no se podía reutilizar para las instalaciones de FBAM.

**¿Qué lecciones se lleva CHEP de 2020?**

Una de las principales lecciones que hemos extraído de esta crisis ha sido la importancia de la comunicación, tanto interna como con clientes, minoristas, proveedores, y transportistas. Ha sido imprescindible poder responder a los



Cecilia Acconcia

cambios impredecibles de la demanda en cada mercado y la comunicación constante y transparente nos ha ayudado a coordinarnos. Además, la pandemia nos ha enseñado la importancia de la colaboración y de impulsar modelos de negocio sostenibles, que son ambos pilares intrínsecos a CHEP y que seguiremos extendiendo a más clientes en todo el mundo.

2020 también ha sido el año en el que hemos reinventado nuestra forma de trabajar. El teletrabajo y las videollamadas han pasado a formar parte de nuestro día a día, y los procesos de digitalización se han visto acelerados, siempre en busca de formas más ágiles y flexibles de relacionarnos.

**Cecilia Acconcia**

*RSC & Diversity Leader, CHEP España*

## One Motion

onemotion

# Hacer un mundo mejor llevando alimentos allá donde se necesitan

**L**a llegada de la pandemia nos ha igualado desde el momento en el que todos somos contagiables por igual, pero también ha acentuado y agravado las desigualdades. En un primer momento, cuando todos tuvimos que aislarnos, se perdieron muchas cosas, incluso la posibilidad de salir a la calle a ganarse el pan, y por eso desde One Motion nos vimos en la obligación de dar un paso al frente ofreciendo nuestra ayuda haciendo lo que mejor sabemos hacer: recoger lo que necesitas y llevarlo allá donde estés.

A lo largo de todos estos meses se han realizado numerosos servicios,

sumando más de 20 toneladas de alimentos entregadas a diferentes parroquias y congregaciones religiosas, y si bien no ha sido nuestro trabajo más voluminoso, podemos afirmar con orgullo que ha sido el más importante y satisfactorio porque nos hace mejores como empresa y como sociedad.

Agradecemos al Banco de Alimentos de Madrid por su imprescindible labor y por la oportunidad de colaborar en este voluntariado que, además de ser gratificante por sabernos de ayuda para quien lo necesita, ha sido muy

fácil por su amabilidad, gratitud y antelación a la hora de organizar la operativa.

Tenemos la suerte de que nuestra forma de ganarnos la vida nos permite colaborar para hacer un mundo mejor llevando alimentos allá donde se necesitan, reduciendo las desigualdades llevándote lo que tú no puedes ir a buscar.

Reiteramos nuestras gracias al Banco de Alimentos de Madrid y esperamos continuar sumando toneladas en el futuro.

**Llanos García Ramírez**

*Gerente RRHH y expansión de One Motion*



# Cuando colaborar con la FBAM completa la operativa diaria y el quehacer empresarial de una marca

**¿Qué impacto ha tenido esta pandemia en su sector y en la organización general de su compañía desde marzo de 2020?**

**¿Dónde encontraron mayores dificultades para poder seguir operando, cumpliendo además con todas las medidas sanitarias y limitaciones impuestas?**

El impacto de la COVID-19 en el sector de la alimentación ha supuesto un desafío enorme para una industria que ya asume, de forma habitual, un elevado sentido de responsabilidad hacia la sociedad. Esta pandemia ha planteado nuevos retos, obligándonos a aprender y a adaptarnos en muy poco tiempo, no solo a nivel empresarial sino también humano, ya que a principios de año las plataformas se encontraban ya en situación de máximas capacidades y la llegada del coronavirus desembocó en una ingente rotación de productos y un incremento terrible en los movimientos de entrada y salida de los frigoríficos para poder abastecer la creciente demanda de los supermercados y grandes superficies en todo el territorio español. Esto se ha traducido en tensiones operativas que derivaron en nuevas estrategias de adaptación para hacer frente a los cuellos de botella que se fueron produciendo en los muelles de los frigoríficos.

Las mayores dificultades han venido durante estos 16 meses por la necesidad de contratación de ETT para poder cumplir con las necesidades de nuestros clientes. Tuvimos que hacer frente no solo a

la demanda tan excesiva y repentina que se produjo, sino compaginarlo con la situación personal de nuestros empleados y sus familias.

**¿Se plantearon sus políticas de RSC para poder dar una respuesta solidaria en una situación de tanta necesidad? En concreto, ¿en qué consiste su ayuda a la Fundación Banco de Alimentos de Madrid y cómo valora el trabajo que realiza?**

Estamos en medio de uno de esos infrecuentes momentos de la historia en que toda la humanidad se ve afectada simultáneamente por cambios inesperados y disruptivos. Cambios de los que emergen nuevos desafíos, los más importantes a nivel social y que requieren soluciones inmediatas. Han pasado ya más de cuatro años desde esa llamada «diferente» a Friologic por parte del Banco de Alimentos de Madrid y nuestra percepción de que algo faltaba por completar en nuestra operativa diaria y quehacer empresarial, se reduce considerablemente cada día que el Banco de Alimentos de Madrid nos llama de nuevo y solicita nuestra humilde colaboración para cuidar y conservar adecuadamente en nuestras instalaciones los alimentos donados por otras muchas entidades y productores llenos de generosidad; alimentos que van destinados a aquellos que nada tienen y que malviven a nuestro alrededor en medio de nuestra absoluta indiferencia y dejadez.

En tiempos difíciles Friologic demuestra ser algo más que solo un

nombre de empresa y el grupo de personas que lo forman demuestran ser capaces de cumplir con su trabajo bajo un nivel de presión extrema por la pandemia, haciendo frente además a sus propios temores y coyunturas personales y familiares.

Nuestra colaboración con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid se ha consolidado a lo largo de los últimos años formando parte sólida de Friologic, integrando las gestiones diarias a nuestras rutas de trabajo y sin duda alguna el balance no puede ser más satisfactorio en lo personal para todo el equipo de Friologic.

**¿Hay implicación de sus empleados en esta colaboración? ¿Es importante para Friologic seguir ofreciendo esta ayuda?**

Una empresa adquiere valor por sus empleados. Me enorgullece decir que todo el equipo completo de Friologic está a la altura de proyectos tan importantes como el del Banco de Alimentos de Madrid. Ellos son la parte activa y absolutamente imprescindible para la consecución de un objetivo común: cumplir debidamente su función esencial en la sociedad en la cadena de la alimentación.

Agradecidos al Banco de Alimentos de Madrid. Vosotros nos hacéis mejores.

