

Plan Estratégico

2024-2026



***Asociación Banco de Alimentos Medina Azahara
Asociación Declarada de Utilidad Pública
Premio Príncipe de Asturias de la Concordia 2012***

*Campo San Antón, s/n. (Matadero Comarcal)
Tlfs. 957 751070 info@bancordoba.info
14010 CÓRDOBA*

INDICE

Contenido

1. Introducción 3

2. METODOLOGIA..... 4

3.1 Fase 1 Establecer la misión, visión y valores del BAMA..... 4

3.2 Fase 2: Diagnóstico del BAMA..... 4

3.3 Fase 3 Generación de estrategias y objetivos 5

3.4 Fase 4 Redacción del Plan de Acción o Plan Estratégico y recomendaciones para su puesta en marcha..... 5

3.5 Fase 5 Seguimiento y evaluación 5

3. MISION, VISION Y VALORES..... 6

4.1 Misión..... 6

4.2 Visión..... 6

4.3 Valores..... 6

4. ANALISIS Y DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ACTUAL..... 6

5.1 Grupos de interés de la asociación 7

5.2 Análisis DAFO 8

5. OBJETIVOS, EJES DE ACTUACIÓN Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS..... 10

6.1 EJE 1. Estructura interna. 10

6.2 EJE 2. Desarrollo de medios tecnológicos. 11

6.3 EJE 3. Plan de Formación..... 12

6.4 EJE 4. Apertura a la sociedad. 12

6.5 EJE 5. Voluntariado..... 13

6.6 EJE 6.Captación. 14

6.7 EJE 7. Mejora de recursos. 14

6.8 EJE 8. Relación con las instituciones beneficiarias..... 15

6.9 EJE 9. Logística..... 15

6. SEGUIMIENTO Y EVALUACION DEL PLAN ESTRATEGICO 2024-26 16

1. Introducción

El primer Banco de alimentos del mundo se creó en 1966 en Estados Unidos con el objeto de recoger alimentos excedentarios o con caducidad próxima, también para retirar o adquirir alimentos del mercado con el objeto de distribuirlos a comedores sociales y otros centros asistenciales, ayudando a mitigar las necesidades alimenticias de las personas más desfavorecidas de la sociedad.

En el año 1987 se creó el primer banco de alimentos en España y seis años después el Banco de Alimentos Medina Azahara (BAMA). No sería hasta 1996 cuando se fundó la Federación Española de Bancos de Alimento que hoy agrupa a 55 entidades de esta clase. Años después, en 2004, se creó la Federación de Bancos de Alimentos de Andalucía, Ceuta y Melilla, con ámbito regional.

En el año 2003 un grupo de cordobeses beneméritos, sin medios y con mucha ilusión, fundaron el Banco de Alimentos Medina Azahara que creció muy rápido y que ha llegado a ser una asociación que atiende a más de 27.000 personas de la más vulnerables de la provincia de Córdoba y que ha repartido más de cuatro millones de kilogramos de alimentos en cada uno de los últimos años. Por ello, no es raro que quienes integramos el Banco solamos decir coloquialmente que es una gran obra.

Sin duda, este rápido progreso se ha debido al apoyo decidido y permanente de la sociedad cordobesa que ha tomado como “suyo” el BAMA desde la fecha de su creación. Han sido los voluntarios, las instituciones, las empresas grandes y pequeñas, y miles de entidades de todas clases los auténticos protagonistas de esta importante labor solidaria.

En estos años ha habido dos realizaciones materiales destacables: la rehabilitación del antiguo matadero municipal y la construcción en terrenos del mismo de una espléndida nave industrial de 600 metros cuadrados, que ha permitido superar la escasez de espacio que era un problema endémico en nuestra asociación.

Superados ya los problemas más acuciantes, fue en 2018 cuando hicimos un alto en el camino para repensar quiénes somos, cómo trabajamos y cuáles han de ser las medidas que se han de adoptar para mejorar nuestros procedimientos y relaciones con nuestro entorno, es decir, para optimizar nuestra labor solidaria.

Para ello ha servido de gran ayuda la decisión de mantenernos en la renovación bianual del Sello de la Fundación Lealtad, que nos ha obligado a hacer un serio análisis de nuestra realidad, nuestra misión, nuestra metodología, nuestros resultados, nuestros procedimientos...

