

6. COMPRAR COM RESPONSABILIDADE

Procuramos incorporar preocupações éticas e ambientais nas cadeias de abastecimento para potenciar uma melhoria gradual e sustentada dos impactes da nossa actividade.



6.1. Introdução

Consideramos que o desenvolvimento de parcerias com os nossos fornecedores e prestadores de serviço é fundamental para o reforço da nossa proposta de valor e a promoção do desenvolvimento socioeconómico das regiões onde estamos presentes. Procuramos integrar critérios sociais, ambientais e éticos nas nossas escolhas e tomadas de decisão, com o objectivo de promover uma redução contínua dos impactes das nossas actividades hoje e no futuro, tal como preconizado na Política de Compras Sustentáveis e no Código de Conduta para Fornecedores¹⁷.

6.2. Compromisso: Fornecedores Locais

Optamos, preferencialmente e em circunstâncias de paridade de condições comerciais, por fornecedores locais. O recurso à importação verifica-se essencialmente nos seguintes casos:

- i. escassez de produto por motivo de sazonalidade na produção, comum na área de Fruta e Vegetais;
- ii. quando não existe o produto ao nível local ou a respectiva produção não tem volume suficiente para garantir o abastecimento das lojas das cadeias;

- iii. quando a relação qualidade-preço dos produtos nacionais não permite que seja cumprido o compromisso de qualidade ao melhor preço que o Grupo mantém com os consumidores.

Em 2017, na Polónia, 92% dos produtos comercializados foram adquiridos a fornecedores locais. Em Portugal, este rácio fixou-se em 84% e na Colômbia em mais de 95%.

Perecíveis e Marca Própria

Também no que respeita a Marca Própria, a maioria dos produtos foi adquirida a fornecedores locais, dos quais mais de 95% na Colômbia, 92% na Polónia e entre 60% (Pingo Doce) e 72% (Recheio) em Portugal. Na área de Perecíveis¹⁸, verifica-se a mesma tendência, com 67% dos produtos em Portugal a serem adquiridos a fornecedores locais, enquanto na Polónia este valor é de 83%. Na Colômbia, este rácio é superior a 95%.

Como forma de sensibilizar e promover a aquisição de produtos de origem local junto dos nossos consumidores, utilizamos sinalética específica.

Em Portugal, os produtos nacionais encontram-se identificados com as etiquetas “O Melhor de Portugal Está Aqui”, no caso dos Perecíveis, e “Produzido em Portugal” e “Fruta 100% Portuguesa” quando são produtos de Marca Própria.

¹⁷ Disponíveis para consulta na área de “Responsabilidade” em www.jeronimomartins.com.

¹⁸ A informação sobre a proporção de produtos adquiridos a fornecedores em cada uma das categorias de Perecíveis está disponível na área de “Responsabilidade” em www.jeronimomartins.com.

4. Como fazemos a diferença

Na Polónia, os produtos de origem nacional são identificados com a etiqueta “Polski Produkt” (Produto Polaco) ou com a etiqueta “#jedzcpolskie” (Coma o que é Polaco). Neste último caso, a Biedronka manteve o website www.jedzcpolskie.biedronka.pl para a promoção do consumo de fruta e vegetais, partilha de informação sobre os fornecedores locais com quem trabalha e ainda sugestões de receitas.

Na Colômbia, os produtos de origem nacional são marcados com a etiqueta “Hecho en Colombia” (Feito na Colômbia) e os produtos de Marca Própria são marcados com a etiqueta “Una Marca de Ara” (Uma Marca Ara).

