

# Una clase, una familia.

## Índice:

Un contexto de creciente precariedad en España .....	1
Pobreza infantil e inseguridad alimentaria: cuando la carencia golpea a los más vulnerables.....	2
Bancos de alimentos, comedores sociales y nuevas pobreza.....	2
El impacto de la inflación alimentaria en los hogares .....	3
La respuesta del Tercer Sector: Cruz Roja y otras iniciativas .....	4
¿Por qué una campaña de alimentos desde la Universidad Comillas? .....	4
El sentido de “Una clase, una familia” .....	5
Conclusión: una Navidad más justa es posible .....	5
Citas apa: .....	7

## Un contexto de creciente precariedad en España

España vive una paradoja dolorosa: mientras los indicadores macroeconómicos apuntan a una cierta recuperación, millones de personas siguen sin poder cubrir necesidades tan básicas como la alimentación. En 2024, el 25,8 % de la población —12,5 millones de personas— se encuentra en riesgo de pobreza o exclusión social (EAPN España, 2024; Instituto Nacional de

Estadística, 2025). De ellas, 4,1 millones viven en pobreza severa, con ingresos inferiores a 647 euros mensuales (EAPN España, 2024), y 9,7 millones no alcanzan los 916 euros al mes (El Independiente, 2024).

Estas cifras no son solo números: describen vidas marcadas por la incertidumbre, la renuncia a gastos esenciales y la preocupación diaria por llegar a fin de mes. Casi la mitad de la población (48,5 %) declara tener dificultades para llegar a fin de mes (CaixaBank, 2024; El Independiente, 2024), lo que muestra que la vulnerabilidad económica se extiende más allá de los colectivos tradicionalmente considerados “pobres” y afecta a amplias capas de la población trabajadora.

En este contexto, una universidad con vocación social como Comillas no puede permanecer indiferente. La campaña de recogida de alimentos “Una clase, una familia”, en colaboración con la Orden de San Juan de Dios, se sitúa como una respuesta concreta, cercana y responsable ante esta realidad.

## **Pobreza infantil e inseguridad alimentaria: cuando la carencia golpea a los más vulnerables**

La pobreza tiene un rostro especialmente duro cuando afecta a la infancia. España presenta la mayor tasa de pobreza infantil de la Unión Europea, con un 29,2 % de menores en situación de pobreza, casi diez puntos por encima de la media europea del 19,3 % (EAPN España, 2024). Además, el 30,2 % de las personas que viven en hogares con menores dependientes están en riesgo de pobreza o exclusión social, una tasa solo superada por Bulgaria y Rumanía (EAPN España, 2024).

Las consecuencias de esta realidad son profundas: peores condiciones de salud, mayor riesgo de fracaso escolar, dificultades emocionales y una reproducción intergeneracional de la pobreza. Cuando una familia no puede garantizar una alimentación suficiente, variada y nutritiva, se ve vulnerado el derecho básico a una vida digna, especialmente en el caso de niños y niñas.

La inseguridad alimentaria es ya una realidad estructural. El 6,4 % de la población en España no pudo permitirse una comida con carne o pescado cada dos días, porcentaje que lleva dos años consecutivos en aumento (CaixaBank, 2024). Se estima que 6 millones de personas —alrededor del 13 % de la población— sufren inseguridad alimentaria (Revista Haz, 2024). No se trata solo de “comer menos”, sino de verse obligadas a optar por alimentos más baratos, menos nutritivos y, en muchos casos, poco saludables.

La campaña “Una clase, una familia” busca contribuir a aliviar esta brecha, asegurando que familias acompañadas por la Orden de San Juan de Dios puedan afrontar la Navidad con una despensa más llena y menos ansiedad ante una necesidad tan básica como comer.