**Nuria Bruno**

*Responsable de Marketing de Friologic S.A.*

Deoleo

## «Existía una evidente necesidad que empresas de alimentación como la nuestra podrían ayudar a cubrir»

**D**esde Deoleo colaboramos con el banco de alimentos desde hace más de diez años poniendo en valor el trabajo que se hace en la organización desde el primer día, tan necesario para la sociedad española. Recientemente, la situación de incertidumbre causada por la pandemia ha provocado que miles de familias españolas hayan tenido que buscar ayuda como consecuencia de una falta de recursos en sus hogares. La labor y el buen hacer banco de alimentos, a través del reparto gratuito de alimentos durante este periodo, ha sido crucial y de gran ayuda para todos aquellos que se encuentran en situaciones precarias.

Cuando comenzó la pandemia, hace ya más de un año, insistimos en que existía una evidente necesidad por parte de los bancos de alimentos que empresas de alimentación como la nuestra podrían ayudar a cubrir de forma regular. Para nosotros fue clave pensar en los meses siguientes, ese periodo al que nos referíamos como la «nueva normalidad», una etapa en el que éramos plenamente conscientes que muchas familias iban a necesitar todo el apoyo que pudiésemos aportar. En Deoleo instauramos un comité de crisis para la correcta gestión de todos los aspectos de la COVID que impactaban en la organización. Desde este comité, no solo se lideraron las medidas más operativas necesarias para garantizar el buen funcionamiento de la compañía, sino que también se lanzaron múltiples

iniciativas con el objetivo de ayudar al máximo número de personas.

En marzo, desde la compañía pusimos nuestro primer granito de arena con la puesta en marcha el programa de donación entre empleados, de modo que fueron ellos mismos quienes ayudaron a recaudar fondos para apoyar a los bancos de alimentos. Desde Deoleo decidimos duplicar cada euro donado. Dos meses después del comienzo del confinamiento en España, alcanzamos un acuerdo con el Banco de alimentos para donar productos valorados en más de 300.000€. Para ello se realizaron aportaciones mensuales de 15.000 litros de aceite a las delegaciones de Madrid y Córdoba. Gracias a ello, se garantizó el suministro recurrente de un producto básico y de consumo habitual. Algo especialmente importante ante las previsiones que en ese momento había de aumento en el número de personas que solicitarían ayuda a esta entidad durante los meses siguientes. En diciembre de ese mismo año llevamos a cabo la iniciativa «Mucho más que comida» de Carbonell, con el objetivo de dar de cenar a más de mil personas en Nochebuena con la ayuda de 30 reconocidos chefs de Madrid y más de 200 voluntarios.

La solidaridad es uno de los valores que nos acompaña en nuestra actividad año tras año colaborando con organizaciones de todo el mundo. Es el caso del Proyecto Carbonell para el cual se lanzó una edición



limitada de 200.000 botellas de aceite en las que cambiaban la ilustración de la mujer andaluza por un símbolo solidario para colaborar junto a **Acción Contra El Hambre** en sus objetivos de paliar la desnutrición y la falta de agua potable. Cabe destacar el compromiso de los empleados de la compañía con los proyectos solidarios realizados. Es el caso, entre otros, de la acción de voluntariado corporativo de la mano de **Tree Foundation**, una organización sin ánimo de lucro que tiene como objetivo inspirar conciencia medioambiental en el norte de Texas.

Desde la compañía valoramos y agradecemos el trabajo y esfuerzo de cada una de estas personas y del conjunto de todas las organizaciones que apuestan cada día por mejorar el mundo en el que vivimos. Desde Deoleo queremos que nuestro compromiso por acciones como estas nos sirva de guía para el futuro con el objetivo de maximizar los impactos positivos en las personas y el planeta. Esperamos poder seguir colaborando con el Banco de Alimentos de Madrid y participar de esta manera en su buen hacer muchos años más.

**Victor Roig Batista**

*Spain General Manager de Deoleo*

Andros

# Colaboración para minimizar riesgos y afrontar el futuro con optimismo y confianza

**T**anto Andros La Serna como Andros Granada forman parte del grupo francés ANDROS, familiar y multilocal. Desde que este grupo inició su presencia en España (2009 en La Serna -Cantabria- y 2013 en Granada), se han realizado donaciones de producto tanto al Banco de Alimentos de Madrid como a otros bancos de alimentos como los de Granada y Santander, y a asociaciones de ayuda a personas vulnerables, especialmente en el entorno donde se ubican las fábricas. Se da cobertura a asociaciones como la Hermandad del Refugio en Madrid, la Asociación Calor y Café de Granada o la asociación Luchamos por la Vida en Cantabria, entre otras. Por supuesto, todas las iniciativas cuentan con la garantía de que el destino final de los alimentos es el adecuado y la confianza en este caso en el Banco de Alimentos es total, ya sea como receptor final del producto o, en ocasiones, incluso para distribuirlo y facilitárselo a otras organizaciones.

Andros cuenta con un Plan de Responsabilidad Social Corporativa agrupado en 4 pilares:

1. Menor consumo de recursos
2. Productos saludables y envases ecorresponsable
3. Preservar la biodiversidad y promover la agroecología
4. Vivir mejor en la empresa y el entorno

Dentro de este cuarto pilar se encuentra la donación de alimentos



Donación de equipos de protección a residencia (Granada). Abril 2020

como iniciativa que trata de evitar el despilfarro alimentario y apoyar el ODS «Hambre cero», pudiendo convertir los excedentes de producción en productos que ayuden a mantener una dieta lo más saludable posible para las personas que más lo necesitan y que cuentan con los bancos de alimentos para poder subsistir.

*En el Plan de RSC se encuentra la donación de alimentos para evitar el despilfarro alimentario y apoyar el ODS «Hambre cero»*

Como empresa alimentaria esencial, Andros no ha interrumpido su producción de yogures y productos lácteos en ningún momento de la pandemia ocasionada por la COVID-19. Es más, gracias a esta producción continuada y para dar respuesta al aumento de las necesidades de las personas más vulnerables en este tiempo, se ha incrementado el volumen de producto donado, habiendo tenido la satisfacción de poder responder a cualquier demanda de este tipo que llegase.

Andros España ha tenido un doble objetivo desde el comienzo de la crisis ocasionada por el virus SARS-CoV-2:

mantener la seguridad y salud de todos los miembros de Andros y garantizar la actividad productiva. Desde ese punto de vista, se han dispuesto todos los medios materiales y humanos necesarios para conseguirlo, así como implantado diversas medidas higiénicas, técnicas, organizativas y sanitarias. Se ha obtenido y renovado la certificación que demuestra la correcta implantación y eficacia de todas las medidas puestas en marcha ante empleados, clientes y demás partes interesadas, emitida por ApPlus: «empresa certificada con protocolo de actuación seguro frente a la COVID-19».