Relacionamento com Fornecedores

Privilegiamos o desenvolvimento de relações duradouras e de cooperação com os nossos produtores e fornecedores, que se podem traduzir em acompanhamento técnico, apoio na optimização de processos e/ou garantia de escoamento do produto, estimulando assim as economias locais. Destacamos as seguintes iniciativas:

Portugal

- Em 2017, o Pingo Doce desenvolveu uma parceria com um fornecedor local para disponibilizar nas suas lojas o produto “Maçã das Beiras”, de origem portuguesa, tendo comercializado mais de 1.000 toneladas;
- mantivemos a relação de parceria com uma cooperativa de pescadores da zona de Sesimbra para a pesca de peixe-espada preto, assegurando-se a qualidade e a competitividade dos preços, assim como a prática de artes de pesca tradicionais, que permitem a regeneração sustentada da espécie;
- lançámos, em Julho, uma campanha de promoção de porco 100% nacional em cerca de 40% das lojas Pingo Doce com o objectivo de promover a produção local. No ano, mais de 26,5 mil toneladas do porco comercializado tinham origem portuguesa;
- o Pingo Doce manteve, em 2017, a medida extraordinária de apoio aos produtores portugueses de produtos Perecíveis com quem trabalha e que são membros da Confederação dos Agricultores de Portugal (CAP). Esta medida consiste na antecipação para uma média de 10



dias (em vez dos 30 dias previstos na lei) do prazo de pagamento praticado pelo Pingo Doce, sem custos financeiros para o produtor. Desde a sua criação em 2012, já beneficiaram desta iniciativa cerca de 500 produtores nas categorias de Fruta, Legumes, Carne, Peixe, Charcutaria e Vinhos.

Polónia

- A Polónia é um dos maiores produtores de morangos da Europa. Para fazer face ao limitado tempo de vida útil para consumo deste fruto, a Biedronka estabeleceu uma rede com mais de 100 fornecedores, localizados nas regiões próximas dos CD, no sentido de assegurar a qualidade e quantidades suficientes de morangos, reduzindo o tempo entre a colheita e a disponibilidade do produto nas lojas. No primeiro ano de projecto (2014), foram vendidas 74 toneladas entre Julho e Setembro. Em 2016, e como resultado da consolidação desta iniciativa, foi possível comercializar 650 toneladas no mesmo período. Em 2017, a Biedronka atingiu as 1.000 toneladas, um aumento de cerca de 54% face a 2016;

- em 2017, a Biedronka aumentou o número de SKUs biológicos na área dos Perecíveis de Marca Própria para 22, face aos nove alcançados em 2016. Estes consistem na oferta permanente de Fruta e Vegetais, como maçãs, cebola ou tubérculos, e na oferta de produtos sazonais como citrinos, tomate e abóbora. O volume comercializado aumentou 150% face a 2016, correspondendo a um total de 1.700 toneladas e contribuindo, em conjunto com os seus fornecedores, para o aumento da oferta destes tipos de produtos na Polónia;
- na área de Padaria, a Biedronka desenvolveu um pão tradicional cozido em forno de lenha, num projecto em parceria com uma Padaria Polaca – Nowakowski Piekarnie – fundada em 1925. Elaborado com base numa receita tradicional, o pão é amassado à mão e cozido num forno com madeira de faia certificada. Mais de 2,3 milhões de unidades foram comercializadas em 2017;
- no âmbito da secção de Talho, destaca-se a parceria desenvolvida com produtores Polacos de carne bovina cujo ciclo de vida é controlado em conjunto com a Biedronka numa abordagem “field to fork”. Iniciado em Abril, o Festival da Carne Bovina ocorre na segunda semana de cada mês em cerca de 100 lojas. No primeiro ano de projecto, foram comercializadas mais de 30 toneladas.

Colômbia

- Desde o arranque das suas Operações em 2013, a Ara tem vindo a trabalhar com o objectivo de estabelecer relações estáveis e de parceria com fornecedores colombianos. Em 2017, colaborou com 95 fornecedores locais, que forneceram mais de 580 produtos de Marca Própria;
- realizou-se a 5.ª edição do Congresso de Marca Própria Ara, em Bogotá, com o tema “Dar ‘Asas’ a um Retalho Melhor”, na qual participaram cerca de 170 actuais e potenciais fornecedores locais;
- com o apoio de um fornecedor local, a Ara desenvolveu o produto “BBQ wings”, o primeiro do género no mercado Colombiano. O produto é servido com um molho barbecue e de especiarias sem corantes artificiais ou glutamato de sódio. Em apenas seis meses, o produto foi incluído no top 25 dos produtos mais vendidos em duas das três regiões onde o Grupo está presente: Eixo Cafeteiro e Bogotá;



- a Ara decidiu alargar o portefólio de produtos de padaria, que, até ao momento, se focava no pão e baguetes, à massa folhada. Para o efeito, juntou técnicos da sua equipa de qualidade, chefs profissionais e os três fornecedores que já tinham experiência na produção de pastelaria. Foram desenvolvidos cinco produtos, incluindo o croissant francês e o pastel de galinha/carne, que contribuíram para um aumento de like-for-like na ordem dos dois dígitos na categoria de Padaria & Pastelaria.

