

## 7. Apoiar as Comunidades Envolventes

### 7.1. Introdução

Com mais de 3.500 lojas alimentares de proximidade espalhadas por mais de mil cidades, vilas e aldeias de três países, o Grupo reconhece a importância de ser um cidadão activo na contribuição para a superação dos riscos socioeconómicos que as comunidades enfrentam, nomeadamente através do combate à subnutrição e à fome, e do empenhamento na quebra dos ciclos de pobreza e de exclusão social. Além disso, apoia projectos na área do conhecimento sobre nutrição, com o objectivo de sensibilizar, em especial as gerações mais novas, para a prática de padrões alimentares e estilos de vida saudáveis.

Esta é a linha orientadora da Política de Apoio às Comunidades Envolventes, disponível em [www.jeronimomartins.com](http://www.jeronimomartins.com), que se foca nos grupos mais vulneráveis da sociedade: os idosos e as crianças e jovens carenciados.

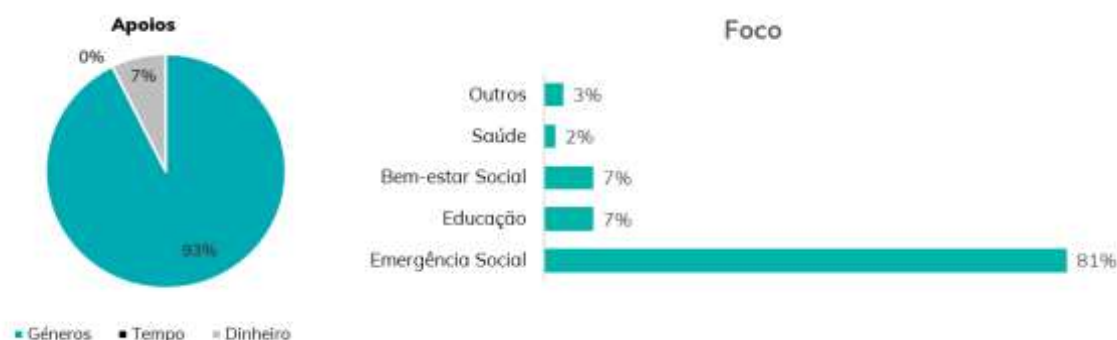
### 7.2. Gestão da Política

As acções apoiadas ou promovidas pelo Grupo são monitorizadas e avaliadas em relação ao impacto que produzem, numa óptica de alocação eficiente de recursos a projectos que abrangem o maior número possível de pessoas e/ou que gerem os maiores e melhores resultados.

Os critérios implícitos à metodologia de avaliação de impacto social London Benchmarking Group (LBG), da qual o Grupo é membro desde 2011, permitem, não só aferir se as mudanças sociais são atingidas, mas também recolher o feedback dos colaboradores na agilização dos apoios.

Em 2017, foi possível medir o impacto decorrente da aplicação de mais de 8,1 milhões de euros<sup>25</sup> em apoios atribuídos a 144 organizações que, por sua vez, se estima terem chegado a mais de 268 mil beneficiários. Este montante compreende doações sob a forma de géneros e também monetária, focando-se maioritariamente em apoios nas áreas da Emergência Social, Educação e Bem-Estar Social.

#### Medição de Impactes Sociais



<sup>25</sup> Este valor corresponde às actividades/projectos medidos junto das instituições e seus beneficiários e com um limite mínimo a partir do qual se considera poderem ser obtidos dados significativos de impactes sociais. Não corresponde, por este motivo, ao montante reportado como valor total de apoios oferecidos pelo Grupo Jerónimo Martins.



A maioria dos beneficiários inquiridos pelas instituições reportaram impactes positivos na sua qualidade de vida. Também as instituições confirmaram que o apoio disponibilizado por Jerónimo Martins e suas Companhias havia permitido investir em melhorias dos sistemas de gestão, quer em recursos humanos, quer em tecnologias de informação e de gestão.

O reporte dos principais indicadores, segundo o modelo LBG, pode ser encontrado no website corporativo, no canal [Apoiar as Comunidades Envolventes](#).

São também realizadas visitas de acompanhamento às instituições com as quais o Grupo celebrou acordos de cooperação para verificação *in loco* da qualidade das infra-estruturas e do serviço prestado.

