

7. Apoiar as Comunidades Envolventes

7.1. Introdução

Tendo como linha orientadora a Política de Apoio às Comunidades Envolventes, disponível em www.jeronimomartins.pt, pretendemos contribuir para o combate à subnutrição e à fome, e ajudar a quebrar ciclos de pobreza e de exclusão social junto de dois grupos preferenciais: os idosos, as crianças e os jovens carenciados.

7.2. Gestão da Política

As acções desenvolvidas e apoiadas pelo Grupo são monitorizadas e avaliadas segundo o impacto que produzem, numa óptica de alocação eficiente de recursos a projectos sociais que abranjam o maior número possível de pessoas.

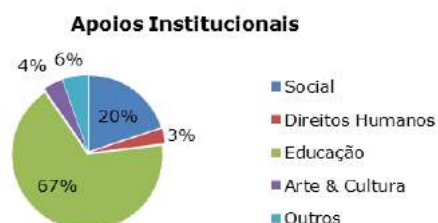
Os critérios que subjazem à metodologia de avaliação de impacto social London Benchmarking Group (LBG), rede de empresas da qual o Grupo é membro, permitem aferir se, e a que nível, são as mudanças sociais atingidas.

7.3. Apoios Directos

Em 2015, o Grupo manteve-se comprometido com o apoio a instituições de solidariedade social que realizam um trabalho de combate à exclusão social.

Os apoios directos atribuídos por todas as Companhias do Grupo às comunidades envolventes ascenderam a mais de 17,4 milhões de euros, o que representa um aumento de 9,4% face a 2014.

A nível corporativo, os apoios de Jerónimo Martins dividem-se segundo as seguintes dimensões:



Academia do Johnson

A Academia do Johnson tem como missão o combate à exclusão social e o abandono escolar de cerca de 100 crianças e jovens provenientes de comunidades vulneráveis na região de Lisboa.

A instituição promove a prática de desporto como forma de desenvolvimento de competências comportamentais, sociais e técnicas que ajudem a prevenir situações de risco nas suas vidas e que potenciem a sua integração na sociedade.

Esta Academia disponibiliza ferramentas educacionais, profissionais e culturais através de técnicos especializados.

O apoio do Grupo em 2015 ascendeu a cerca de 60 mil euros.

O Grupo apoiou 40 instituições, doando mais de 1,6 milhões euros, o que traduz um aumento de mais de um milhão de euros face a 2014.

Apoios das Companhias do Grupo

O Pingo Doce apoiou, em géneros alimentares e em valor monetário, cerca de 600 instituições que cumprem uma missão social nas comunidades envolventes. Este apoio fixou-se em mais de 14,6 milhões de euros, um crescimento de mais de 4% face ao ano anterior.

Destaca-se o apoio à iniciativa do Ministério da Educação e Ciência de Portugal, o Projecto Escolar de Reforço Alimentar (PERA), que tem como objectivo disponibilizar o pequeno-almoço às crianças em situação de carência alimentar. Durante o ano lectivo de 2014/2015, o Pingo Doce apoiou 1.614 alunos, num investimento superior a 74 mil euros.

O Recheio doou géneros alimentares e apoio monetário no valor de 265 mil euros a 140 instituições que realizam trabalho social.

A Jerónimo Martins Distribuição de Produtos de Consumo (JMDPC), a Hussen e a Jerónimo Martins Restauração e Serviços (JMRS) apoiaram em 2015, entre outras instituições, o Banco Alimentar Contra a Fome. Os donativos em géneros alimentares e monetários fixaram-se em mais de 294 mil euros, um aumento superior a 4% face a 2014. Este valor foi o equivalente à oferta de mais de 47 toneladas de produtos.

Na Polónia, o montante dos apoios às instituições que ajudam a combater a fome e a subnutrição fixou-se em mais de 575 mil euros (cerca de 2,5 milhões de zlotys).

No âmbito do Dia Mundial da Criança, mais de 200 mil crianças tiveram a oportunidade de usufruir de várias acções de entretenimento e de géneros alimentares oferecidos pela Biedronka, representando um investimento de mais de 185 mil euros.

A Biedronka apoiou ainda a organização de eventos

Madres Comunitarias Colombia

Na Colômbia, Jerónimo Martins manteve o seu apoio à iniciativa governamental “Madres Comunitarias”, que pretende ajudar com géneros alimentares as amas, que cuidam de crianças até aos cinco anos de idade em regiões com poucos recursos financeiros.

Em 2015, expandiu-se este programa a mais 147 creches, fornecendo regularmente géneros alimentares a um total de 262 creches comunitárias e cumprindo o objectivo de apoiar duas creches por cada nova loja Ara aberta. Também o número de crianças abrangidas aumentou em mais de 2 mil, para cerca de 3.400 crianças. O valor dos cabazes ascendeu a mais de 77 mil euros e representou uma oferta de 84 toneladas de alimentos.

O apoio dado pela Ara é monitorizado junto das amas, através de representantes do Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), que avaliam o correcto encaminhamento dos alimentos assim como o bem-estar mental e físico das crianças beneficiadas.

Em 2015, desenvolveram-se 12 *workshops* através dos quais 480 mães comunitárias foram introduzidas ao modelo do programa.