6.3. Compromisso: Direitos Humanos e do Trabalhador

Trabalhamos com fornecedores que se comprometem a cumprir as disposições legais e os acordos nacionais e internacionais aplicáveis em matéria de Direitos Humanos e do Trabalhador, tal como estabelecido na nossa Política de Compras Sustentáveis¹⁹.

Assumimos o compromisso de cessar relações comerciais com fornecedores sempre que tomamos conhecimento de que estes e/ou os seus fornecedores desenvolvem práticas de abuso dos Direitos Humanos, da Criança e/ou dos Trabalhadores e/ou no caso de não incorporarem preocupações éticas e ambientais

¹⁹ Disponível para consulta na área de “Responsabilidade” em www.jeronimomartins.com.

no desenvolvimento da sua actuação nem estarem dispostos a desenhar e a implementar um plano correctivo.

Adicionalmente, e no âmbito da nossa participação no The Consumer Goods Forum, assumimos o compromisso de contribuir para erradicar o trabalho forçado – como definido pela International Labour Organization – ao longo das cadeias de abastecimento das nossas insígnias e de continuar a assegurar a sua inexistência nas nossas operações.

6.4. Compromisso: Promoção de Práticas mais Sustentáveis de Produção

A par dos aspectos éticos e sociais já referidos, também privilegiamos métodos de produção com menor consumo de recursos naturais e impactes para os ecossistemas.

Desflorestação

Destacam-se as nossas acções associadas às commodities de desflorestação (óleo de palma, soja, carne bovina, madeira e papel) no sentido de reduzir as emissões de carbono associadas à destruição de floresta, conservar a biodiversidade nestes ecossistemas e contribuir para eliminar as violações de Direitos do Homem, da Criança e/ou dos Trabalhadores que têm vindo a ser denunciadas.

Para o efeito, mapeamos, desde 2014, a presença destes ingredientes nos produtos de Marca Própria e Perecíveis comercializados em Portugal, na Polónia e na Colômbia. Adicionalmente, questionamos os nossos fornecedores em cujos produtos estes ingredientes foram identificados, sobre a respectiva origem e a existência de certificação de sustentabilidade. Os resultados deste trabalho são publicamente divulgados na nossa resposta anual ao Carbon Disclosure Project (CDP) Forests. Os valores referentes a 2017 foram, pela primeira vez, verificados por uma entidade externa.

É nosso objectivo assegurar, de modo progressivo, a origem sustentável das seguintes matérias-primas, em linha com o compromisso de “Zero Net Deforestation by 2020” assumido no âmbito da nossa participação no The Consumer Goods Forum²⁰. Em 2017, obtivemos os seguintes resultados:

- Óleo de palma
 - Foram consumidas 22.956 toneladas nos produtos de Marca Própria e Perecíveis em 2017, uma redução de 38%, face a 2014. Esta redução resulta, essencialmente, de uma substituição por óleos alimentares com um melhor perfil nutricional;
 - do total de óleo de palma utilizado, cerca de 26% tem certificação RSPO.
- Soja
 - Em 2017, verificou-se a presença directa de 13.649 toneladas de soja nos produtos de Marca Própria e Perecíveis do Grupo. Deste total, 8.215 toneladas são provenientes de países em risco de desflorestação²¹, um valor cerca de seis vezes superior ao registado em 2014. Este aumento da proveniência de países em risco de desflorestação deve-se sobretudo à expansão da operação do Grupo na Colômbia, país com um consumo elevado de óleos alimentares contendo soja e em que uma percentagem significativa é proveniente da Bolívia. O Grupo está a desenvolver esforços no sentido de caracterizar as práticas agrícolas adoptadas por estes fornecedores. A soja indirectamente presente nestes produtos (ex., utilizada na ração animal) foi calculada em 283.667 toneladas;
 - os níveis de certificação sustentável da soja utilizada (ex., RTRS e ProTerra) situaram-se em menos de 1% para a soja directa e cerca de 3% para a soja indirecta. De ressaltar que apenas 3% do total de soja disponível no mercado detém este tipo de certificação²².
- Papel e Madeira
 - Os produtos de Marca Própria representaram um consumo de 108.439 toneladas de papel e madeira, excluindo produtos de embalagem,