### 7.3. Apoios Directos

Em 2017, o Grupo manteve a oferta de produtos alimentares a instituições que se dedicam ao alívio da pobreza extrema e os apoios monetários a organizações que realizam trabalho pedagógico com crianças e jovens em risco, numa tentativa de travar o abandono escolar e a exclusão social.

Os apoios directos, em espécie e monetários, atribuídos ao nível corporativo e por todas as Companhias do Grupo perfizeram um total de cerca de 21,7 milhões de euros em 2017, o que representa um aumento de 21% face a 2016.

#### Combate ao Desperdício Alimentar

Os excedentes alimentares que se encontram em condições de segurança alimentar, mas que não podem ser vendidos, são doados pelo Grupo, nas várias geografias, a instituições de apoio social.

Estes excedentes chegam, desta forma, a pessoas em situação de vulnerabilidade extrema.

Estimamos, em 2017, o equivalente a 10,7 mil toneladas doadas.

#### Corporativo

Jerónimo Martins apoiou mais de 50 instituições, totalizando mais de 3,7 milhões de euros em donativos para suportar projectos ao nível da educação, literacia e cultura (82%), ao nível social (11%) e para outras tipologias de apoio nas áreas da saúde, ambiente e cidadania (7%).

Com a chegada de refugiados a Portugal provenientes de vários países do Médio Oriente, nomeadamente da Síria, foi celebrada uma parceria com a Pão a Pão – Associação para a Integração de Refugiados do Médio Oriente, na perspectiva de dar resposta à inclusão e empregabilidade de refugiados sírios, através do lançamento de um restaurante.

Denominado Mezze (Refeição), este é um restaurante situado no centro de Lisboa, onde se pode comer refeições tradicionais da Síria, sendo que o apoio do Grupo, no valor anual de 18 mil euros, é dado em géneros alimentares.

O Grupo apoia também o projecto "Despert'arte", que consiste no desenvolvimento de iniciativas culturais através de uma plataforma de criação artística que alia o contributo de artistas de diferentes áreas – nomeadamente, da música, cinema, escrita, dança, ilustração ou fotografia – à participação de crianças, jovens e adultos provenientes de instituições de solidariedade social, proporcionando-lhes novas experiências.

Jerónimo Martins manteve o apoio, pelo terceiro ano consecutivo, à Academia do Johnson, que tem como missão o combate à exclusão social e ao abandono escolar de cerca de 160 crianças e jovens provenientes de comunidades vulneráveis da zona metropolitana de Lisboa. Com um aumento de 20 pessoas apoiadas face ao ano transacto, a Academia disponibiliza ferramentas educacionais, profissionais e culturais, através de técnicos especializados, que, recorrendo à prática de desporto e apoiando o estudo como forma de desenvolvimento comportamental, social e técnico, ajudam a prevenir situações de risco e a potenciar a integração nas escolas e na sociedade.

O Grupo integrou, ainda, dois jovens da Academia em contexto real de trabalho, tendo sido contratados para a estrutura central e para o Pingo Doce.

## Pingo Doce

O Pingo Doce apoiou mais de 400 instituições de solidariedade social em Portugal que cumprem a sua missão nas zonas de influência das lojas da cadeia, com géneros alimentares e valor monetário.

No total, as doações ascenderam a mais de 14,6 milhões de euros. 96% deste valor corresponde a donativos alimentares que, com um peso equivalente<sup>26</sup> a mais de 9,6 mil toneladas, são distribuídos por 367 instituições espalhadas por todo o país.

Neste âmbito, o Pingo Doce desenvolveu uma campanha de comunicação para informar os clientes do peso total de produtos doados pelas lojas no suporte às instituições das suas comunidades.

## Recheio

O Recheio, João Gomes Camacho e Caterplus ofereceram donativos em géneros alimentares e também monetários a 147 instituições, num valor de mais de 550 mil euros. Deste valor, 84% corresponde a ofertas de excedentes alimentares equivalentes a 318<sup>27</sup> toneladas.

## Biedronka

Na Polónia, o valor dos apoios fixou-se em mais de 2,5 milhões de euros, a mais de 400 instituições.