Existe un procedimiento de detección y actuación inmediata que, gracias a la colaboración de cada persona que trabaja en Andros, permite minimizar riesgos y afrontar el futuro con un prudente optimismo y la confianza de tener una base sólida de comunicación y prevención, útil para afrontar cualquier alerta sanitaria que pueda surgir.

Se ha mantenido una coordinación entre plantas y gestión continua de proveedores, por lo que se ha podido adquirir *stock* suficiente de diversos materiales de protección, que permitirían proteger durante varios

meses a todos nuestros trabajadores, no solo ante la pandemia ya sufrida, sino también ante rebrotes que puedan aparecer a futuro. Incluso ha supuesto una enorme satisfacción poder organizar donaciones de material de protección a varios centros sanitarios y residencias del entorno de las fábricas y oficinas, así como a los servicios de 112 de Madrid y hospital de campaña de Ifema, en los momentos de escasez en que más se necesitaba esta colaboración.

**Carmen Mata**

Responsable de donaciones de Andros



Almacén del Banco de Alimentos de Madrid.

Para poder cumplir nuestra misión, desde la FBAM apelamos a la solidaridad de empresas y particulares para conseguir donaciones:

- De alimentos que ponemos a disposición de entidades benéficas que atienden a personas que carecen de recursos suficientes para alimentarse adecuadamente.
- De recursos financieros para hacer frente a los gastos operativos para cumplir nuestra misión.
- De tiempo de personas voluntarias particulares y de empresas a través de sus programas de voluntariado corporativo (RSC)
- De bienes y servicios.

**[bamadrid.org/colabora](http://bamadrid.org/colabora)**

*AEMPM*

## La solidaridad siempre mueve solidaridad

**L**a Asociación de Empresarios Mayoristas de Pescados de Madrid (AEMPM) representa a las empresas que operan desde el Mercado de Pescados en Mercamadrid en sus más de 150 puestos de venta. Algunas de ellas proceden del antiguo mercado de Puerta de Toledo y otras han ido naciendo desde que Mercamadrid abrió sus puertas en el año 1982.

Las empresas mayoristas de pescado son, fundamentalmente,

pymes y empresas familiares que han ido creciendo y prosperando con el paso del tiempo. Hoy en día es fácil encontrar la tercera generación en muchas de ellas. Generaciones de jóvenes que llegan más formados y con ganas de innovar en una forma de comercio tan antigua.

El Mercado de Pescados en Mercamadrid es el primer mercado del mundo en variedad de especies (se han contabilizado más de 400 de ellas) y el segundo en volumen de ventas, solo superado por el de Tokyo.

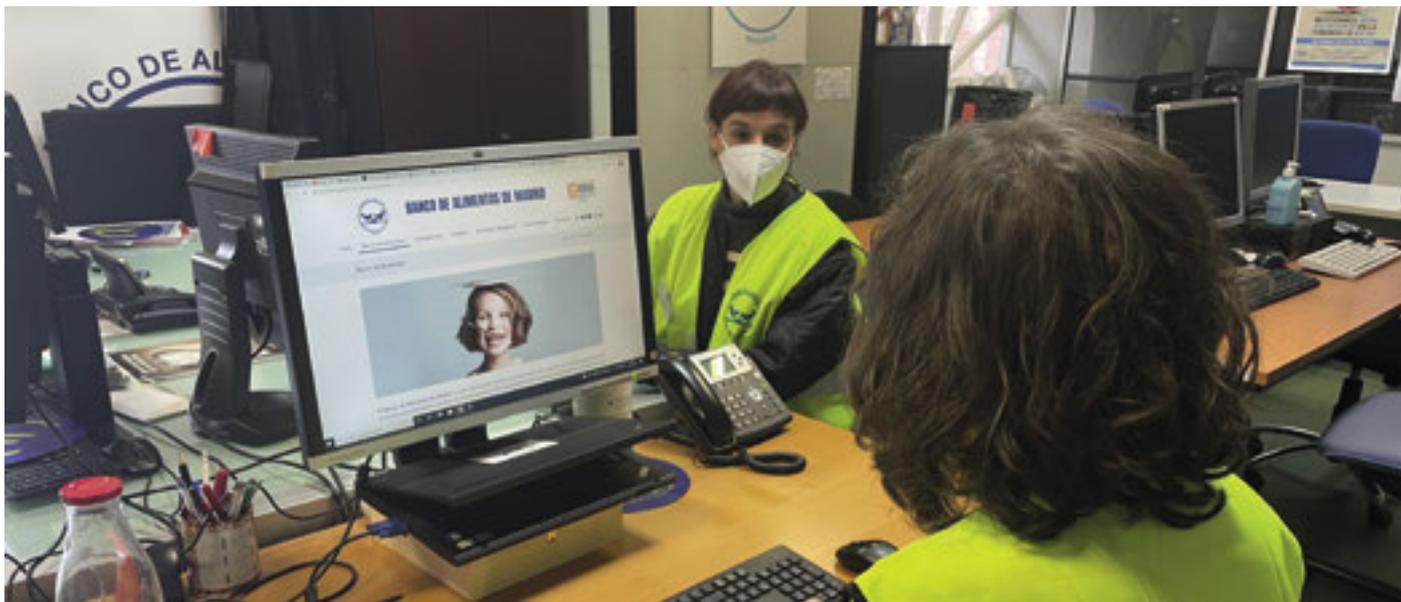
Desde él se abastece a un radio de 500 km<sup>2</sup> y a una población de 12 millones de personas. Aquí compran profesionales del comercio detallista, hostelería, supermercados y distribuidoras así como otros mercados mayoristas.

Siempre hemos sido conscientes de nuestro nivel de responsabilidad con el abastecimiento de producto fresco. Con una cuidada logística, nuestro equipo de profesionales de COMAPES (nuestra cooperativa de servicios) trabaja cada noche en el servicio de descarga de mercancías, garantizando que el producto llegue a cada puesto de venta antes del inicio de hora venta.

Teniendo en cuenta que servimos al comercio de proximidad, las horas de venta deben realizarse antes del inicio de horario del mismo. Es por ello que el esfuerzo añadido que realiza este sector es el trabajo nocturno. Mientras



Manuel López Gil



Personal de las oficinas del BAM en San Fernando.

la ciudad duerme, el mercado de pescados está en plena ebullición y solo descansa con la mañana muy avanzada, donde después del proceso de limpieza se inicia de nuevo la preparación de la siguiente jornada.

