

2. Envolvimento com os Stakeholders

O Grupo Jerónimo Martins considera que o envolvimento com as partes interessadas (stakeholders) constitui um passo relevante na identificação e gestão dos aspectos ambientais, sociais e económicos materiais que, por esse motivo, devem ser incluídos na sua estratégia de actuação e comunicação. Para o efeito, e no sentido de assegurar uma melhoria contínua, o Grupo utiliza diferentes canais de comunicação com o objectivo de promover um maior alinhamento com as necessidades e expectativas dos seus stakeholders.

Stakeholders	Interlocutores	Canais de Comunicação
Accionistas e Investidores	Direcção de Relações com Investidores.	Website corporativo, e-mail, relatórios e contas, revista corporativa semestral, comunicados financeiros, reuniões, conferências, roadshows, Investor's Day e assembleias gerais.
Analistas	Direcção de Relações com Investidores, Direcção de Comunicação e Responsabilidade Corporativas.	Website corporativo, e-mail, relatórios e contas, revista corporativa semestral, comunicados financeiros, reuniões, conferências e Investor's Day.
Organismos Oficiais, Entidades de Supervisão e Autarquias Locais	Direcção de Relações com Investidores, Direcções Fiscais, Direcções Jurídicas, Direcção de Comunicação e Responsabilidade Corporativas.	Website corporativo, e-mail e correio físico, revista corporativa semestral e reuniões.
Fornecedores, Parceiros e Prestadores de Serviços	Direcções Comerciais, Marketing, Qualidade e Desenvolvimento de Marca Própria, Segurança Alimentar, Ambiente, Regionais de Operações, Técnicas, Expansão, TI e Comissão de Ética.	Portal JM Direct, visitas de acompanhamento, auditorias de qualidade e segurança alimentar, reuniões de negócios, contactos directos e revista corporativa semestral.
Colaboradores	Direcções de Recursos Humanos, Escola de Formação, Comissão de Ética e Serviços de Atendimento ao Colaborador.	Serviços de Atendimento ao Colaborador (linha telefónica, correio físico e eletrónico), revistas internas, intranet, reuniões operacionais e de gestão, relações interpessoais, avaliação anual de desempenho, sessões de formação e estudos de clima interno.
Clientes e Consumidores	Serviço de Apoio ao Cliente, Provedoria do Cliente e Comissão de Ética.	Linhas "verdes" de contacto telefónico, e-mail, website corporativo e correio físico.
Comunidades Locais	Direcção de Comunicação e Responsabilidade Corporativas, Lojas e Centros de Distribuição.	Visitas de acompanhamento, reuniões, protocolos e parcerias/mecenato.
Jornalistas	Direcção de Comunicação e Responsabilidade Corporativas.	Website corporativo, comunicados de imprensa, conferências de imprensa, reuniões, relatórios e contas e revista corporativa semestral.
ONGs e Associações	Direcção de Comunicação e Responsabilidade Corporativas.	Visitas de acompanhamento, reuniões, parcerias/mecenato e revista corporativa semestral.

O Grupo Jerónimo Martins integra, ainda, ao nível institucional e ao nível das suas Companhias, diversas organizações e iniciativas nacionais e internacionais na área da Responsabilidade Corporativa que lhe permitem conhecer as tendências nestas dimensões³.

³ Para mais detalhes sobre a forma como nos relacionamos com os stakeholders e sobre as organizações que o Grupo integra consulte www.jeronimomartins.com, na área de "Responsabilidade".

Como resultado do seu envolvimento contínuo com os seus *stakeholders*, o Grupo destaca, por ordem decrescente, os seguintes aspectos materiais⁴:

1. Qualidade e segurança alimentar;
2. Selecção de fornecedores com base em critérios de sustentabilidade;
3. Oferta de produtos de origem sustentável;
4. Condições laborais;
5. Preferência por fornecedores locais;
6. Envolvimento e apoio a colaboradores, às suas famílias e comunidades locais;
7. Oferta de produtos saudáveis;
8. Gestão e valorização dos resíduos;
9. Eficiência energética e redução dos consumos de água;
10. Gestão do relacionamento com fornecedores.

No sentido de assegurar o cumprimento, divulgação e reforço dos Princípios de Responsabilidade Corporativa, o Grupo conta, ainda, com a Comissão de Governo da Sociedade e de Responsabilidade Corporativa que colabora com o Conselho de Administração e com a Comissão de Ética⁵.

A rede social profissional LinkedIn, que no final de 2017 contava com cerca de 110 mil seguidores, continua a ser um meio importante para a divulgação das actividades do Grupo, entre as quais se incluem as acções desenvolvidas no âmbito dos cinco pilares da Responsabilidade Corporativa. Neste contexto, ao longo de 2017, divulgaram-se 72 posts relacionados com a Responsabilidade Corporativa, tendo-se verificado mais de 2,2 milhões de impressões⁶.

⁴ O reporte da actuação do Grupo em cada um destes temas poderá ser consultado ao longo deste capítulo, na área dedicada a cada um dos pilares de actuação que materializam o compromisso com o desenvolvimento sustentável e no seu canal de Responsabilidade em www.jeronimomartins.com.

⁵ As competências de cada uma destas Comissões estão desenvolvidas em www.jeronimomartins.com, na área de “Investidor”.

⁶ Este indicador diz respeito ao número de vezes que cada post foi exibido a usuários do LinkedIn.