## **Bancos de alimentos, comedores sociales y nuevas pobrezas**

El aumento de la pobreza y la desigualdad ha tensado hasta el límite las redes de ayuda alimentaria. Los 54 Bancos de Alimentos de España atendieron en 2023 a 1.188.000 personas a través de 6.500 entidades benéficas (Banco de Alimentos de Córdoba, 2024). En ese mismo año distribuyeron 138.046 toneladas de alimentos, un 8,99 % menos que en 2022 debido a la

disminución de aportaciones y donativos (CaixaBank, 2024). La paradoja es clara: aumenta la necesidad, pero disminuyen las donaciones, lo que refuerza la urgencia de campañas solidarias sostenidas en el tiempo.

A nivel territorial, la dimensión del problema se aprecia bien en ciudades como Madrid y Barcelona. El Banco de Alimentos de Madrid distribuyó en 2024 casi 16,9 millones de kilos de alimentos mediante 529 entidades benéficas, atendiendo a 115.422 personas (Fundación Banco de Alimentos de Madrid, 2024). Madrid es, además, la segunda comunidad autónoma con mayor índice de desigualdad, con 927.062 personas en situación de pobreza severa (Fundación Banco de Alimentos de Madrid, 2024). Por su parte, el Banc dels Aliments de Barcelona atendió en 2024 a una media mensual de 114.100 personas y distribuyó 15.600 toneladas de alimentos a través de 317 entidades sociales (Fundació Banc dels Aliments, 2025).

Los comedores sociales también han experimentado un aumento notable de la demanda. En Madrid, el número de comidas servidas se ha duplicado desde el inicio de la pandemia (Generación 2.0, 2023). La Federación Española de Bancos de Alimentos estima que las personas con carencias alimenticias han aumentado un 40 % desde el comienzo de la crisis sanitaria (Generación 2.0, 2023). Además, el perfil de las personas usuarias ha cambiado: ya no se trata únicamente de personas sin hogar, sino de familias que, aun teniendo vivienda, no pueden afrontar el coste básico de la cesta de la compra (El Español, 2023).

En este contexto surge con fuerza la figura del “trabajador pobre”: personas con empleo, pero con salarios tan precarios que no permiten cubrir necesidades básicas como la alimentación (Fundación F. Campo, 2024). Esta realidad muestra que la pobreza ya no se limita a la falta de empleo, sino que afecta también a quienes, aun trabajando, no consiguen una vida digna.

La Orden Hospitalaria de San Juan de Dios, con su reconocida trayectoria de servicio a personas sin hogar, familias en situación de exclusión, personas migrantes y enfermos, forma parte de este entramado de entidades que sostienen la vida cotidiana de miles de personas. Colaborar con ella desde Comillas supone reforzar una red ya existente, eficaz y cercana al territorio.

## **El impacto de la inflación alimentaria en los hogares**

La emergencia alimentaria no puede entenderse sin el contexto de la inflación. Según la OCU, en los últimos cuatro años el precio de los alimentos se ha incrementado en torno a un 36 % (OCU, 2024). Desde 2020, los alimentos han subido un 38 %, lo que obliga a los consumidores a gastar alrededor de 140 euros más para comprar los mismos productos que hace tres años (OCU, 2024).

Los productos básicos se han encarecido de manera especialmente drástica. El aceite de oliva costaba en agosto de 2024 un 183 % más que en diciembre de 2019 (CaixaBank Research, 2024). El azúcar ha aumentado casi un 67 % en el mismo periodo (CaixaBank Research, 2024). Alimentos tan cotidianos como las patatas, la leche entera y los huevos han incrementado su coste más de un 48 % entre diciembre de 2019 y agosto de 2024 (CaixaBank Research, 2024), y en el caso concreto de los huevos, su precio subió un 50,70 % entre junio y octubre de 2024 (OCU, 2024).

Este contexto ha provocado que el peso del gasto en alimentación dentro del presupuesto familiar pase del 23,4 % en 2019 al 26,0 % en 2024 (CaixaBank Research, 2024). Entre 2019 y 2023, el gasto medio por hogar en alimentación ha crecido un 19,5 % en términos nominales, crecimiento explicado íntegramente por el aumento de precios, no por una mejora de la calidad o cantidad de los productos consumidos (CaixaBank Research, 2024).