El año de la pandemia nos puso a prueba a todos. Cuando se inició el confinamiento para la población en general, Mercamadrid fue considerada infraestructura crítica por el papel esencial que las empresas que desde aquí desempeñan. Se puede afirmar que, prácticamente, ninguna empresa cerró en aquellos días. Aún con la situación complicada que vivimos, quisimos trasladar un mensaje de tranquilidad a la población desde la seguridad de seguir garantizando el abastecimiento sin interrumpir la cadena en la alimentación.

Con la intranquilidad de los terribles datos de muertes y personas afectadas

---

*Si algo hemos aprendido, en estos tiempos de pandemia, es que todos somos susceptibles de pasar por un mal momento y necesitar ayuda.*

---

y con un sistema de salud desbordado, los profesionales del mercado siguieron realizando su trabajo. Nuestro sistema logístico no se detuvo y se pusieron en marcha protocolos de funcionamiento que permitieron cierta normalidad.

En mitad de ese proceso no quisimos dejar a nadie atrás. Desde hace años, la AEMPM, con la cooperativa COMAPES y el conjunto de las empresas asociadas, tienen un firme compromiso con aquellos que peor lo están pasando. Siempre hemos intentado corresponder con el apoyo que recibimos desde la ciudadanía y que la responsabilidad social debe ser seña de identidad de nuestras empresas. De esta manera, nuestra relación con el Banco de Alimentos de Madrid ha ido creciendo.

Si algo hemos aprendido, en estos tiempos de pandemia, es que todos somos susceptibles de pasar por un mal momento y necesitar ayuda. Que, por muy increíble que parezca, todavía no hemos sabido garantizar la alimentación como un derecho básico para toda la ciudadanía.

La AEMPM y las empresas mayoristas quieren ser parte de la solución y por eso hemos intentado armar el hombro cuando se nos ha

El valor de los alimentos distribuidos por el BAM en 2020 fue de cerca de 58 millones de euros.

Nuestros gastos operativos no llegaron al 3% del valor total.

Actualmente trabajamos 403 personas en la Fundación pero somos una entidad basada en el voluntariado ya que el 92% del personal es voluntario (370) y el 8% personal contratado (33).

solicitado, cada vez que podemos.

La solidaridad siempre mueve solidaridad, por eso sabemos que el goteo constante de donaciones por parte de nuestras empresas no puede ni debe interrumpirse.

Queremos agradecer la buena disposición de las personas voluntarias del Banco de Alimentos de Madrid, que nos ayudan y orientan en la tarea encontrando soluciones para que no se pierda ninguna donación.

Seguro que nos seguiremos encontrando. Gracias por todo.

**Manuel López Gil**

Director general de la AEMPM

*Mutua Madrileña*

## Mutua Madrileña, comprometida con la mejora social



Conchita Navarro

**E**n Mutua Madrileña estamos convencidos de que empresas como la nuestra tienen la necesidad y, sobre todo, la obligación de apoyar proyectos que contribuyan al desarrollo de la sociedad en la que convive, dado

que también forma parte de ella. Sin duda alguna, la COVID-19 ha sido una situación en la que demostrar que para nosotros la ayuda a los colectivos más vulnerables es prioritaria.

Grupo Mutua, con todas las empresas que lo integran, ha

sido una de las organizaciones más activas desde el inicio de la pandemia, adaptando su estructura y organización para garantizar la continuidad del negocio, la estabilidad en el empleo y la prestación de los servicios con las máximas medidas de seguridad, a la vez que destinaba todos sus recursos a tratar de ayudar donde más hacía falta.

Desde las primeras semanas de crisis, en marzo de 2020, nos volcamos en la parte social y la sanitaria. A través de la Fundación Mutua Madrileña, la aseguradora **aportó ayudas económicas de emergencia a entidades sociales con las que tenía un contacto estrecho, entre ellas al Banco de Alimentos de Madrid**, para que se pudieran cubrir las necesidades más acuciantes.

También en esos momentos iniciales, cuando la falta de material sanitario era manifiesta, adquirimos 21.000 test de diagnóstico rápido para los servicios de salud del Ayuntamiento de Madrid y 65.000 mascarillas para los servicios de atención a domicilio municipales, que atienden a personas mayores que viven solas y con escasos recursos.

Pasados los momentos más críticos, rápidamente estructuramos la ayuda y pusimos en marcha diversas iniciativas para paliar los efectos derivados de la crisis de la COVID-19 entre los colectivos más vulnerables de la sociedad, además, por supuesto de apoyar a sus asegurados, proveedores y empleados, así como a los profesionales sanitarios que cuidaban de la salud de todos.

A través de la Fundación Mutua Madrileña, el brazo que nos permite organizar nuestro compromiso con la sociedad, destinamos más de un millón de euros a un amplio conjunto de medidas para apoyar a quienes más lo necesitan y luchar contra la enfermedad. Por un lado, organizamos con carácter urgente una convocatoria extraordinaria de ayudas por importe de 300.000 euros, de la que se beneficiaron 22 entidades sin ánimo de lucro con proyectos dirigidos a aliviar la situación de colectivos vulnerables especialmente golpeados por la crisis. A estas ayudas se han unido posteriormente las concedidas en la convocatoria anual ordinaria de la fundación, dotada con un millón de euros.

Por otro lado, organizamos otra convocatoria de ayudas extraordinaria para apoyar la investigación médica en COVID-19 y realizamos acciones específicas para paliar la soledad de las personas mayores, que tan aisladas se quedaron en la situación de confinamiento, especialmente en las residencias. Por ello, distribuimos más de 1.200 tablets entre residencias

*Hemos convertido desde hace unos años nuestras recogidas físicas de bolsas de alimentos en recogidas online: más cómodas, rápidas y convenientes para poder canjearse por los alimentos más necesarios en cada momento.*

de mayores españolas para que los residentes pudieran conectar con sus familiares y sentirse más acompañados.

Estas son solo una muestra de las medidas que llevamos a cabo para intentar mejorar la situación en los colectivos más vulnerables. Por supuesto, hubo más, y algunas directamente relacionadas con el Banco de Alimentos de Madrid, como la organización de recogidas de alimentos entre nuestros profesionales. La tradición de estas recogidas viene de lejos, pues en Mutua Madrileña venimos organizándolas dos veces al

año desde 2012.

En concreto, en periodo de pandemia son ya tres las recogidas que llevamos organizadas y nos han permitido recoger 14,7 toneladas a favor de los miles de beneficiarios a los que llega el Banco de Alimentos de Madrid. Como todo evoluciona, en estos tiempos de cambio y avances, hemos convertido desde hace unos años nuestras recogidas físicas de bolsas de alimentos en nuestra sede, en recogidas online: más cómodas, rápidas y convenientes para poder canjearse por los alimentos más necesarios en cada momento.