Estas reflexiones son las que se plasman en el presente plan estratégico 2024-2026.

¿Por qué un Plan estratégico 2024-2026?

El presente Plan Estratégico no tiene otro objetivo que ordenar y sistematizar nuestra actividad para aprovechar las economías de escala, mejorar su control y valernos de las innovaciones que se han ido produciendo en los últimos años en la administración de empresas y entidades. Estas fueron las razones que nos impulsaron a hacer un replanteamiento general de su actividad, métodos de trabajo y relaciones con el entorno. Decidido esto, necesitábamos una sociedad o ente exterior que, de alguna manera pudiese verificar nuestra buena gestión.

No era posible recurrir a una sociedad de auditoría por sus costes. Y fue entonces cuando la FESBAL nos sugirió que muchos Bancos habían contactado con la Fundación Lealtad con buenos resultados. Y de ahí a nuestra decisión había un solo paso.

2. METODOLOGIA

Con el objetivo de promover un proceso participativo que implique el mayor número de personas dentro de la entidad y alcanzar el cumplimiento de las directrices del BAMA se establecieron una serie de fases para la elaboración del presente Plan.

3.1 Fase 1 Establecer la misión, visión y valores del BAMA

La misión, visión y valores del BAMA ya existentes fueron revisadas y redefinidas en la primera fase del Plan.

3.2 Fase 2: Diagnóstico del BAMA

Para realizar el diagnóstico hemos elaborado una matriz DAFO para cada uno de los departamentos o área de trabajo, en las que hemos indicado Debilidades, Amenazas, fortalezas y Oportunidades del BAMA. Una herramienta eficaz para extraer las conclusiones y propuestas operativas a partir de los análisis realizados.

Para elaborar la matriz DAFO se ha procedido en primer lugar al análisis interno de la organización:

Las debilidades son todos aquellos aspectos existentes en el BAMA en el momento actual que pueden suponer un freno al desarrollo de su misión, visión, y objetivos que exigen estrategias de corrección.

Las fortalezas son todos aquellos aspectos existentes en el BAMA en el momento actual y que pueden suponer ventajas para el logro de su misión, visión y objetivos y que deben ser potenciadas.

El pensamiento estratégico exige tener en cuenta también los factores externos que no pueden ser manejados de manera directa desde el BAMA, pero sobre los que pueden desarrollar estrategias que favorezcan sus efectos positivos y limiten los negativos.

Las amenazas son aquellos procesos sobre los que se puede prevenir y prever estrategias que reduzcan sus efectos negativos o los transformen en positivos.

Las oportunidades son aquellos procesos que gravitan dentro de los ejes de actuación de la entidad y sobre los que ésta debe desarrollar estrategias que permitan aprovecharlas.

Posteriormente hemos relacionado dichos aspectos entre sí para establecer su nivel de interacción y detectar las áreas en las que tendremos que concretar esfuerzos.

3.3 Fase 3 Generación de estrategias y objetivos

Del diagnóstico se extrae la información necesaria para definir las estrategias del BAMA y los objetivos que componen cada uno de esos ejes. Siguiendo el mismo sistema que en la fase anterior y sobre sus resultados, se decidieron las estrategias a seguir. Se trabajó sobre las alternativas identificadas y se seleccionaron las más prioritarias.

3.4 Fase 4 Redacción del Plan de Acción o Plan Estratégico y recomendaciones para su puesta en marcha

Se trabajó en la redacción del Plan en versión borrador. Se desarrolló a partir del citado documento y finalmente se aprobó.

3.5 Fase 5 Seguimiento y evaluación

Como parte del Plan Estratégico se analizaron los procesos de implementación del Plan y su seguimiento. Cabe destacar que la evaluación se realizó de manera continuada.

3. MISIÓN, VISION Y VALORES

4.1 Misión

Nuestra misión consiste primariamente en repartir alimentos gratuitamente a entidades no lucrativas que los hacen llegar a las personas más vulnerables de la provincia de Córdoba. También implica concienciar a la sociedad de que vivimos en una sociedad desarrollada en que se da una contradicción moralmente repudiable: hay hambre en extensas capas de la población que coexiste con un despilfarro creciente de alimentos en amplios sectores de la sociedad. A su vez, vamos a intervenir en la formación de nuestros beneficiarios.