Cuando los alimentos básicos se vuelven inaccesibles, las familias se ven obligadas a reducir la calidad de la dieta, a prescindir de productos frescos y a priorizar alimentos más baratos y saciantes, pero menos nutritivos. Esto tiene un efecto directo en la salud, especialmente en menores y personas mayores.

## La respuesta del Tercer Sector: Cruz Roja y otras iniciativas

Entidades como Cruz Roja Española constatan también el agravamiento de la inseguridad alimentaria. La organización atiende a más de 150.000 personas en situación de extrema vulnerabilidad, muchas de ellas con menores a cargo (Revista Haz, 2024). El 70 % de las personas atendidas está preocupada por no poder alimentar adecuadamente a sus familias, y solo un 32 % prepara comidas con alimentos frescos a diario. Un 80,5 % prioriza alimentos menos nutritivos pero más baratos y saciantes (Revista Haz, 2024).

Para responder a esta realidad, en 2024 se puso en marcha un programa de tarjetas monedero financiado por el Fondo Social Europeo Plus, destinado a que familias vulnerables con menores a cargo puedan adquirir alimentos en comercios ordinarios (Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, 2024). Aunque se trata de un avance que refuerza la dignidad y autonomía de las personas, no sustituye la necesidad de otras formas de apoyo, especialmente en momentos críticos como la Navidad.

La campaña “Una clase, una familia” se inscribe precisamente en esta lógica de complementariedad: se suma a las políticas públicas y a los programas de grandes entidades del Tercer Sector, aportando una contribución concreta desde la comunidad universitaria y reforzando la red de apoyo que sostienen organizaciones como la Orden de San Juan de Dios.

## ¿Por qué una campaña de alimentos desde la Universidad Comillas?

Como universidad, Comillas no es solo un espacio de transmisión de conocimiento, sino también de formación ética, compromiso social y construcción de ciudadanía. Ante la realidad de pobreza y exclusión descrita, la neutralidad no es una opción. La campaña de recogida de alimentos de Navidad responde a varios objetivos complementarios:

- **Responder a una necesidad urgente y concreta.** Las familias acompañadas por la Orden de San Juan de Dios afrontan la subida de precios y la inseguridad alimentaria en un contexto de especial vulnerabilidad. Garantizarles alimentos básicos durante la Navidad no es un gesto simbólico: es una intervención directa que mejora su bienestar inmediato.
- **Promover una solidaridad informada.** Los datos de pobreza, desigualdad e inseguridad alimentaria muestran que la carencia de alimentos no es un problema puntual, sino estructural. La campaña se apoya en esta

evidencia empírica y la traduce en acción, ayudando al estudiantado y al personal universitario a entender la realidad que hay detrás de cada donación.

- **Sensibilizar en justicia social y corresponsabilidad.** “Una clase, una familia” plantea un vínculo claro: cada clase se compromete a sostener al menos a una familia. Este mecanismo hace visible la conexión entre el aula y la vida real, y recuerda que el conocimiento difícilmente puede desligarse de la responsabilidad social. No se trata solo de “dar”, sino de aprender a mirar la realidad desde las personas más vulnerables.
- **Reforzar la alianza con la Orden de San Juan de Dios.** La Orden Hospitalaria encarna una tradición de hospitalidad y atención a las personas excluidas que conecta directamente con los valores de Comillas. Colaborar con ella implica canalizar la solidaridad de la comunidad universitaria a través de una institución con experiencia, capilaridad y presencia en el territorio.