²⁰ Para mais detalhes sobre as acções nesta matéria, consulte www.cdp.net.

²¹ Os países em risco de desflorestação considerados são definidos de acordo com as *guidelines* do Consumer Goods Forum, para a soja e o papel e madeira. Para a carne bovina, o Grupo considera as mesmas origens que as consideradas para a soja.

²² Informação disponibilizada pelo The International Institute for Sustainable Development no relatório Standards and Biodiversity: Thematic Review (2017).

um aumento de 8%, face a 2014. Destes, 9.417 toneladas são provenientes de países em risco de desflorestação²¹, representando uma redução, face a 2014, de 41%. Já o papel e o cartão contidos em material de embalagem foram responsáveis pelo consumo de 94.460 toneladas;

- do total de papel e madeira utilizados nos produtos de Marca Própria, 7% têm certificação sustentável, o mesmo acontecendo para 66% dos produtos de embalagem de papel e cartão.

- **Carne bovina**

- A carne bovina presente em produtos de Marca Própria e Perecíveis foi calculada em 42.849 toneladas, representando um aumento de 37% face a 2014, associado ao aumento das operações do Grupo. Destas, 938 toneladas têm origem em países em risco de desflorestação²¹, face às 2,83 toneladas verificadas em 2014. Esta evolução deve-se sobretudo à aquisição de carne bovina de países como Uruguai, Brasil e Argentina;
- cerca de 2% do total de carne bovina utilizada nestes produtos tem origem nestes países.

Também em 2017, aderimos à Roundtable on Sustainable Palm Oil e demos os primeiros passos na adesão ao Soy Buyers Coalition, um projecto liderado pelo The Consumer Goods Forum e que conta com a participação de mais de 10 empresas dos sectores da indústria e retalho com o objectivo

de desenvolver e implementar projectos que contribuam para travar a desflorestação nas principais regiões produtoras de soja no Brasil.

Pescado

No contexto da nossa estratégia de pescado sustentável, e como resultado dos estudos conduzidos neste domínio²³, definimos linhas de acção para reduzir a pressão sobre espécies ameaçadas²⁴. Estas incluem: i) proibir a compra e venda de espécies classificadas como “Criticamente em Perigo” e para as quais não existam licenças extraordinárias que o permitam; ii) procurar alternativas provenientes de aquacultura para as espécies classificadas como “Em Perigo”, não realizando acções promocionais envolvendo as que têm origem em populações selvagens e que não sejam provenientes de stocks geridos de forma sustentável e/ou que não apresentem certificado de sustentabilidade; e iii) limitar as acções promocionais de espécies classificadas no nível “Vulnerável”, sempre que não sejam provenientes de aquacultura e/ou que não sejam provenientes de stocks geridos de forma sustentável, e/ou que não apresentem certificado de sustentabilidade.

Em 2017, e com base nas espécies identificadas em 2015, verificou-se o cumprimento das linhas acima definidas:

Grupo Jerónimo Martins obtém “A-” e “B” no CDP Forests 2017

Em 2017, o Grupo obteve uma pontuação global de “A-” para o óleo de palma e papel e madeira, posicionando-se no patamar “Liderança”, a um passo de atingir a pontuação máxima (A). As commodities soja e carne bovina obtiveram uma classificação de “B”, correspondendo ao nível de “Gestão”.