Y nuestra contribución no se queda ahí, hemos vuelto a organizar nuestra convocatoria de ayudas anuales en septiembre de 2021, así como puesto en marcha programas específicos, porque mientras haya necesidades que cubrir, Mutua Madrileña seguirá contribuyendo para mejorar la situación de los que más sufren.

**Conchita Navarro**

Gerente de RSC y Proyectos Sociales  
de Mutua Madrileña



## Un «banco» imprescindible

**E**l número de personas en pobreza severa (menos de 16 euros diarios) se incrementó en España en un millón de personas el año pasado, mientras que el de pobreza relativa (24 euros por día) subió en casi dos millones de personas, hasta cerca de diez millones, más del 20 por ciento de la población española, según el informe anual de Oxfam Intermon. 2020 fue un año excepcional por culpa del coronavirus, que arrastró a miles de familias hasta las colas de organizaciones benéficas de todo tipo para poder cubrir sus necesidades básicas de alimentación.

La pobreza podía haber sido mucho mayor sin los ERTE o los ceses de actividad subvencionados para los autónomos del que se han beneficiados y aún perciben cientos de miles de españoles.

Los colectivos más necesitados de ayudas son inmigrantes (donde las tasas de pobreza relativa alcanzan al 50 por ciento), jóvenes y mujeres. Pero nadie está a salvo. Muchos ciudadanos con trabajos estables hasta ese momento, con estudios superiores y que jamás pudieron imaginar que podían verse obligados a recurrir a la caridad para sobrevivir, se vieron sorprendidos por esta situación de pobreza.

Las crisis forman parte de los ciclos de la economía. Siempre existieron periodos de guerras o de sequías que provocaron grandes hambrunas en diversos países. La crisis económica del 29 dejó a millones de personas en el desempleo por culpa del encarecimiento de los costes de

financiación de las empresas y de las familias; la del 73 hundió a medio mundo en la recesión por los precios del petróleo, que superaron de sopetón los cien dólares por cada barril de crudo. Todas las generaciones han sufrido por lo menos una depresión severa de la economía que cambió su modo de vida.

La globalización de los procesos de producción (consumimos productos cotidianos producidos en la otra parte del planeta como China) y las innovaciones tecnológicas han alumbrado un mundo interconectado. Los acontecimientos de una parte del planeta repercuten en la otra de manera casi inmediata, lo que



Amador G. Ayora



incrementa la vulnerabilidad de la población y las frecuencias de la crisis.

Un problema con las hipotecas basura causó la quiebra del banco Lehman Brothers en septiembre de 2008 en Estados Unidos y desató una crisis global sin precedentes. Un virus aparecido en la ciudad china de Wuhan a finales de 2019 provocó el cierre de la actividad económica mundial tres meses después.

Las innovaciones tecnológicas y su avance a paso agigantado están expulsando del mercado labor a la parte de la población menos cualificada o que no dispone de la capacidad para actualizar sus conocimientos. La automatización de muchas tareas cotidianas dejará a

cientos de miles de ciudadanos que ahora las desempeñan en la calle.

En este contexto cambiante,

---

*2020 fue un año excepcional por culpa del coronavirus, que arrastró a miles de familias hasta las colas de organizaciones benéficas.*

---

en muchas ocasiones sin tiempo para reaccionar, en las que las desigualdades pueden agravarse y las crisis ser más frecuentes, organizaciones como el Banco de Alimentos de Madrid se

convierten en imprescindibles para nuestra sociedad. Cerca de 200.000 personas diarias utilizan sus servicios en la Comunidad de Madrid. Desde el Economista agradecemos su trabajo y premiamos en el último año su labor, junto al de otras grandes empresas e instituciones, porque son un elemento básico para la cohesión social y el mantenimiento de su bienestar. Millones de gracias a los miles de voluntarios que lo hacéis posible sin esperar nada a cambio. Sois un banco imprescindible.

**Amador G. Ayora**

Director de El Economista

# Isdefe, con el ODS 2 «Hambre Cero»

**Francisco Quereda Rubio.**

Consejero delegado de Isdefe

**E**l acceso a una alimentación adecuada es un derecho humano universal reconocido por la legislación internacional y, además, se encuentra recogido entre los objetivos marcados por la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible, adoptada por la Asamblea General de la ONU en 2015.

Concretamente el Objetivo 2 «Hambre Cero» establece en sus metas «poner fin al hambre y a todas las formas de malnutrición y asegurar el acceso de todas las personas, en particular los pobres y las personas en situaciones vulnerables, a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año».

La pandemia, sin embargo, ha evidenciado que actualmente el mundo no está bien encaminado para alcanzar este objetivo para 2030. La grave crisis económica y alimentaria provocada por la COVID-19 ha provocado el aumento de las necesidades de alimentación de muchísimas personas sin recursos. En Madrid, especialmente, esta necesidad se visibilizó durante 2020 en las llamadas «colas del hambre», que inundaron las calles de la capital.

Isdefe como empresa pública de consultoría e ingeniería, cuya misión es apoyar al Ministerio de Defensa y a las Administraciones, está altamente comprometida con los retos marcados por la Agenda 2030 y desea contribuir a la solución de este problema social. Nuestra fuerte vocación de servicio público nos ha conducido a apoyar a entidades como la Fundación Banco de Alimentos de Madrid que trabaja

---

*Nuestros profesionales han mostrado su gran solidaridad y firme compromiso con la sociedad*

---

para ayudar a paliar el hambre y reducir los desperdicios alimentarios.

La relación de Isdefe con Banco de Alimentos de Madrid comenzó hace unos años. En sus inicios, de manera informal, de modo que desde la compañía se realizaba anualmente un llamamiento entre sus trabajadores para participar en las campañas de voluntariado que organizaban los bancos, año tras año, en los supermercados con motivo de la Gran Recogida de alimentos.

Posteriormente, en el año 2020, la pandemia afianzó esta colaboración y se habilitó una página web de donación personalizada, que facilitaba al personal de Isdefe, de manera fácil e intuitiva, la contribución al banco de alimentos, mediante donaciones online. Ese año se recaudaron 5.422 € entre los profesionales de la compañía, equivalentes a 4.861 kg para la Gran Recogida. Adicionalmente, a nivel institucional, Isdefe contribuyó realizando una donación de 3.000 €.

