

### **PREMIO TANGO AL PROYECTO MÁS SOLIDARIO**

*Tango, la marca de mandarinas sin pepitas de Eurosemillas, reconoce el proyecto más solidario de las cadenas de distribución del panorama hortofrutícola español. Una iniciativa alineada con sus valores empresariales y con las necesidades de la sociedad actual.*

### **Caprabo presenta a este premio su iniciativa PROGRAMA DE MICRODONACIONES CON LOS BANCOS DE ALIMENTOS.**

- *El Programa de Microdonaciones de Caprabo se traduce en 9,5 Millones de comidas para los bancos de alimentos sólo en 2013*
- *El programa, lanzado en 2011, es pionero y permite una segunda oportunidad a los alimentos que no son aptos para la venta pero sí para su consumo.*
- *Es el único programa integral para el que trabaja toda la red de supermercados Caprabo.*
- El Programa de Microdonaciones que Caprabo desarrolla con los Bancos de Alimentos se ha traducido en unos 9,5 millones de comidas en el último año. Caprabo entrega a la red de entidades de los bancos de alimentos aquellos productos que dejan de ser aptos para la venta pero que son aptos para el consumo, diariamente, desde sus 364 supermercados.
- De esta forma se da el máximo aprovechamiento a los alimentos y, por lo tanto, más personas en situación de dificultad se pueden beneficiar.
- La iniciativa, que se puso en marcha en 2011, persigue lograr el mayor aprovechamiento de pequeñas cantidades de alimentos que se retiran de las tiendas al no ser indicados para la venta por diversos motivos (roturas, abolladuras, cercanía de la fecha de caducidad... por ejemplo) pero que son aptos para el consumo.
- El proyecto, iniciado en Barcelona con la Fundación Banco de Alimentos, es de gran envergadura e implica a los 364 supermercados de Caprabo en Cataluña, Madrid y Navarra, los Bancos de Alimentos de Barcelona, Tarragona, Lleida, Girona, Navarra, Madrid, y más de 250 entidades sociales que se encuentran en la red de entidades registradas y colaboradoras de los Bancos de Alimentos.
- Es un proyecto integral de colaboración pensado, desarrollado e implementado de forma conjunta aportando la experiencia en distribución de Caprabo y la red social local de los Bancos de Alimentos.
- La iniciativa supone una importante labor de coordinación entre los diferentes Bancos de Alimentos, las entidades benéficas y Caprabo.
- Previamente a la puesta en marcha de la iniciativa en las tiendas, la Fundación y Caprabo trabajaron en su diseño, el establecimiento de la metodología y las fases de implementación.
- Establecieron cuestiones como la documentación acreditativa, la adecuación de los sistemas informáticos, los parámetros de aplicación de la normativa de calidad, los sistemas de control de procesos, además de la formación de los trabajadores y de las entidades receptoras.

- El proyecto cobra importancia porque consigue el aprovechamiento de alimentos con un sistema de entrega rápido y garantizado.
- Los alimentos son recogidos directamente por entidades beneficiarias de Bancos de Alimentos en el mismo supermercado, por lo tanto, no es necesario enviarlos al almacén central de los Bancos.
- De esta manera se reduce el tiempo de entrega y facilita su consumo inmediato.
- Esta línea de trabajo permite, además de aprovechar los alimentos, reducir residuos, lo que supone una gestión más responsable de los alimentos.
- La iniciativa crea una cadena de solidaridad alimentaria estableciendo un puente entre los alimentos, las necesidades sociales y la distribución de los productos a pequeña escala.

## Caprabo

- Caprabo, compañía de supermercados de referencia, nació en Barcelona en 1959 y, actualmente, tiene una red de 364 supermercados, ubicados en el tejido urbano de las zonas estratégicas de Cataluña, Madrid y Navarra.
- La compañía representa el supermercado urbano de prestaciones con el mayor número de referencias, que combina la oferta de ahorro con la oferta en marcas más amplia del mercado. Cada día, más de 300.000 personas compran en los supermercados Caprabo. Más de 1,3 millones de personas usan de manera regular la tarjeta cliente de Caprabo. Caprabo es pionera en la venta de alimentación por Internet a través de [www.capraboacasa.com](http://www.capraboacasa.com) que cuenta con más de 150.000 clientes. Caprabo forma parte de Grupo Eroski, del que supone el 20% del negocio.
- En 2014, Caprabo ha lanzado su nueva generación de supermercados que constituyen su modelo de futuro basado en la recuperación de los valores tradicionales del comercio de proximidad, que incrementa el valor del producto fresco, la cantidad de productos en tienda y apuesta por la innovación y la capacidad de elección.
- El Compromiso Empresarial de Caprabo se concentra en la ayuda a las familias, a través de su **Programa Bienvenido Bebé**; el fomento de la alimentación saludable, con su **Programa Elige Bueno, Elige Sano**; las iniciativas **Solidaridad** y de **cuidado del Medioambiente**.

[www.caprabo.com](http://www.caprabo.com) / [www.twitter.com/caprabo/](https://www.twitter.com/caprabo/) / [www.facebook.com/caprabo](https://www.facebook.com/caprabo)  
[www.capraboacasa.com](http://www.capraboacasa.com) / [www.miclubcaprabo.com](http://www.miclubcaprabo.com) / [www.viajescaprabo.es](http://www.viajescaprabo.es)