O programa “Forests”, do CDP, avalia o nosso desempenho ao nível da estratégia seguida para as commodities associadas à desflorestação, incluindo a transparência no reporte de informação e gestão de risco. O CDP é uma organização internacional sem fins lucrativos que desenvolve programas para empresas e cidades medirem, divulgarem e gerirem informações ambientais relevantes.

²¹ Os países em risco de desflorestação considerados são definidos de acordo com as *guidelines* do Consumer Goods Forum, para a soja e o papel e madeira. Para a carne bovina, o Grupo considera as mesmas origens que as consideradas para a soja.

²³ Para saber mais sobre as acções desenvolvidas neste âmbito, consulte o subcapítulo 5 – “Respeitar o Ambiente” neste capítulo.

²⁴ Baseada na classificação da International Union for Conservation of Nature and Natural Resources (IUCN) e da Convention on International Trade and Endangered Species of Wild Fauna and Flora (CITES).

4. Como fazemos a diferença

- não foram comercializadas espécies classificadas como “ criticamente em Perigo ” para as quais não existam licenças extraordinárias para o efeito;
- as promoções de espécies classificadas como “ Em Perigo ” apenas foram realizadas para espécies provenientes de aquacultura;
- verificou-se uma redução de 10% nas promoções de espécies classificadas como em estado “ Vulnerável ”, sendo que destas mais de 95% foram provenientes ou de espécies criadas em aquacultura ou de stocks geridos de modo sustentável.

Parcerias de combate ao desperdício alimentar

O combate ao desperdício alimentar constitui um desafio que combatemos em várias frentes e, conseqüentemente, envolve vários dos pilares de Responsabilidade Corporativa. No que diz respeito ao relacionamento com os fornecedores, promovemos a aquisição de alimentos não-calibrados, que anteriormente tinham pouco ou nenhum valor. Desta forma, contribuimos para a redução do desperdício a montante das nossas operações, ao mesmo tempo que garantimos que estes produtos, cujo perfil nutricional é igual aos produtos calibrados económicos, são integrados na cadeia de valor, chegando à mesa dos consumidores.

Os alimentos não-calibrados são incorporados nas sopas em Portugal e na Polónia ou em produtos de 4.ª gama (vegetais cortados e lavados prontos a utilizar), sendo também vendidos a um preço reduzido nas lojas Recheio.

No total, em 2017, foi assegurada a introdução no mercado de mais de 13.600 toneladas destes produtos, também conhecidos como fruta e legumes “ feios ”, um aumento superior a 2% face a 2016.

Redução de distâncias percorridas pelos produtos

Desenvolvemos parcerias com os fornecedores de Fruta e Vegetais com vista a reduzir os impactes ambientais associados à sua comercialização. É o caso da produção de mangas em Espanha ou no Senegal. Estas parcerias têm características de produção semelhantes às mangas produzidas

no Brasil, mas permitem reduzir a distância percorrida em mais de 5.000 km e substituir o meio de transporte aéreo pelo marítimo ou terrestre, conduzindo a uma diminuição significativa das emissões de CO₂. A redução da distância percorrida permite ainda assegurar em loja um produto de maior qualidade, uma vez que torna possível colher a manga num estado de maturação mais avançado. Em 2017, comercializámos mais de 47 mil quilos de mangas provenientes destes países.

A decisão de assegurar o abastecimento de determinados produtos estratégicos, através da produção própria da Companhia Jerónimo Martins Agro-Alimentar, traduz-se numa maior facilidade no controlo operacional do processo, na redução das distâncias percorridas pelos produtos, e conseqüentes emissões de carbono, e no tempo de entrega em loja, contribuindo para uma maior qualidade do produto. É o caso da carne de bovino da raça Angus e da produção de robalo e dourada em aquacultura, variedades tradicionalmente produzidas fora de Portugal. Em 2017, assegurámos o abastecimento de mais de 350 toneladas de Angus e 1.330 kg de robalo. É nosso objectivo aumentar, progressivamente, estas quantidades.

