



Verificaciones Industriales de Andalucía, S.A.
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y CIENCIA

Campaña solidaria 'Operación Kilo'
Del 12 al 17 de diciembre de 2011

VEIASA DONA 6.750 LITROS DE ACEITE DE OLIVA AL BANCO DE ALIMENTOS EN EL MARCO DE LA OPERACIÓN KILO

- **El consejero delegado de Veiasa hace entrega del donativo al Presidente del banco de Alimentos en las instalaciones que esta organización tiene en el Paseo Marqués de Contadero**

Sevilla, 20 de diciembre de 2011. La empresa pública Verificaciones Industriales de Andalucía, S. A. (VEIASA), dependiente de la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia, ha realizado una campaña de recogida de alimentos, llamada 'Operación Kilo' para colaborar con la Federación de Bancos de Alimentos de Andalucía y celebrada la semana del 12 al 17 de diciembre.

Para finalizar la Campaña el Consejero Delegado de Veiasa, Jesús Rodríguez Román, ha acudido a las instalaciones del Banco de Alimentos de Sevilla, para hacer entrega la Presidente de esta entidad, Juan Pedro Álvarez Giménez de un donativo consistente en 6.750 litros de aceite de oliva.



Al acto, han acudido también, el Presidente de Oleoestepa, Eduardo Pérez Pérez y Ascención Vázquez como titular de la Responsabilidad Social Corporativa en Veiasa y la representación social de los trabajadores Antonio Fernandez.

VEIASA y la Federación de Alimentos de Andalucía llegaron a un acuerdo el pasado mes de noviembre para organizar la campaña de recogida de alimentos en todos los centros de trabajo de la empresa, aprovechando su infraestructura y su presencia en todas las provincias andaluzas.



Verificaciones Industriales de Andalucía, S.A.
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y CIENCIA

El objetivo de esta campaña es concienciar a los ciudadanos de que aportando alimentos o un donativo podrán colaborar con una iniciativa que será de gran ayuda para todas aquellas personas para las que la solidaridad se ha convertido en la única salida.

VEIASA, empresa solidaria

Esta iniciativa solidaria no es la primera que Veiasa pone en marcha, dentro de su política de Responsabilidad Social Corporativa. En el año 2010, con motivo del terremoto que devastó la isla caribeña de Haití, los trabajadores propusieron a la empresa abrir todas las estaciones ITV durante un domingo, con la finalidad de que el dinero recaudado durante ese día se destinase íntegramente a Cruz Roja. La iniciativa fue un éxito y se recaudaron más de 280.000 euros.

Lo mismo ocurrió en otras catástrofes de graves consecuencias humanas y naturales, como el Huracán Mitch de Centroamérica en 1998, para quienes consiguieron recaudar más de 24.000 euros en las 25 estaciones que gestionaba en esta época; o el Tsunami que durante las navidades de 2004 asoló la costa del sudeste asiático. En aquella ocasión, las 28 estaciones de ITV que poseía la empresa recaudaron unos 36.000 euros.