

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 do 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.

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.

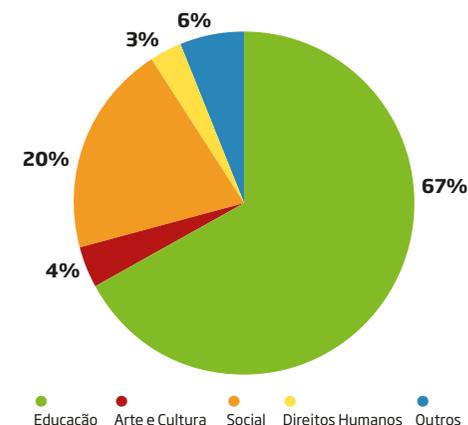
A instituição promove a prática de desporto como formade desenvolvimento de competências comportamentais, sociais e técnicas que ajudem a prevenir situações de risco nas suas vidas e que potenciem a sua integração na sociedade.



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.

APOIOS INSTITUCIONAIS



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.

Ao nível corporativo, os apoios de Jerónimo Martins dividem-se de acordo com o gráfico acima.



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 JMDPC, a Hussel e a 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 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.

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.



MADRES COMUNITARIAS

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 duas 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 terem uma alimentação equilibrada e controlada.

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*.

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 correspondem, 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 três 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.ª edição do Prémio de Literatura Infantil Biedronka, com mais de cinco 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.