A Biedronka deu continuidade às operações para a doação à Caritas e a outras instituições, de excedentes alimentares que, estando aptos para consumo e cumprindo os requisitos de segurança alimentar, não podem ser vendidos. Começando com 63 lojas e sete Centros de Distribuição (CD) activos nas doações em 2016, a Companhia chegou às 437 lojas e a 12 CD no final de 2017.

---

<sup>26</sup> Este valor é calculado utilizando uma estimativa do Banco Alimentar Contra a Fome, de Portugal, de 1,46 euros por cada quilograma.

<sup>27</sup> Este valor é calculado utilizando uma estimativa do Banco Alimentar Contra a Fome, de Portugal, de 1,46 euros por cada quilograma.

As doações de alimentos totalizaram, assim, cerca de 670 toneladas<sup>28</sup>, o equivalente a um valor de mais de 1,4 milhões de euros, estimando-se terem chegado a cerca de 11 mil pessoas.

Ainda neste âmbito, a Biedronka suportou a aquisição de dois veículos refrigerados de transporte de mercadorias, em cerca de 77 mil euros. A este montante juntou-se o valor resultante das vendas da campanha [Gang Świeżaków](#) (peluches de fruta e legumes), de cerca de 170 mil euros que serviu, entre outros, para a aquisição de mais cinco veículos para a Caritas.

Tal como em anos anteriores, no âmbito do Dia Mundial da Criança, a Biedronka apoiou a campanha “Vamos Ficar Juntos”, desenvolvida em conjunto com a Caritas para fomentar o reforço de laços entre as crianças e as suas famílias. A campanha teve lugar em 22 cidades de várias regiões da Polónia, tendo sido mais de 200 mil as crianças e pais que usufruíram de acções de entretenimento e de géneros alimentares oferecidos pela Biedronka, num investimento de mais de 100 mil euros.

## Ara

Na Colômbia, a Ara terminou, no final de 2016, a oferta, no âmbito do protocolo de apoio ao Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), de géneros alimentares às amas comunitárias que cuidam de crianças até aos cinco anos de idade provenientes de famílias e bairros com muito poucos recursos financeiros.

O programa *Madres Comunitarias* cumpriu o propósito de colmatar as deficiências nutricionais que as crianças enfrentavam em matéria de proteínas, vitaminas e minerais, sendo feita, através do ICBF, uma monitorização do encaminhamento dos alimentos, assim como do bem-estar mental e físico, e uma avaliação dos indicadores nutricionais das crianças beneficiadas. Em 2018, este apoio será redesenhado para responder a outras necessidades das crianças, designadamente ao nível da higiene pessoal.

Entre 2014 e 2016, foram abrangidas pela parceria entre a Ara e o ICBF um total de 3.668 crianças, provenientes de 262 creches. Foram oferecidos mais de 14.750 cabazes alimentares durante este período, num valor superior a 179 mil euros, o equivalente a mais de 220 toneladas de alimentos doados.

Ainda neste país, foi mantido o apoio à Abaco – Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia, cuja missão é estabelecer alianças estratégicas com parceiros públicos e privados para o combate à fome e ao desperdício alimentar, através do encaminhamento de excedentes a pessoas carenciadas. Em 2017, a Ara foi responsável pela doação, no âmbito deste programa, de mais de 116 toneladas de excedentes alimentares, cerca de 30% do total gerido pela Abaco naquele país, equivalentes a um valor superior a 238 mil euros, um aumento de 170% por via da expansão de lojas. Estima-se que estes alimentos tenham chegado a uma média mensal de mais de 590 pessoas, evitando, ao mesmo tempo, a emissão equivalente a 2.400 toneladas de CO<sub>2</sub> que, de outra forma, seriam depositadas em aterro.

## 7.4. Voluntariado Interno e Outras Campanhas

Os colaboradores do Grupo mantiveram a sua participação nos programas da Associação Junior Achievement Portugal, com o objectivo de promover o empreendedorismo junto de crianças e jovens, através do ensino de temas como a relação com a família e com as comunidades, a economia, e sobre como criar um negócio. No ano lectivo de 2016/2017 registaram-se 121 voluntários e para o ano lectivo 2017/2018, 109 inscrições.

<sup>28</sup> Este valor é calculado utilizando uma estimativa da Federação de Bancos Alimentares da Polónia, no valor equivalente de 2,15 euros (9 zlotys) por cada quilograma.

