



## El corazón morado reconocerá a las empresas que colaboren con las entidades sociales

Con este nuevo sello de "Sabor Social", Tierra de Sabor acreditará a las firmas agroalimentarias que sean más solidarias

EFE

Un nuevo "corazón morado" identificará el sello de "Sabor Social" con el que la marca Tierra de Sabor acreditará a las firmas agroalimentarias de Castilla y León que colaboren con proyectos de entidades sociales, de forma que cuando el consumidor opte por sus productos sepa que apoya una labor solidaria.

Este nuevo "sello" de la marca Tierra de Sabor aúna el compromiso social de las empresas agroalimentarias que se adhieran y el de los propios consumidores, de forma que cuando adquieran los productos con ese corazón morado contribuyan al desarrollo de un proyecto social de Cáritas, Cruz Roja, el Banco de Alimentos o en la lucha contra el cáncer.

La consejera de Agricultura y Ganadería y portavoz de la Junta, Milagros Marcos, presentó en rueda de prensa este nuevo sello, junto al consejero de Sanidad, Antonio Sáez, un distintivo solidario que echó a andar ayer mismo con la participación de la Fundación Sandra Ibarra, que actuará a través del Centro de Investigación del Cáncer de

Salamanca, y con una primera empresa ya dispuesta a colaborar, Huercasa.

El presidente de esa firma y de la Asociación de Industrias Agroalimentarias de Castilla y León, Félix Moracho, ha incidido en la importancia de que las empresas dejen constancia de "su sensibilidad social", que es "su alma y mejor carta de presentación", y que permite "alimentar su prestigio reputacional".

En esa línea, este sello morado permite ejercer esa sensibilidad social a las empresas, "con cuidado y respeto", "de forma discreta, con una cierta visibilidad comercial pero sin pasarse", "sin posturesos", ya que si se "vislumbra que hay algo postizo nos lo cargamos todo", ha reflexionado.

### Una empresa colaborará ya con el Centro del Cáncer de Salamanca



La consejera Milagros Marcos presentó el "corazón morado". | EFE