Produtos Certificados

Procuramos incorporar, progressivamente, no nosso sortido, produtos de Marca Própria e Perecíveis com certificados de sustentabilidade. Em 2017, lançámos:

- 15 novas referências com a certificação Marine Stewardship Council (MSC);
- 13 referências com certificação biológica na Polónia, 11 na categoria Fruta e Vegetais e 2 referências na Marca Própria;
- 13 referências com certificação Forest Stewardship Council (FSC) relativa a embalagem primária utilizada nos produtos;
- 13 referências com certificação UTZ para o ingrediente cacau;
- 3 referências Dolphin Safe;
- 2 referências de bebidas contendo café ou chá com certificação “ Rainforest Alliance ”;
- 1 referência de um produto contendo fibra de papel na sua composição com certificação PEFC.

A tabela abaixo representa a quantidade total de produtos de Marca Própria e Percíveis com certificação de sustentabilidade nos anos de 2017 e 2016, verificando-se um aumento de 30% do número de SKUs com estas características.

Certificação	#SKU		Δ 2017/2016
	2017	2016	
Biológica*	64	49	+31%
FSC**	43	30	+42%
UTZ	22	14	+57%
MSC	16	10	+60%
Dolphin Safe	15	12	+25%
PEFC**	14	13	+8%
SFI**	13	13	0%
EU Ecolabel	7	8	-13%
Rainforest Alliance	6	4	+50%
Fairtrade	1	1	0%
Total	202	155	+30%

* Estes produtos são desenvolvidos de acordo com as regras da produção biológica, sendo certificados por uma entidade externa e apresentam o logótipo da União Europeia, que assegura o cumprimento do Regulamento Comunitário para a Agricultura Biológica.

** Número inclui produtos com esta certificação e/ou material de embalagem com esta certificação.

A Biedronka manteve a sua adesão à iniciativa “Charter for Sustainable Cleaning” (Compromisso para a Limpeza Sustentável), promovida pela AISE – International Association for Soaps, Detergents and Maintenance Products, que promove a melhoria do desempenho de produtos da categoria de Higiene e Limpeza num conjunto de critérios: toxicidade, ecoeficiência e consumo de matérias-primas, entre outros.

Cacau, chá e café sustentáveis em produtos de Marca Própria

Em 2017, foram lançadas 13 referências contendo cacau com certificação UTZ, conseguindo um total de 22 referências na Polónia e em Portugal. Produtos com esta certificação demonstram que a matéria-prima foi obtida recorrendo a um modelo de agricultura sustentável.

No mesmo período, a Biedronka lançou duas referências, uma contendo chá e outra café, com certificação “Rainforest Alliance”, assegurando que estes ingredientes são provenientes de agricultura sustentável e que cumprem os critérios ambientais e sociais definidos por esta entidade.

Mantivemos ainda a referência de café com certificação 100% Fairtrade. Esta certificação assegura o cumprimento de critérios sociais, ambientais e económicos, apoiando pequenos fornecedores através do pagamento de um valor mínimo garantido de produção.

Estas certificações promovem a adopção de boas práticas agrícolas, garantindo uma melhoria das condições de trabalho e da qualidade de vida dos agricultores, assim como a protecção dos recursos naturais dos quais dependem.



Bem-estar animal

Testes em animais

O Grupo Jerónimo Martins cumpre o disposto na Directiva Europeia 201/63/EU em todos os países onde opera e não permite a realização de testes em animais na sua Marca Própria e Perecíveis. A excepção reside nos produtos de alimentação animal, para os quais são realizados testes sensoriais com o intuito de avaliar o grau de satisfação da população-alvo a que se destinam, e também em produtos cujo objectivo é controlar ou eliminar espécies parasitárias e/ou superpopulações que possam ser fontes de contaminação ou doença (ex., insectos).

Práticas adoptadas

No âmbito da promoção do bem-estar animal, cumprimos com as indicações da Directiva Europeia 98/58/EC nas nossas áreas de operação, bem como a legislação em vigor. Sempre que possível, promovemos práticas acima do benchmark.