Durante a época de Natal, foi organizada uma campanha interna de solidariedade para oferecer presentes pedidos por 145 crianças provenientes de famílias desestruturadas, que vivem em lares de acolhimento apoiados numa base contínua por Jerónimo Martins.

Adicionalmente, durante a Festa de Natal, que junta cerca de 1.000 managers e a gestão de topo do Grupo, realizou-se uma exposição de fotografias em contextos urbanos tiradas por crianças e jovens de quatro instituições com as quais o Grupo tem um acordo de cooperação. No âmbito da iniciativa "Somos Imagem", os colaboradores tiveram a oportunidade de ver exposta a criatividade destas crianças e jovens sob o tema "Crescimento".

Jerónimo Martins ofereceu a vários colaboradores as peças produzidas, sensibilizando-os para a necessidade de valorizar o olhar destas crianças e jovens sobre o mundo que os rodeia, como forma de promover a inclusão social. O valor doado pelo Grupo no âmbito desta iniciativa à Casa Pia, Obra do Ardina, Aldeias SOS e SOL – Associação de Apoio às Crianças Infectadas pelo Vírus da Sida, totalizou 2.500 euros. Esta verba servirá para potenciar o investimento no desenvolvimento pessoal e educativo das crianças e jovens pelas quais são responsáveis.

## 7.5. Apoios Indirectos

A sensibilização da sociedade para o envolvimento em campanhas de recolha de alimentos e outros artigos, assim como em iniciativas de angariação de verbas, pode ajudar a criar uma consciência colectiva para o combate à fome e à subnutrição de pessoas com maior vulnerabilidade, nomeadamente através do apoio ao trabalho que todos os dias é desenvolvido por instituições de solidariedade social.

Em Portugal, os clientes do Pingo Doce doaram, nas campanhas do Banco Alimentar Contra a Fome, cerca de 1.000 toneladas de alimentos<sup>29</sup>. Adicionalmente, os cartões vendidos a consumidores, convertíveis em géneros alimentares destinados a apoiar instituições, totalizaram mais de 198 mil euros.

Na Polónia, em parceria com a Federação dos Bancos Alimentares Polacos e com a Caritas, os clientes da Biedronka mobilizaram-se para a oferta de produtos alimentares através de várias campanhas realizadas ao longo do ano. A estimativa da organização aponta para doações de mais de 1.000 toneladas de géneros alimentares.

Na Colômbia, a Ara também tem vindo a sensibilizar os consumidores para o auxílio aos mais necessitados através do arredondamento do valor das suas compras. O valor doado é entregue, mensalmente, à Fundación Aldeas Infantiles SOS Colombia para o programa *Fortalecimiento Familiar*, nos municípios de Ríosucio, Bolívar e Bogotá. As doações dos clientes aumentaram 73% para mais de 86 mil euros, valor que serviu para apoiar o trabalho desenvolvido pelas Aldeas SOS, que dão apoio a crianças e jovens provenientes de 1.544 famílias.

---

<sup>29</sup> Estimativa da instituição referida.

## 7.6. Outros Apoios

As parcerias com agentes da sociedade civil são mecanismos essenciais para compreender e abordar os principais riscos sociais, assim como para identificar e concretizar oportunidades de aprofundamento da coesão social nos países onde o Grupo opera. Jerónimo Martins acredita que só através da conjugação de esforços e da acção colectiva é possível ter um impacto positivo e duradouro na vida das pessoas.

Nesse contexto, a Biedronka tem colaborado com a Danone, a Lubella e o Instytut Matki i Dziecka (Instituto da Mãe e da Criança) no âmbito da *Partnerstwo dla Zdrowia* (Parceria para a Saúde) para o combate à malnutrição das crianças através, por um lado, da facilitação do acesso a produtos com perfis nutricionais adequados e, por outro, da sensibilização para a alimentação saudável.