En el presente año 2021, de nuevo, nuestros profesionales han mostrado su gran solidaridad y firme compromiso con la sociedad y su contribución ha superado los 3.600 €, equivalentes a más de 3.300 kg de alimentos. A nivel institucional, el compromiso de



Francisco Quereda Rubio

Isdefe se ha materializado en esta ocasión igualando la aportación de sus empleados.

Esperamos, en un futuro, que Isdefe pueda seguir contribuyendo con esta loable acción de ayudar a los que más lo necesitan de la mano de Banco de Alimentos de Madrid; institución que, por otra parte, recibe todo el apoyo de nuestro propietario, el Ministerio de Defensa, tal como vimos en el marco de la «Operación Balmis», donde las Fuerzas Armadas expresaron su solidaridad colaborando en el transporte de alimentos.

Como Consejero Delegado de Isdefe, no puedo más que mostrar el orgullo que siento por la calidad de las personas que integran esta compañía y la solidaridad mostrada un año más.



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

**HAZ TU DONACIÓN ON LINE**  
**[www.bamadrid.org](http://www.bamadrid.org)**



## Premios y reconocimientos en tiempos de pandemia

La Fundación Banco de Alimentos de Madrid fue distinguida con diferentes premios o reconocimientos solo conseguidos gracias a la labor extraordinaria de todas las personas que trabajan en la organización, muy especialmente en tiempos de pandemia. Para todos ellos son estos reconocimientos:

Estos son algunos de los recibidos gracias a la generosidad de diferentes empresas o instituciones:

- *El Economista*. Premio otorgado en acto celebrado el 10 de diciembre de 2020 con presencia de la vicepresidenta, Nadia Calviño. Se premian empresas, instituciones y directivos cuyo impacto o desempeño sobresalieron más en 2020 en áreas tan relevantes como la formación, la innovación digital o la igualdad entre hombres y mujeres.
- Reconocimiento al voluntariado con mención especial. Otorgado por la **Comunidad de Madrid** y **FEVOCAM** (plataforma de entidades de voluntariado de la Comunidad de Madrid). Entregado por el consejero de Políticas Sociales, Familias, Igualdad y Natalidad, D. Javier Luengo, el 5 de diciembre 2020 coincidiendo con el Día del Voluntariado.
- Acreditación sello **GARANTÍA MADRID** en dos identificativos: Medidas de Cumplimiento y Acción Solidaria durante la pandemia.

Otorgado por la Comunidad de Madrid por el trabajo solidario y cumplimiento de medidas durante la COVID-19.

- Reconocimiento del **Ministerio de Defensa**. La ministra Dña. Margarita Robles, acompañada del secretario de Estado, Ángel Olivares, visitó nuestra sede central de San Fernando y entregó un galardón en reconocimiento al trabajo realizado durante la pandemia.
- **Universidad Complutense de Madrid**. Premio al Banco de Alimentos de Madrid como organización que mejor ha facilitado las prácticas con los alumnos.
- **Premios ASIÓN (Asociación Infantil Oncológica de Madrid)** 2021 en la categoría ENTIDADES Y ORGANISMOS por el trabajo continuado en favor de los más necesitados.
- La **Asociación Nacional de Alzheimer y Otras Demencias (AFADE)**, dentro de sus premios 2021, concedió el de Bienestar Social, el 21 de septiembre. Dichos premios tienen como finalidad reconocer a instituciones y personas que apoyan y ayudan al bienestar de los enfermos y de las familias.
- De nuevo, en mayo de 2021 **elEconomista**, en un acto homenaje a los «HÉROES DE LA PANDEMIA», en el que se entregaron 15 menciones a otros tantos colectivos de los llamados «trabajadores



Premio Voluntariado de la CAM



Sellos Garantía Madrid



ASIÓN



AFADE



El Economista

esenciales», fundamentales en el mantenimiento de los servicios imprescindibles durante el duro confinamiento, distinguió a nuestra organización con una mención especial.

- La **Fundación Lealtad** renovó el Sello ONG Acreditada al Banco de Alimentos de Madrid, entidad constituida en el año 1994, tras contrastar que sigue cumpliendo íntegramente los 9 Principios de Transparencia y Buenas Prácticas.

Agradecemos a todos ellos su consideración con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid, que supone para nosotros un gran estímulo para continuar con nuestra labor de ayuda a los colectivos más desfavorecidos de nuestro entorno.

## Escenarios a futuro



Cristina Ruiz

# Hacia la transformación digital del Banco de Alimentos de Madrid

**Cristina Ruiz**

Coordinadora de Digitalización.

Fundación Banco de Alimentos de Madrid.

**E**n estos últimos años tenemos la transformación digital hasta en la sopa. Se oye por todas partes, se habla de ella en todos los medios, para todas las organizaciones y para todas las personas. Y el BAM no podía ser

menos, con lo que nos hemos inmerso en un profundo programa de Transformación Digital.

¿Y esto qué es? Pues adaptar los procesos del banco al mundo digital. Es decir, utilizar herramientas colaborativas, facilitar el acceso a la

información a todo el que lo necesite, que los sistemas informáticos ayuden a hacer las cosas más fáciles, dar a los voluntarios herramientas sencillas para el desarrollo de su trabajo, dar acceso digital a todos nuestros interlocutores (donantes, entidades

benéficas, voluntarios) de forma que puedan interactuar con el BAM ágil y eficazmente, pero sin perder el tono personal que caracteriza una relación en el tercer sector.

Hay que tener mucho cuidado. Porque si algo le pasa al banco, es que funciona. Los alimentos entran, las entidades beneficiarias reciben, los beneficiarios son atendidos, los voluntarios responden, los donantes ponen su granito de arena. No vaya a ser que con los cambios rompamos este equilibrio perfecto y dejemos de cumplir nuestra misión o la hagamos más complicada y burocrática.

Pero también hemos de reconocer que este funcionamiento se debe al esfuerzo, en algunos casos excesivo, que realizan nuestros voluntarios. Yo he oído muchas veces cómo hay personas que sienten que el banco demanda de ellos más tiempo y dedicación que la que pretendían dar cuando se acercaron a ofrecer sus servicios. Y os aseguro, esta es la primera razón por la que queremos acometer esta digitalización: para hacerle la vida más fácil al voluntario.

Eso sí, tendremos todos que estar dispuestos a cambiar. Aceptar que las cosas pueden hacerse de forma diferente a como las hacemos. Y querer aprender. Yo me comprometo a diseñar un camino accesible, a buscar herramientas fáciles, a tratar de ponerme en la piel de cada uno para facilitar las cosas, y a trabajar mucho para que la gestión del cambio no sea muy dolorosa.