## El sentido de “Una clase, una familia”

El lema de la campaña no es solo un eslogan, sino una propuesta pedagógica y comunitaria. “Una clase, una familia” significa:

- **Concreción.** No se dona para un “colectivo abstracto”, sino para familias concretas acompañadas por la Orden de San Juan de Dios. La idea de que una clase asume la responsabilidad simbólica de una familia ayuda a visualizar el impacto de las donaciones.
- **Corresponsabilidad compartida.** Cada grupo de estudiantes, junto con su profesorado, puede organizarse para construir un lote de alimentos equilibrado, digno y respetuoso con las necesidades reales, siguiendo las indicaciones de las entidades receptoras.
- **Proceso educativo.** La campaña ofrece la oportunidad de trabajar en el aula los datos sobre pobreza, desigualdad, seguridad alimentaria y derechos humanos, conectando los contenidos académicos con una experiencia concreta de compromiso.
- **Experiencia de comunidad.** La campaña refuerza el sentido de pertenencia a una universidad que cuida, que mira hacia fuera y que, desde su identidad propia, quiere contribuir a una sociedad más justa.

## Conclusión: una Navidad más justa es posible

La Navidad es un tiempo en el que se hace especialmente visible la brecha entre quienes pueden celebrar con abundancia y quienes tienen dificultades para cubrir lo más básico. En un país en el que 12,5 millones de personas viven en riesgo de pobreza o exclusión social (EAPN España, 2024; Instituto Nacional de Estadística, 2025), y en el que la inseguridad alimentaria afecta ya a 6 millones de personas (Revista Haz, 2024), la pregunta no es si hace falta una campaña de recogida de alimentos, sino cómo la articulamos para que sea eficaz, digna y transformadora.

La colaboración entre la Universidad Pontificia Comillas y la Orden Hospitalaria de San Juan de Dios a través de la campaña “Una clase, una familia” es una respuesta concreta, basada en datos y en valores. Permite:

aportar alivio inmediato a familias en situación de vulnerabilidad;

reforzar redes de apoyo ya existentes, como bancos de alimentos y entidades sociales;

y, al mismo tiempo, formar a una generación de profesionales y ciudadanos conscientes de las raíces estructurales de la pobreza y comprometidos en su transformación.

En última instancia, esta campaña no pretende sustituir las políticas públicas ni resolver por sí sola la crisis de la carestía alimentaria, pero sí expresar, desde la universidad, que ninguna comunidad educativa puede considerarse excelente si permanece indiferente ante el sufrimiento de quienes le rodean.

“Una clase, una familia” es, por tanto, una invitación a que la comunidad de Comillas haga de la Navidad un tiempo de justicia y de fraternidad concreta: llenando despensas, compartiendo recursos y aprendiendo, juntos, que la solidaridad informada y organizada puede marcar una diferencia real en la vida de muchas personas.

*Porque cuando nadie ve ... suceden grandes cosas*

*(Las referencias completas para los datos citados se encuentran en el listado bibliográfico.)*