4.2 Visión

Gestionado mayoritariamente de forma altruista, pretendemos que el BAMA sea una entidad de excelencia en transparencia y buenas prácticas a la par de un puente entre los que quieren servir y los que necesitan ser servidos.

4.3 Valores

- ✓ **Justicia y solidaridad.** Nuestro primer objetivo es la mejora de las personas que están en situación de exclusión social.
- ✓ **Comunicación y transparencia.** Pretendemos que lo que hacemos sea conocido por los voluntarios, benefactores, colaboradores y, en fin, la sociedad en general, requisito necesario para una ejemplar gestión.
- ✓ **Eficacia.** Debemos obtener el mayor aprovechamiento de los recursos que la sociedad pone en nuestras manos.
- ✓ **Gratuidad y honestidad.** Distribuiremos los alimentos de forma gratuita y comprobaremos que así lleguen a su destino.
- ✓ **Sensibilización.** La sensibilización del aprovechamiento de los alimentos y la lucha contra el despilfarro serán nuestro Norte.

4. ANALISIS Y DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ACTUAL

El periodo que se abre 2024-2026 se caracterizará para el banco de alimentos con una palabra que marcara todo el periodo de duración del plan estratégico: incertidumbre. Siete situaciones marcarán este periodo

- El Cambio de modelo de la entrega de los fondos europeos y sus consecuencias

- La implantación de la ley del desperdicio que entrará en vigor en Enero de 2025 y la puesta en marcha del Plan B diseñado por la FESBAL
- La necesidad de cambio del voluntariado permanente del Banco y la adecuación del voluntariado a las nuevas necesidades
- La renovación de la cesión de las instalaciones del Banco por parte del Ayuntamiento y la adecuación de estas.
- La implantación de cursos de formación de inserción laboral que traerá consigo la necesidad de nuevos empleados fijos en el Banco y un cambio en el funcionamiento del banco
- La bajada de las donaciones y la merma en la recaudación en las dos campañas principales que se realizaron en el 2023, la Gran Recogida y la Campaña de Primavera y que está pasando también con otras ONGs.
- La celebración del 20ª aniversario del acta de fundación del Banco de Alimentos.

Hay un séptimo elemento que tenemos que tener en cuenta y hacer estudios y poner medios: Se trata de “la inseguridad alimentaria” entre nuestros beneficiarios y que la falta de medición la hace invisible y resulta muy difícil de calibrar sus consecuencias; esta inseguridad alimentaria se ha dado por la inflación de los últimos años y la subida de la cesta de la compra

5.1 Grupos de interés de la asociación

Internos

- **Entidades beneficiarias:** Son la razón de ser del BAMA. Demandan servicios, expresan necesidades y situaciones que dan lugar a que la asociación adopte las medidas adecuadas.
- **Beneficiarios:** No tenemos contacto con ellos, nuestra relación con ellos es a través de las entidades.
- **Donantes:** Nos permiten atender a las entidades de una forma adecuada, sin ellos no sería posible nuestra labor.
- **Voluntariado:** Es el elemento personal sobre el que descansa nuestra asociación; dentro de él cabe distinguir entre estables y eventuales. Los primeros forman la estructura interna de la asociación, realizan su labor de forma continuada en el tiempo y participan en el devenir diario de la organización. Los segundos participan en actividades que realiza el Banco
- **Personal asalariado:** Realiza diversas actividades en la asociación y, dada su asistencia diario a su puesto de trabajo, contribuye a la continuidad de las distintas tareas del BAMA. Es muy reducido: no más de cinco personas.
- **Socios:** Son aquellos que entregan una cuota periódica al Banco, que son miembros de la asamblea pero que la interconexión con ellos es casi nula