Ahora bien, este camino lo tenemos que hacer entre todos. Me ha ocurrido ya varias veces que yendo a las oficinas de San Fernando la gente me ha preguntado: ¿para cuándo lo de la transformación digital? Como si esto fuera un pedido de cervezas en el bar, que en cualquier momento va a llegar. De verdad, me he sentido como un mago prestidigitador que con contar hasta tres fuera a sacar de la chistera «Una de Transformación». Todo parecido con la realidad es pura coincidencia. Iremos haciendo las cosas poco a poco, paso a paso y entre todos. Propondremos herramientas, cambios, pero si no acogemos el cambio entre todos, si no lo hacemos nuestro, si no somos esponjas que se empapan con nuevas

formas de hacer, la transformación no verá la luz.

¿Y de qué tipo de cambios estamos hablando?

De cosas como escanear los albaranes del proveedor a la entrada de la mercancía, y hacerlos accesibles a todo el mundo, evitando las fotocopias y los archivos duplicados, eso es transformación digital.

Haber montado una centralita digital, con las cuatro delegaciones unidas, y pudiendo recibir en el móvil llamadas que se realizan en el banco, eso es digitalizar.

Hacer un proceso sencillo para que nuestras entidades benéficas puedan firmar los documentos sin tener que imprimirlos y enviarlos por mensajero, y que tenga validez legal, eso es transformarse.

Y seguimos buscando cómo cambiar, cómo adaptarnos:

- Buscaremos herramientas que sustituyan al Excel y que permitan realizar mejor nuestras funciones de aprovisionamiento. Definir qué alimentos componen nuestra cesta básica, cuáles deben ser los niveles de stock que debemos tener y dotarnos de un sistema adecuado para realizar las compras.
- Buscaremos mejorar la operativa en los almacenes. Eliminar los papeles en la medida de lo posible, reducir los errores, aumentar la fiabilidad para conocer en cualquier momento qué producto tenemos almacenado y dónde está.
- Desarrollaremos una web que permita a nuestros donantes, nuestras entidades benéficas y nuestros voluntarios interactuar con nosotros. Que sea fácil para el BAM comunicar nuestras necesidades/ofertas y que sea todavía más fácil encontrar quien pueda satisfacerlas.
- Y un largo etcétera que iremos inventando a medida que vayamos recorriendo el camino.

¿Os unís a esta aventura?



Las videollamadas se ha vuelto habituales para la coordinación entre áreas.

# Cómo nuestra misión contribuye a la Agenda 2030

**H**ace seis años Naciones Unidas aprobó la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, una hoja de ruta conformada por 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 metas, para emprender un nuevo camino con el que mejorar la vida de todas las personas sin dejar a nadie atrás. Aunque se están logrando avances en muchos lugares, señala la ONU, en general las medidas encaminadas a lograr los objetivos todavía no se están desarrollando a la velocidad ni en la medida necesarias. Para dar un impulso y animar a gobiernos, empresas, sociedad civil y organizaciones sociales, en 2020 comenzó la Década de Acción: diez años para realizar acciones ambiciosas con el fin de alcanzar los ODS cuando lleguemos a 2030. Nos quedan nueve años para hacer *check* en cada uno de los objetivos y metas de la agenda.

La misión del Banco de Alimentos de Madrid está estrechamente a los objetivos marcados por Naciones Unidas: «Concienciar a la sociedad y promover su solidaridad frente a los problemas originados por el hambre, el paro, el abandono familiar, el despilfarro de alimentos y en general de la falta de los recursos necesarios para tener una vida conforme a la dignidad humana».

Tenemos como meta poner fin a la pobreza, al hambre y al despilfarro, y lo hacemos distribuyendo ayuda alimentaria diaria. Un porcentaje muy importante de ella proviene de los excedentes de la cadena de producción alimentaria y llega a las personas que están en situación de pobreza o riesgo de exclusión social. Nuestro trabajo, por tanto, está directamente relacionado con los ODS 1 (Fin de

la pobreza), ODS 2 (Hambre Cero) y ODS 12 (Producción y consumo responsable). En este último, concretamente al punto 12.3: «Reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha».

Además, de forma indirecta contribuimos a otros objetivos:

### **ODS 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades**

Conseguimos alimentos gratuitos para entregarlos a entidades benéficas que los distribuyen entre las personas que más lo necesitan (190.000 en la Comunidad de Madrid). Este reparto incluye alimentos básicos como pan, productos lácteos, huevos, conservas de carne y pescado, verduras y frutas frescas, esenciales para la nutrición y la salud de las personas.

### **ODS 10: Reducir la desigualdad en y entre los países**

La entrega diaria de alimentos básicos a quienes se encuentran en situación de pobreza supone una ayuda para que puedan llegar a fin de mes destinando los recursos económicos que emplearían en la cesta de la compra a otros gastos, como vivienda, suministros...

### **ODS 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos**

Alrededor de un tercio de la comida mundial se pierde o se desperdicia, lo que contribuye en torno a un 10% al cambio climático según el Panel Intergubernamental del Cambio



La FBAM apoya los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Climático (IPCC). Revertir esta situación, advierte, ayudaría a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, principal motor del cambio climático, y contribuiría a la seguridad alimentaria. Al recuperar excedentes tanto en origen y en las fases finales de comercialización, evitamos tanto la destrucción como el despilfarro de productos alimentarios.

### **ODS 17: Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible**

En nuestro trabajo diario son esenciales las alianzas: por un lado, con las empresas donantes; por otro, con las entidades receptoras; también con las instituciones públicas que derivan a la población beneficiaria; y, finalmente, con la sociedad, que contribuye con voluntariado y donaciones a nuestra misión. Sin todos estos pactos no sería posible nuestra lucha contra el desperdicio, el hambre y la pobreza, que contribuye a los principios fundamentales de la Agenda 2030: no dejar a nadie atrás y garantizar los derechos humanos para todas las personas.

# Evitar el desperdicio alimentario es parte de nuestra misión

Contribuye a cumplir el ODS 12

Gemma Candela y Ana Rosa Ormaechea

**P**aliar el hambre y evitar el desperdicio de alimentos: esa es la misión de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid y ese fue el origen de los bancos de alimentos.

Evitar el desperdicio mejora la resiliencia de las cadenas de suministro de alimentos, contribuye a cuidar nuestro planeta y es clave para garantizar la seguridad alimentaria de millones de personas en todo el mundo. Los bancos de alimentos tenemos un papel fundamental en esta cadena. Solo en 2020, entre los miembros de la Federación Europea de Bancos de Alimentos (FEBA) se distribuyeron 860.000 toneladas de alimentos a 12,8 millones de personas. En la Fundación Banco de Alimentos de Madrid fueron más de 11.000 kilos.