Destacamos a produção de galinhas do campo de Marca Própria na Biedronka, cuja comercialização disponível em todas as lojas duplicou face a 2016. As galinhas são criadas sem o uso de antibióticos e sem ração que contenha Organismos Geneticamente Modificados. Este projecto foi iniciado em 2015 em conjunto com fornecedores polacos e, até à data, é único na Polónia.

Também as explorações de borrego para comercialização pelo Pingo Doce são geridas em regime de pasto natural, de acordo com os pressupostos de agricultura e pecuária de Elevado Valor Natural. Este conceito prevê que os sistemas de produção, de baixa intensidade e com inputs reduzidos, possam contribuir para a protecção da biodiversidade das regiões onde estão implementados.

Adicionalmente, assumimos o compromisso de eliminar, até 2025, a venda de ovos das Marcas Próprias das nossas Companhias que sejam provenientes de galinhas enjauladas.

No âmbito das actividades do Grupo na área de produção Agro-Alimentar, destacamos as seguintes acções:

Carne bovina de raça Angus:

- disponibilização de uma área por animal superior aos 3 m² recomendados, em mais de 60%;
- reposição diária de palha fresca nas camas;
- condução de animais em mangas adequadas, banindo a utilização de choques eléctricos e práticas semelhantes.

Aquacultura:

- produção em mar aberto e não em tanques, permitindo que os peixes se desenvolvam no seu *habitat* natural;
- o manuseamento é reduzido ao mínimo até à captura, de forma a evitar o stress no animal.

6.5. Auditorias a Fornecedores

Qualidade e Segurança Alimentar

Auditamos regularmente os nossos fornecedores de Perecíveis e de Marca Própria numa perspectiva de avaliação e de acompanhamento a vários níveis: da gestão e controlo de processos, do sistema de qualidade implementado, da formulação de produtos e dos aspectos laborais e ambientais. As auditorias são obrigatórias para os fornecedores que desenvolvam a sua actividade em territórios onde o Grupo opera.

A avaliação dos fornecedores contempla ainda requisitos ambientais, com um peso de 5% na avaliação. Estes requisitos incluem critérios associados à gestão da água, efluentes líquidos, resíduos, emissões para a atmosfera, ruído e substâncias perigosas. A reavaliação de cada fornecedor ocorre periodicamente, com uma frequência pré-definida e baseada na classificação obtida.

Também avaliamos as condições de higiene e segurança no trabalho e de formação, que assumem um peso de 10% na avaliação. Estes requisitos incluem critérios como a existência e utilização de vestuário adequado, de equipamentos de lavagem de mãos, regras de conduta e higiene pessoal, existência e condições de áreas sociais, vestiários e instalações sanitárias para colaboradores e o controlo de que é administrada a formação adequada ao exercício da função.

Auditorias a fornecedores de Perecíveis e de Marca Própria*

	2017	2016	Δ 2017/2016
Portugal			
Perecíveis	921	847	+9%
Marca Própria – Alimentar e Não-Alimentar	259	244	+6%
Polónia			
Perecíveis	**357	***376	-5%
Marca Própria – Alimentar e Não-Alimentar****	446	451	-1%
Colômbia			
Perecíveis	57	56	+2%
Marca Própria – Alimentar e Não-Alimentar	150	165	-9%

* As auditorias incluem os seguintes tipos: selecção, controlo e acompanhamento.

** Em 2017, foram ainda realizadas mais 1.189 inspecções.

*** Valor corrigido face a 2016 de modo a excluir o número de inspecções (1.078).

**** Em 2017, foram ainda realizadas mais 3.429 inspecções a produtos não-alimentares de Marca Própria e, em 2016, mais 3.074.

Na Colômbia, a redução do número de auditorias na Marca Própria deve-se ao elevado resultado de desempenho obtido, em 2016, por 30 dos fornecedores avaliados. Para esses casos, a frequência da sua realização passa a bial.

Certificações

Em matéria de certificações, e no caso de fornecedores estrangeiros não abrangidos pelo sistema de auditorias internas, o Grupo exige uma certificação em Segurança Alimentar reconhecida pela Global Food Safety Initiative, nomeadamente British Retail Consortium (BRC), Global Good Agricultural Practices (Global G.A.P.), HACCP/Codex Alimentarius ou ISO.