Externos

- **Administraciones Públicas:** Crean el marco normativo y funcional que hacen posible el funcionamiento de la asociación, a la que financian parcialmente. A ellas se rinde cuentas de la gestión general del BAMA y de la aplicación concreta de los fondos donados.
- **Entidades privadas:** Contribuyen a la actividad del BAMA mediante la financiación de proyectos y apoyo a su desarrollo. Al igual que a las Administraciones Públicas, la asociación les rinde cuentas de la aplicación de los fondos donados.
- **Otras entidades no lucrativas:** Son aquéllas a las que se encomienda el reparto de alimentos a los beneficiarios directos hay una relación continuada e inmediata. Con las que estamos integrados (FESBAL y FABA) la relación es muy intensa ya que desarrollan servicios comunes para todos los Bancos de Alimentos.
- **Cadenas de alimentación:** Son las que con su colaboración hacen posible que la cadena del Banco funcione gracias a acuerdos y convenios, destacar los convenios con la mermas
- **Ciudadanía en general:** Su colaboración es capital para el BAMA que se siente arropado y respaldado por ella. Sin su concurso sería imposible la labor del BAMA.
- **Medios de comunicación:** Difunden la actividad de la asociación y son un medio eficaz para hacer llegar a la población los mensajes e iniciativas del BAMA.

5.2 Análisis DAFO

DEBILIDADES (Estrategia de mejora ante aspectos negativos internos)

- Insuficiente integración de los voluntarios y colaboradores no estables (unos 1.500)
- Poca participación de la mujer en el voluntariado estable del Banco
- Insuficiente interacción y comunicación con el voluntariado no estable
- Necesidad de mayor formación en herramientas informáticas (Excel, Acces, etc.) por parte del voluntariado estable
- Poca digitalización de la documentación del banco y desarrollo informático de las tareas del banco
- El conocimiento de los puestos de trabajo no está duplicado, lo que crea una dependencia indeseable de las personas
- Falta de planificación de los objetivos y trabajos periódicos, ausencia de metodología en el trabajo diario

- Insuficiente colaboración de las entidades de reparto en la entrega de la documentación que exige la normativa.
- Bajo nivel de organización en algunas entidades de reparto que dificulta la relación con el Banco
- Dificultad de adaptación de las entidades de reparto a nuevas prácticas operativas del Banco derivadas de la evolución de este.
- No hay una delimitación de responsabilidades y reparto de tareas por parte de la Junta directiva
- Escasa actividad de formación de voluntarios, que debe ser potenciada.
- No existencia de entidades que amparen y arropen al Banco en sus necesidades.
- Falta de relaciones institucionales y contactos con las fuerzas vivas de la ciudad.
- Carencia de un plan de igualdad que nos penaliza a la hora de la puntuación a la hora de pedir subvenciones
- Hay pocos socios.

FORTALEZAS (Estrategia ante aspectos positivos internos)

- Buena imagen social
- Gran capacidad de realización de eventos que debe redundar en el aumento de ingresos complementarios
- Equipo de colegios que realizan una labor a través de charlas informativas en centros de segunda enseñanza
- Buenas instalaciones y su localización en la ciudad
- Motivación por parte de los voluntarios permanentes y su grado de compromiso
- Motivación de todo el personal y apertura y estímulo a sus iniciativas.
- Buen equipo en el departamento de prensa y nuestra influencia en los distintos medios de la ciudad
- Acreditación de la fundación Lealtad en transparencia y buenas practicas

AMENAZAS (Estrategia de mejora ante amenazas externas)

- Alta dependencia presupuestaria del FEGA hasta el 2023 y otras instituciones públicas
- Futuro no garantizado de la concesión administrativa de las instalaciones actuales.
- Bajos imprevistas de algunos voluntarios que cubren puestos de trabajo delicados.
- Insuficiente formación en muchos voluntarios.

- Pérdida de la conciencia social de las necesidades que el banco tiene para atender a las entidades y beneficiarios y bajada en las donaciones.

OPORTUNIDADES (estrategia de posicionamiento ante oportunidades externas)

- Desarrollo del presente Plan Estratégico tras un estudio de la situación actual del Banco
- Impartir planes de formación específicos destinados al personal voluntario y fijo
- Elaborar un manual de procedimientos administrativos del BAMA y hacerlo llegar a todos los departamentos.
- Identificar las tareas que se realizan en el Banco y asignar las responsabilidades a miembros de la Junta Directiva
- Implicar a las entidades de reparto para que aporten más voluntarios a las actividades que realiza el Banco
- Mejorar la relación institucional con las administraciones, entidades privadas y el movimiento ciudadano y asociativo de la ciudad
- Realización de cursos de formación de inserción laboral con nuestros beneficiarios que nos dará otra misión a realizar en banco, no solo asistir, si no intervenir

5. OBJETIVOS, EJES DE ACTUACIÓN Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS

El examen de lo expuesto permite orientar la actuación del BAMA en nueve líneas estratégicas orientadas a corregir las debilidades, potenciar las fortalezas y reducir los efectos negativos de las amenazas, diseñando las líneas estratégicas para aprovechar las oportunidades citadas.