## Citas apa:

- Banco de Alimentos de Córdoba. (2024, 16 de febrero). *Los Bancos de Alimentos de España atendieron en 2023 a cerca de 1,2 millones de usuarios*. <https://bancordoba.org/los-bancos-de-alimentos-de-espana-atendieron-en-2023-a-cerca-de-12-millones-de-usuarios/>
- CaixaBank. (2024, 30 de mayo). *Los bancos de alimentos alertan del aumento de la pobreza alimentaria mientras disminuyen los donativos*. [https://www.caixabank.com/comunicacion/noticia/los-bancos-de-alimentos-alertan-del-aumento-de-la-pobreza-alimentaria-mientras-disminuyen-los-donativos\\_es.html](https://www.caixabank.com/comunicacion/noticia/los-bancos-de-alimentos-alertan-del-aumento-de-la-pobreza-alimentaria-mientras-disminuyen-los-donativos_es.html)
- CaixaBank Research. (2024, 7 de octubre). *El precio de los alimentos empieza a dar un respiro*. <https://www.caixabankresearch.com/es/economia-y-mercados/inflacion/precio-alimentos-empieza-dar-respiro>
- Córdoba BN. (2025, 3 de noviembre). *Los Bancos de Alimentos necesitan recaudar unos 10.000.000 kg de alimentos*. <https://www.cordobabn.com/articulo/solidaridad/s-bancos-alimentos-necesitan-recaudar-equivalente-10000-000-kg-alimentos%E2%80%AFen-gran-recogida/20251103120417238946.html>
- EAPN España. (2024). *La pobreza se reduce en España a mínimos de una década, pero la mejora no llega a las personas en situación más extrema*. <https://www.eapn.es/actualidad/1861/la-pobreza-se-reduce-en-espana-a-minimos-de-una-decada-pero-la-mejora-no-llega-a-las-personas-en-situacion-mas-extrema>
- EAPN España. (2024). *España sigue entre los primeros puestos de pobreza en la UE: cuarto país con más población en riesgo de pobreza y exclusión*. <https://www.eapn.es/actualidad/1852/espana-sigue-entre-los-primeros-puestos-de-pobreza-en-la-ue-cuarto-pais-con-mas-poblacion-en-riesgo-de-pobreza-y-exclusion>
- El Español. (2023, 25 de octubre). *Las cifras en los comedores sociales aumentan: "La necesidad no se ha reducido"*. [https://www.elespanol.com/sociedad/20231025/cifras-comedores-sociales-aumentan-necesidad-no-reducido/804169975\\_0.html](https://www.elespanol.com/sociedad/20231025/cifras-comedores-sociales-aumentan-necesidad-no-reducido/804169975_0.html)
- El Independiente. (2024, 30 de mayo). *Más pobreza y menos donativos: aumenta el riesgo de exclusión en España según los Bancos de Alimentos*. <https://www.elindependiente.com/sociedad/2024/05/30/mas-pobreza-y-menos-donativos-aumenta-el-riesgo-de-exclusion-en-espana-segun-los-bancos-de-alimentos/>
- Fundación Banco de Alimentos de Madrid. (2024). *Datos básicos cierre 2024* [Documento PDF]. <https://bamadrid.org/wp-content/uploads/2025/02/DATOS-BASICOS-FBAM-cierre-2024.pdf>
- Fundació Banc dels Aliments. (2025, 11 de julio). *Memoria 2024: un año para consolidar impacto y transformar el futuro alimentario*. <https://www.bancdelsaliments.org/es/blog/memoria-2024-un-any-per-consolidar-impacte-i-transformar-el-futur-alimentari/>
- Fundación F. Campo. (2024, 2 de septiembre). *Comedores sociales familiares y Banco de alimentos 2024*. <https://fundacionfcampo.org/project/comedores-sociales-familiares-y-banco-solidario-de-alimentos-2024/>

- Generación 2.0. (2023, 16 de marzo). *La realidad de los comedores sociales*. <https://generaciondospuntocero.com/los-comedores-sociales-nos-preocupaba-mas-que-la-gente-muriera-de-hambre-que-de-covid/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2025, 13 de febrero). *Encuesta de Condiciones de Vida (ECV). Año 2024. Resultados definitivos* [Nota de prensa]. <https://www.ine.es/dyngs/Prensa/ECV2024.htm>
- Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030. (2024, 23 de enero). *El ministerio de Derechos Sociales pone en marcha un programa de "tarjetas monedero" destinada a la compra de alimentos para familias vulnerables*. <https://www.mdsocialesa2030.gob.es/comunicacion/noticias/derechos-sociales/20240123-programa-tarjeta-monedero.htm>
- OCU. (2024, 12 de julio). *La OCU denuncia el impacto de la inflación en los consumidores españoles y exige medidas urgentes*. <https://www.ocu.org/organizacion/prensa/notas-de-prensa/2024/inflacion120724>
- OCU. (2024, octubre). *Precios de la cesta de la compra*. <https://www.ocu.org/consumo-familia/supermercados/informe/evolucion-precios-cesta-compra>
- Revista Haz. (2024, 5 de junio). *La inseguridad alimentaria se agrava en España, según Cruz Roja*. <https://hazrevista.org/tercersector/2024/06/la-inseguridad-alimentaria-se-agrava-en-espana-segun-cruz-roja/>