Todos os potenciais novos fornecedores de produtos de Marca Própria e de Perecíveis têm de ser auditados de acordo com os critérios internos do Grupo (comuns para as três geografias em que se desenvolvem as operações). No caso de fornecedores que não se encontrem nestas geografias, deverão ser certificados

Produtos não-alimentares de Marca Própria distinguidos

Em 2017, os produtos não-alimentares da Biedronka voltaram a ser distinguidos pela sua qualidade e/ou inovação. É o caso das fraldas da Marca Própria Dada, às quais o Instytut Matki i Dziecka (Instituto da Mãe e da Criança) manteve a atribuição do Golden Logo, sendo o único produto do género com esta distinção. Também os produtos dermocosméticos para crianças da Marca Própria Dada, como as toalhetas de limpeza, mantiveram a avaliação positiva por parte deste Instituto.

O amaciador para roupa "Eden Sensitive" foi recomendado pela Associação Polaca de Alergologia (Polskie Towarzystwo Alergologiczne) por não conter alérgenos, sendo reconhecido como um produto hipoalergénico.

segundo os standards alimentares do BRC, da International Featured Standards (IFS) ou da Food Safety System Certification (FSSC) 22000.

Ambiente

Realizamos também auditorias exclusivamente ambientais quer a prestadores de serviço, quer a fornecedores de mercadorias, com vista a assegurar o cumprimento dos requisitos mínimos de desempenho ambiental, a avaliação do nível de desempenho e a definição de um plano de acção para correcção de não conformidades. Os fornecedores são seleccionados com base em critérios de materialidade para o Grupo (volume de negócios e criticidade do produto e/ou local de produção).

Em 2017, realizámos 35 auditorias ambientais a prestadores de serviços em Portugal e oito na Polónia. O nível de desempenho ambiental (para a totalidade dos prestadores de serviços em Portugal auditados, desde 2009) é de: 12% com classificação de "Óptimo", 8% "Alto", 75% "Básico" e 5% "Inadequado".

As auditorias ambientais a fornecedores de Perecíveis e de Marcas Próprias são conduzidas por uma entidade externa. Em 2017, foram auditados 60 fornecedores em Portugal. O nível de desempenho ambiental (para a totalidade dos fornecedores auditados, desde 2016) é de: 8% com classificação de "Óptimo", 5% "Alto", 60% "Básico" e 27% "Inadequado".

Para todos os prestadores de serviços e fornecedores auditados e classificados com o nível "Inadequado" (inferior a 70%) e/ou que não cumpram com a totalidade dos requisitos críticos definidos foi apresentado um plano correctivo de acção com

resposta obrigatória por parte do fornecedor no prazo máximo de seis meses. Reservamo-nos o direito de suspender a colaboração com os parceiros de negócio que não cumpram com o plano correctivo de acção definido, cuja eficácia é aferida numa segunda auditoria realizada sempre no ano imediatamente subsequente ao da primeira auditoria.

6.6. Formação a Fornecedores

Em Portugal e na Polónia, realizaram-se mais de 20 acções de formação e reuniões, envolvendo fornecedores, focadas em temas de Qualidade e Segurança Alimentar, aprofundando-se o trabalho de cooperação com os parceiros de negócio, especialmente em matéria de discussão de áreas de melhoria e desenvolvimento de produtos inovadores.

Em 2017, na área de Ambiente, foram realizadas, em Portugal, quatro acções de formação sobre guias electrónicas para transporte de resíduos, com a presença de 41 participantes em representação de operadores de gestão de resíduos, e dois workshops sobre o Manual de Agricultura Sustentável, em que estiveram presentes 30 participantes, representantes de fornecedores de Fruta e Legumes.

No mesmo ano, o Grupo organizou a sua 6.ª Conferência de Sustentabilidade "The Power of Collective Action" dedicada aos Objectivos do Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas e a forma como as parcerias podem contribuir para o seu cumprimento. O evento, com a duração de um dia, contou com a participação de mais de 20 fornecedores e prestadores de serviço polacos e portugueses do Grupo.