6.1 EJE 1. Estructura interna.

Identificación de tareas. Modificación de las tareas asignadas y las formas de trabajo para optimizar el funcionamiento del Banco. Desarrollo de un Plan de Igualdad. Revisión de los recursos humanos del Banco.

El cambio en la presidencia del Banco de Alimentos y la renovación de la Junta Directiva aconseja una gestión más colegiada y participativa. Por este motivo y para el buen funcionamiento del banco tenemos que identificar las tareas que se desarrollan en el banco para asignarle un responsable de hacer el seguimiento y la evaluación de los desempeños. Esta responsabilidad debe de estar en los miembros de la Junta Directiva. También conseguiremos que el voluntariado y el personal fijo sepan a quién reportar y quién debe de tomar las decisiones.

Hay que hacer un estudio en este periodo de las tareas que desarrollan el personal asalariado del Banco y la aportación que hacen en cuanto a iniciativas e ideas que presentan y el grado de responsabilidad que tienen en el funcionamiento del Banco.

Las necesidades del banco en cuanto a personal aumentarán en este periodo en cuanto es necesaria la contratación de un técnico cualificado en inserción laboral y experto en realización de proyectos para lograr subvenciones que ayuden al mantenimiento del banco: tenemos que buscar un perfil que sea compatible para que asuma otras responsabilidades.

Para ir avanzando en este periodo debemos de realizar un diagnóstico de la situación de igualdad que tenemos en el banco. Tenemos que hacer un esfuerzo para incorporar a la mujer en las funciones del voluntariado permanente, actualmente apenas el 10% son mujeres las que participan permanentemente en el banco.

6.2 EJE 2. Desarrollo de medios tecnológicos.

Revisión de los medios actuales de gestión para mejorar el funcionamiento del banco. Digitalización de la documentación del Banco

El BAMA está bastante bien dotado de equipos informáticos. Para las necesidades de su gestión diaria cuenta con equipos en red que permiten desarrollar la contabilidad sin dificultades. Además, el control de movimiento de mercaderías no presenta especiales dificultades, puesto que la herramienta TRIBAL facilita toda la gestión. Contamos con conexión con casi todas las redes sociales. Periódicamente recibimos donaciones de equipos cada vez más modernos. La conexión a internet tiene una velocidad razonable

En materia de programas, además de los programas de contabilidad y TRIBAL, estamos iniciando nuestra conexión al PLAN B, promovido por la Federación Española de Bancos de Alimentos.

El problema más importante que tenemos en el área informática es el de la formación de los voluntarios en las diferentes aplicaciones de algunos programas específicos.

Sí hay diversas iniciativas pendientes de desarrollo en el área de medios de comunicación:

- Se debería de dar a conocer todo el material que se produce mediante pantallas distribuidas por las instalaciones
- Adquirir equipos pues el Banco sólo cuenta con un proyector.
- Hacer videos o similares para difundir cómo se realizan ciertas tareas

6.3 EJE 3. Plan de Formación.

Planteamiento de cursos de formación para nuestros beneficiarios con un cambio en nuestras funciones de no solo asistir sino, de intervenir.

Definir la estructura organizativa necesaria para acometer antes de 2026 líneas de actuación social entre beneficiarios con un doble objetivo: incremento del número de voluntarios y potenciar sus posibilidades de inserción laboral.

Esta asociación realiza su actividad en la provincia de Córdoba, territorio en que hay unos niveles muy altos de desempleo con carácter casi secular, no descartamos que una vez en funcionamiento el centro de formación, se puedan utilizar sus instalaciones para formación de desempleados ya que la instrucción de estos desvalidos es el mejor camino para conseguir su inserción social.

6.4 EJE 4. Apertura a la sociedad.

Lograr mayor conocimiento del banco por parte de la sociedad cordobesa y conseguir mayor sensibilización de la sociedad de la misión del banco con más apertura a todos los estamentos tanto públicos como privados

Quizás una de las asignaturas pendientes del Banco de Alimentos es la de mantener una relación activa y continua con las instituciones ya sea de carácter político o civil y más, en ciertos ámbitos más ideologizados de la sociedad cordobesa. Si queremos abrir el Banco a toda la sociedad hay que darnos a conocer.