Outros *workshops* foram dinamizados junto das mães comunitárias do programa para dar a conhecer os métodos de manuseamento de produtos alimentares e da necessidade das crianças de terem uma alimentação equilibrada e controlada.

solidários como o Dia Internacional do Doente ou o Dia de São Nicolau, contribuindo para as campanhas de comunicação e doando produtos alimentares.

Outros apoios da Biedronka incluem o trabalho com a associação “Esperança para o Euro”, uma parceria estabelecida em 2011 que pretende apoiar o desenvolvimento de 400 crianças institucionalizadas provenientes de famílias com dificuldades económicas, representando um investimento total de 45 mil euros.

Para além do programa “Madres Comunitarias” (ver caixa), a Ara continuou a apoiar a Abaco – Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia, cuja missão é a de estabelecer alianças estratégicas com parceiros públicos e privados para o combate à fome e ao desperdício alimentar. Em 2015, a Ara doou géneros alimentares, num valor equivalente a mais de 33 mil euros.

7.4. Voluntariado e Outras Campanhas

Os colaboradores do Grupo participaram nos programas da Associação Junior Achievement Portugal, durante o ano lectivo 2014/2015, cujo objectivo é o de promover o empreendedorismo junto das crianças e jovens através do ensino de temas como a relação com a família e com as comunidades, a economia, a União Europeia ou mesmo como criar um negócio. No ano lectivo 2015/2016, o número de colaboradores que participaram fixou-se em 130 voluntários.

Durante a época de Natal, foi organizada, com um êxito total, uma campanha interna de solidariedade com o objectivo de oferecer presentes a 122 crianças com idade até aos 13 anos, que vivem em lares de acolhimento apoiados pelo Grupo ao longo do ano.

Também uma campanha de angariação de fundos para a Cáritas Diocesana de Setúbal foi dinamizada durante o Jantar de Natal entre os cerca de 780 *managers* e a Administração do Grupo, no âmbito da iniciativa de *matching donation*, tendo sido angariados 3.390 euros, que foram correspondidos com um donativo corporativo em igual montante.

7.5. Apoios Indirectos

Em 2015, as insígnias do Grupo realizaram, junto dos seus clientes, campanhas de recolha de alimentos e outros artigos nas suas lojas.

No Pingo Doce, foram recolhidas pelos voluntários cerca de 923 toneladas de alimentos no âmbito das campanhas do Banco Alimentar Contra a Fome. A esta e outras instituições, como o C.A.S.A. - Centro de Apoio ao Sem-Abrigo e a ACAPO – Associação dos Cegos e Amblíopes de Portugal, venderam-se vales convertíveis em géneros alimentares, tendo sido angariados junto dos consumidores mais de 153 mil euros que corresponde aproximadamente a 100 toneladas de produtos.

Na Polónia, em parceria com a Federação dos Bancos Alimentares Polacos e com a Caritas Polska, foram recolhidas nas lojas da Biedronka mais de 1.150 toneladas de géneros alimentares doadas pelos consumidores.

Na Colômbia, a Ara angariou junto dos seus clientes um valor de mais de 32 mil euros para apoios à Fundación Aldeas Infantiles SOS Colombia, que auxilia mais de 950 crianças e 675 famílias nos municípios de Ríosucio e Bolívar. O número de crianças

apoiadas, em 2015, mais do que duplicou face ao ano anterior, acompanhando a expansão da Ara para a Costa do Caribe.

7.6. Outros Apoios

Na Polónia, no âmbito da parceria com a Danone, a Lubella e o Instytut Matki i Dziecka (Instituto da Mãe e da Criança) – “Partnerstwo dla Zdrowia” (Parceria para a Saúde) – foram vendidas mais de 1,6 milhões de unidades, todos os meses, de “Milk Start” a preço de custo. Este projecto, iniciado em 2006, visa combater a subnutrição das crianças polacas mais desfavorecidas. Nos últimos 10 anos, venderam-se cerca de 200 milhões de unidades desta gama de produtos, cujos perfis nutricionais vão ao encontro das necessidades diárias das crianças.

No âmbito da mesma parceria, o programa de sensibilização para a importância do pequeno-almoço – “Sniadanie Daje Moc” (O Pequeno-Almoço dá Força) – foi alargado para 7.300 escolas, que correspondem a mais de metade das escolas primárias do país, envolvendo mais de 182.500 crianças.

Prémios de Literatura Infantil Pingo Doce e Biedronka

Os Prémios de Literatura Infantil Pingo Doce e Biedronka têm como objectivo incentivar a criatividade literária e artística, premiando obras originais, e democratizar o acesso à leitura numa fase importante do desenvolvimento cognitivo e emocional das crianças.

Em Portugal, realizou-se a 2.^a edição do Prémio de Literatura Infantil Pingo Doce, que contou com mais de 3 mil candidaturas a um prémio de 50 mil euros, divididos entre os vencedores da edição de texto e ilustração.

O número de exemplares vendidos da obra vencedora da 1.^a edição deste Prémio fixou-se em mais de 10 mil unidades.

Na Polónia, realizou-se a 1.^o edição do Prémio de Literatura Infantil Biedronka, com mais 5 mil obras submetidas e um valor monetário equivalente ao do prémio do Pingo Doce, a ser repartido pelos vencedores das categorias de texto e ilustração.