Como país, tenemos el compromiso de reducir a la mitad el desperdicio alimentario de cara a 2030, pero

tenemos aún un largo camino por recorrer y las cifras son alarmantes. En 2020 los hogares españoles tiraron a la basura 1.363 millones de kilos y litros de alimentos y bebidas, según el *Informe sobre desperdicio alimentario en los hogares 2020*, elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. De ellos, 1.039 millones fueron productos sin utilizar y 325 millones alimentos cocinados, es decir, desperdicio de recetas. Las frutas y las hortalizas y verduras son los productos alimenticios que más se tiran a la basura: entre ambas categorías suponen el 45 % del volumen del producto sin utilizar que termina en el cubo de los desechos. Si a ello sumamos las pérdidas que se generan en la producción primaria, en los procesos de transformación de alimentos, en la venta y el desperdicio en los servicios de alimentación, la cantidad total de alimentos que se

pierden al año en nuestro país asciende a 7,7 millones de toneladas, lo que coloca a España en la posición 13º del ranking europeo de desperdicio.

Al leer los datos hay que tener en cuenta la diferencia entre pérdida, que implica que productos sin utilizar terminan desechados, y desperdicio, que se refiere a los alimentos ya cocinados que no se consumen y se tiran. El Objetivo de Desarrollo Sostenible 12, referido a producción y consumo responsables, incluye entre sus metas la reducción a la mitad del desperdicio mundial de alimentos per cápita a nivel de producción y consumo, y reducir las pérdidas de alimentos a lo largo de las cadenas de producción y suministro para 2030. Es en esta última parte en la que la Fundación Banco de Alimentos de Madrid juega su papel para contribuir al cumplimiento del objetivo.

## ¿Cómo contribuye la Fundación Banco de Alimentos Madrid a la consecución del ODS 12?

La misión de FBAM desde que se fundó, hace 26 años, fue una avanzadilla de la meta que recoge el ODS 12.3, pues nuestro primer objetivo ha sido siempre la reducción del despilfarro de los alimentos cuando son muchas las personas que, por situaciones muy diversas, ven comprometida una alimentación básica, sana y nutritiva. La consecución de este objetivo repercute directamente en otros aspectos recogidos en la Agenda 2030 como son la reducción de la malnutrición y fomentar una mejor salud entre la población más desfavorecida que le permita formar parte del mercado laboral, para combatir así la pobreza y la exclusión social.

De forma indirecta tal vez, pero no menos importante, debemos valorar la acción por el clima. El aprovechamiento que realiza FBAM de alimentos que se encuentran en la recta final de su vida ha evitado la destrucción de hasta 23 millones de kilos en 2020 y la consecuente emisión de gases a la atmósfera.



Somos el séptimo país de Europa en desperdicio de alimentos.

# Los retos del mecenazgo

Luis G. Lubén.

Dirección de Mecenazgo.  
Fundación Banco de Alimentos de Madrid.



Luis G. Lubén

Después del año 2020, donde la generosidad y solidaridad tanto de particulares como empresas y fundaciones superó todas las expectativas, en 2021 nos enfrentamos al reto de conseguir recursos para continuar haciendo nuestra labor y no dejar a nuestros beneficiarios sin alimentos, ampliar la cobertura tanto en número de entidades benéficas como de beneficiarios respondiendo a la demanda social, cubrir nuestros gastos operativos y sensibilizar a la sociedad sobre las necesidades de muchas familias.

Desde la Fundación Banco de Alimentos de Madrid hemos hechos grandes esfuerzos en potenciar nuestra presencia en redes sociales como herramienta de visibilización que ha

permitido un mejor conocimiento de nuestros valores únicos:

- Neutralidad: no discriminamos por creencias si no atenta contra la dignidad de las personas.
- Profesionalidad: voluntarios prejubilados y jubilados
- Gratuidad: en todas las fases del proceso y ningún directivo es remunerado.
- Transparencia: acreditados por la Fundación Lealtad y las cuentas auditadas y públicas.

Pero esta presencia en redes sociales y a través de nuestra web no es suficiente, por lo que mantenemos una relación continua y personalizada con donantes actuales y potenciales.

A pesar de tener unos gastos operativos mínimos (por debajo del 2% del valor de los alimentos que distribuimos), las necesidades de recursos financieros han crecido debido a que tenemos que adquirir alimentos, ya que las donaciones de la industria alimentaria no son suficientes, y a las inversiones que hemos tenido y tenemos que acometer debido a los requisitos de transporte, movimiento y almacenamiento de los alimentos (vehículos, carretillas elevadoras, almacenes frigoríficos y de productos congelados, etc).

---

*Las necesidades de recursos financieros han crecido debido a que tenemos que adquirir alimentos, ya que las donaciones de la industria alimentaria no son suficientes*

---

Actualmente, los criterios de los donantes se han modificado en varios aspectos:

- Los departamentos de RSC (Responsabilidad Social Corporativa) toman cada día más relevancia en la misión y objetivos de las empresas socialmente responsables.
- El número de ONG que cubren necesidades sociales y, por tanto, demandan fondos, es mayor tanto a nivel nacional como supranacional.
- Las aportaciones del sector público tanto nacional como europeo están cayendo, a pesar de que el tercer sector atiende problemas de los que deberían ocuparse los estados
- Los valores éticos y la transparencia, así como la sostenibilidad, son parámetros de medida cada vez más apreciados.
- Los requisitos para demostrar el impacto de cada donación son más estrictos. Un dato que refleja el impacto de una donación a nuestra fundación es que con 150 € suministramos alimentos a una familia de dos adultos y dos niños durante un mes (alimentación básica de despensa que completamos con frutas y hortalizas y productos frescos procedentes de donaciones).

Por todo ello, desde la Dirección de Mecenazgo de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid seguimos pidiendo ayuda a empresas privadas y particulares para que aporten su granito de arena para remediar, en la medida de lo posible, la situación de las personas más desfavorecidas.

# Ayúdanos a paliar el hambre y acabar con el desperdicio de alimentos.



Conoce más sobre la Fundación  
Banco de Alimentos de Madrid



Infórmate en [bamadrid.org](http://bamadrid.org)  
o en el teléfono **917 346 383**

# TU SOLIDARIDAD NOS ALIMENTA

Gracias a ti, El Corte Inglés colabora nuevamente con el Banco de Alimentos de Madrid, en su labor de conseguir alimentos para las personas más necesitadas. Especialmente en estos momentos.

EL CORTE INGLÉS, S.A. C/ Hermosilla 112, 28009 Madrid



Responsable**mente**