Es necesario mantener relaciones con los distintos estamentos de la Ciudad al más alto nivel, esta acción por cuestiones protocolarias debe de estar liderada por La Junta Directiva y por su presidente. Para ello hay que crear la figura dentro de la Junta directiva o fuera, como se estime oportuno, de la figura de responsable de relaciones institucionales que será el que canalice las distintas reuniones y sea referente del banco en este apartado.

En este periodo tenemos que ampliar la masa social que respalda al banco, tenemos un número de socios insuficiente para las necesidades del Banco, hay que realizar un plan de captación de socios en este periodo y un plan de comunicación que nos ayude a conseguir involucrar a más personas en el banco.

A propósito de la apertura a la sociedad, se aprovechará la celebración del 20º aniversario para dar a conocer nuestra labor y conseguir que podamos ayudar a todas las personas necesitadas de la provincia. Para ello se creará una comisión que elaborará un plan que dé solidez a los actos que se pongan en marcha.

6.5 EJE 5. Voluntariado.

Búsqueda de nuevos voluntarios que se adapten a los nuevos retos y que tengan un gran nivel de compromiso para lograr un relevo ordenado de los voluntarios actuales. Plantear un plan de formación de voluntariado

El BAMA es una asociación en que el trabajo del voluntariado es capital, no en vano tiene únicamente 4 empleados para distribuir más de 4 millones de kilogramos de alimentos al año. Siendo esto así, se comprenderá la función esencial que cumplen los voluntarios y la importancia que tienen para la asociación su fidelización y su asistencia habitual al centro. Por ello, la formación permanente de estas personas debe ser objetivo prioritario, en especial para los puestos de trabajo en que no hay sustitutos de quien los viene cubriendo, en los que una simple ausencia crea problemas de difícil solución...

De otra parte, su aumento numérico repercutirá favorablemente en la sensibilización de la sociedad en los problemas del desigual reparto de alimentos y el despilfarro.

Respecto a los coordinadores y voluntarios debemos tener especial atención, pues sin estos colaboradores será imposible el desarrollo de la actividad principal del Banco de Alimentos en cualquiera de sus formas, por lo que hay que actuar con diligencia para que se pueda atajar el problema de la renovación escalonada del personal voluntario y acometamos o sepamos ir dando paso a generaciones venideras que son las que se harán cargo de nuestras actividades en un futuro próximo, por lo que no debemos dar mucho tiempo en empezar a actuar en ese sentido. Así pues, hay que buscar coordinadores y voluntarios que se adapten a los nuevos retos y que tengan un gran nivel de compromiso para lograr un relevo ordenado de los actuales.

Por tanto, se plantean los siguientes objetivos:

- 1.- Consolidar los actuales coordinadores, delegados y voluntarios
- 2.- Renovar a los mayores buscando personas y entidades comprometidas
- 3.- Reuniones programadas con AAVV, Colectivos sociales, Hermandades y Cofradías, Colegios e Institutos, Universidad, Centros de Formación etc.
- 4.- Tener actualizados los voluntarios asignados a cada tienda y sus suplentes
- 5.- Contacto periódico para conseguir su fidelidad y compromiso

Por otro lado hemos a mantener en activo el tema de los visitantes para mantener la cohesión, el contacto y la relación con las entidades beneficiarias para garantizar que los alimentos lleguen a las personas más necesitadas y desfavorecidas de la provincia de Córdoba.

6.6 EJE 6.Captación.

Mejorar la Captación de alimentos a través de la recogida de Mermas y de la aplicación de la nueva ley del desperdicio alimentario. Implementación del PLAN B creado por la FESBAL

Hay cuatro tipos de captación de fondos:

a) Económico, conseguido a través de convenios con organismos oficiales (subvenciones), como son el Excmo. Ayuntamiento de Córdoba y Excmo. Diputación de Córdoba, y con otras entidades, sobre todo fundaciones de entidades financieras. También se reciben por medio de la FESBAL, aportaciones procedentes de convenios realizados a nivel nacional.