Os dois projectos que a Companhia apoia são:

- os produtos sociais da gama [Mleczny Start](#) (Milk Start), que são vendidos exclusivamente na Biedronka e foram criados com o propósito de oferecer, a preços reduzidos, soluções alimentares que providenciem até 25% das necessidades diárias de vitaminas e minerais recomendadas para o salutar crescimento das crianças. Sem qualquer lucro associado, em 2017 foi vendida uma média mensal de 1,4 milhões de unidades, totalizando, em mais de 10 anos, um número superior a 200 milhões de unidades.
- o programa [Śniadanie Daje Moc](#) (O Pequeno-Almoço Dá Força), que procura sensibilizar, de forma lúdica através de materiais pedagógicos, as crianças até aos três anos de idade das escolas primárias aderentes, os seus pais e os professores, sobre a importância da primeira refeição do dia para uma nutrição equilibrada e um crescimento saudável. Registaram-se 8.318 escolas envolvidas, traduzindo um aumento de 6,3% face ao ano lectivo anterior, o que corresponde a uma representatividade de mais de metade das escolas primárias do país. O programa abrangeu 275.758 crianças, um incremento de mais de 80 mil crianças.

Ainda num contexto de alimentação, a Biedronka manteve a cooperação com o fornecedor de vegetais Green Factory para a continuidade do programa [Zielona Kraina](#) (Terra Verde), que conta com a participação do Instytut Żywności i Żywienia (Instituto de Alimentação e Nutrição Polaco). Num alinhamento com os programas escolares e padrões alimentares recomendados por especialistas, fizeram-se 400 *workshops* gratuitos (que incluem a preparação de refeições, jogos e palestras) com nutricionistas e cozinheiros no ano lectivo de 2016/2017. No ano lectivo corrente, fizeram-se 189 até Dezembro, em 61 escolas. Nos anos lectivos 2015/2016 e 2016/2017, a Biedronka contou com mais de 13 mil crianças do 4.º ano de escolaridade.

Em Portugal, em parceria com a ABAE – Associação Bandeira Azul Europa, o Grupo colaborou no projecto Eco-Cozinheiros, no âmbito do programa [Alimentação Saudável e Sustentável](#), que visa sensibilizar os alunos das escolas participantes para temas como a alimentação, a nutrição e a sustentabilidade da produção agro-alimentar.

### Projecto Semear

Em Portugal, a colaboração de Jerónimo Martins para o programa [Semear](#) foi iniciada em 2014 com o objectivo de apoiar jovens adultos, dos 18 aos 45 anos, com dificuldade intelectual e do desenvolvimento, através de projectos que lhes permitam ultrapassar barreiras à sua inclusão socioprofissional, considerando a elevada taxa de desemprego nesta população vulnerável.

As áreas de Qualidade e Comercial apoiaram a implementação do programa, que consiste na produção de hortícolas e frutícolas, aconselhando sobre as culturas com viabilidade de comercialização nas lojas Pingo Doce. Com o apoio do fornecedor de hortícolas Estevão Luís Salvador, foi possível oferecer formação técnica por via de estágios e uma solução para o embalamento e comercialização dos produtos.

Este ano, venderam-se 12 toneladas de abóbora *butternut* (manteiga) e 5 toneladas de batata-doce tricolor.

Neste projecto, esteve sob avaliação a confecção de ementas completas com ingredientes locais e sazonais, e que pudessem ser executadas em contexto escolar. O Grupo apoiou financeiramente a aquisição de bens alimentares, a deslocação das equipas e ofereceu aos vencedores de cada escalão de escolaridade fornos solares. Mais de 200 alunos participaram nas várias provas desenvolvidas.

## Prémios de Literatura Infantil Pingo Doce e Biedronka

A promoção e difusão da literatura infantil tem sido uma prioridade do Grupo no âmbito da democratização do acesso aos livros como fonte de conhecimento, espírito crítico e criatividade por parte das gerações mais jovens.

A par da estratégia de comercialização de livros a preços acessíveis a todos os orçamentos familiares, o Pingo Doce e a Biedronka têm dinamizado concursos de literatura infantil que promovem o surgimento de novos autores de escrita e ilustração.

A 4.<sup>a</sup> edição do [Prémio de Literatura Infantil Pingo Doce](#) e a 3.<sup>a</sup> edição do [Piórko](#), que recompensam os vencedores com um valor de 50.000 euros a dividir igualmente pelas categorias de texto e ilustração e com a oportunidade de publicação e venda das suas obras, resultaram em mais de 2.350 e 4.100 candidaturas, respectivamente. Desde as suas primeiras edições, o valor acumulado dos prémios atribuídos ascende aos 350.000 euros e o número total de livros premiados vendidos ascende, respectivamente, a cerca de 69.000 e 115.000.