b) Operaciones kilo, llevadas a cabo en las cadenas de alimentación en primavera y otoño. Esta, denominada Gran Recogida, que se hace en todo territorio nacional, más la que hacemos en colegios e institutos y otros establecimientos, por iniciativa propia.

c) Mermas, recogidas por instituciones de consumo, al amparo de los distintos convenios de colaboración, llevados a cabo por el Banco de Alimentos y las principales cadenas de alimentación, buscando cumplir con la futura ley de desperdicio cero.

d) Eventos deportivos y culturales, que con fines recaudatorios celebramos, torneo de golf, ruta de senderismo y carrera popular "CORDOBARIA". Además, este año hemos incorporado un concierto de la Orquesta de Córdoba, en el Gran Teatro:

Actividades de comunicación que se realizan con donantes:

Previo a cualquier acto de captación, empleamos todos los medios a nuestro alcance, redes sociales, prensa, radio, tv, cartelería e incluso publicidad en autobuses, para hacer llegar a la sociedad nuestra solicitud de ayuda

Criterios de selección de empresas colaboradoras y proveedores, aprobados por el órgano de gobierno:

En el caso de las empresas, no tenemos ningún tipo de selección. Si su colaboración es en alimentos, lo que sí tenemos en cuenta es que deben ser consumibles, tanto en calidad, como en fecha de caducidad

Los proveedores, los seleccionamos entre las empresas más conocidas de España, después de un concurso de tres presupuestos.

6.7 EJE 7. Mejora de recursos.

Lograr mejor financiación del Banco con la búsqueda de nuevos socios donantes y la búsqueda de nuevas subvenciones de las administraciones.

Hasta 2026 es necesario implementar el trabajo relacionado con el aumento de los socios del Banco de Alimentos, por lo que desde la Junta Directiva se impulsará este objeto que periódicamente será analizado y se adoptarán las adecuadas medidas.

Por otro lado, se intentará que una persona experta se encargue de estar al día se las subvenciones que oferten las administraciones para así poder participar de ellas. Desde la Junta Directiva se hará un seguimiento especial de este tema.

6.8 EJE 8. Relación con las instituciones beneficiarias.

Lograr una comunicación más fluida con las instituciones y conseguir que tengan más conocimiento del funcionamiento del banco y mayor colaboración en las actividades del banco.

Para ello se incrementará la transparencia en la comunicación mediante correos electrónicos, comunicación con mensajes inmediatos, entrevistas... Y sobre todo un serio plan de visitas para hacer el adecuado seguimiento, como se ha citado más arriba.

6.9 EJE 9. Logística.

Mantener la actual sede del Banco con la nueva cesión de las instalaciones por parte del ayuntamiento y adecuarla a las nuevas necesidades del Banco

El principal objetivo en este apartado es el de conseguir **prorrogar la concesión de las instalaciones** por parte del Ayuntamiento que cumplen el 2025. Una vez conseguida la concesión tenemos que adaptarla a las nuevas necesidades del Banco

Tenemos que llevar a cabo todas las acciones que sean necesarias para **vender las instalaciones** que tenemos en el Sector Sur, que fueron donadas y que hasta ahora sólo han traído problemas y un costo innecesario y que no puede asumir el banco

Para la implementación del Plan B y la lucha contra el desperdicio es necesaria la adquisición o conseguir la donación **de máquinas congeladoras** para el mantenimiento de los alimentos

Es necesaria la compra de **una traspaleta eléctrica** que ayude a descargar los tráileres ya que al no disponer de muelle es muy dificultosa la descarga de los productos

En cuanto al personal fijo del almacén, si hay una nueva contratación, hay que buscar un **perfil que se adapte a las futuras necesidades del Banco**

6. SEGUIMIENTO Y EVALUACION DEL PLAN ESTRATEGICO 2024-26

A lo largo de la vigencia del Plan se realizarán tres evaluaciones a fin de cada año natural con el fin del seguimiento, ajuste y revisión de las medidas propuestas y la formulación y aprobación, en su caso, de nuevas estratégicas.

Para el seguimiento del Plan se ha acordado crear una comisión de seguimiento del mismo, compuesta por el Presidente, Secretario , Tesorero de la Junta Directiva y dos voluntarios que tengan la condición de socio, elegidos estos últimos por la Junta Directiva. Dicha comisión levantará acta de cada reunión que celebre y y remitirla a la Junta Directiva.

