

Lisboa, 18 de Fevereiro de 2008

Uma empresa é socialmente responsável quando avalia, de forma transversal e visando os *stakeholders* com quem interage, os impactos das decisões que toma, não só para o curto prazo, mas também para o médio e longo prazo.

Com 215 anos de história, e uma visão inovadora e pioneira, o Grupo tem vindo a promover, a nível interno e externo, um modelo de gestão assente no rigor, na inovação e na transparência, numa atitude de permanente aprendizagem e melhoria, concretizando resultados ambiciosos a três níveis: Pessoas, Planeta e Lucro (Triple Bottom Line). A adesão voluntária ao Global Compact é mais um passo neste sentido.

Jerónimo Martins começou por apostar em iniciativas simples, mas inovadoras, de uma gestão socialmente responsável, que hoje estão inculcadas e sistematizadas numa filosofia de gestão com modelos de conduta adoptados por todas as Companhias do Grupo, seguidos pelos mais de 40.000 colaboradores, em Portugal e na Polónia e sistematizados no Código de Conduta em vigor.

Em 2007, Jerónimo Martins continuou a apostar na formação dos seus colaboradores, como exemplifica o arranque do projecto interno "Aprender e Evoluir", que resulta da assinatura de um protocolo no âmbito do programa do Governo "Novas Oportunidades". Este projecto tem por objectivo formar e certificar 11.500 colaboradores com equivalência ao 9º e 12º ano de escolaridade.

De realçar também a criação e evolução positiva do "Provedor do Cliente", uma figura que defende, de forma independente e isenta, os direitos, garantias e interesses legítimos dos consumidores do Pingo Doce e do Feira Nova, assegurando a existência de um canal de comunicação privilegiado com o cliente.

Com a adesão ao Global Compact, Jerónimo Martins sustenta o percurso delineado, no sentido de uma melhoria contínua das suas políticas e modelos de gestão, visando a promoção de um mundo melhor.

Luís Palha da Silva
(CEO de Jerónimo Martins)

Pacto Global das Nações Unidas
Relatório de Comunicação de Progresso (COP Report)

Direitos Humanos

1 - Apoiar e respeitar a protecção dos Direitos Humanos Internacionais na sua esfera de influência

Compromisso	Políticas, Sistemas, Processos e Programas	Acções	Performance
<p>O Grupo Jerónimo Martins respeita os Direitos Humanos, no quadro da Declaração Universal dos Direitos do Homem, assumindo a sua responsabilidade social, procurando promover a melhoria da qualidade de vida de todos aqueles com que se relaciona, entendendo que esta é uma missão que cabe a todos e, em particular, aos agentes económicos.</p> <p>A missão do Grupo Jerónimo Martins é promover a eficiência em todas as áreas de negócio com vista à geração de lucros que permitam a satisfação dos legítimos interesses dos seus accionistas, assim como contribuir para o crescimento económico e o desenvolvimento sustentado das regiões onde opera. Reconhecendo o Capital Humano como o recurso mais valioso do negócio, Jerónimo Martins definiu e promove uma política de Recursos Humanos que garante aos seus colaboradores uma remuneração justa e adequada e oportunidades de realização, pessoal e profissional, num ambiente de trabalho estimulante e saudável.</p>	<p>Código de Conduta / Código de Princípios de Negócio</p>	<p>Jerónimo Martins, nas áreas de Serviços e da Distribuição em Portugal e na Polónia, tem um Código de Conduta que foi distribuído e assinado por todos os colaboradores. Este Código define linhas de orientação fundamentais para a execução da missão de Jerónimo Martins, tais como o cumprimento da legislação vigente, o respeito pelos princípios da não discriminação e da igualdade de oportunidades, as preocupações ambientais, a transparência nas negociações e a integridade nas relações com colaboradores, fornecedores, clientes e entidades oficiais, entre outras questões. Jerónimo Martins instituiu também, uma Comissão de Ética que, desde 2003, acompanha, com isenção e independência, a divulgação e o cumprimento deste Código de Conduta. A actividade desta Comissão é divulgada através do Portal Interno e de publicações dirigidas aos Colaboradores, tendo sido criados canais de comunicação de acesso directo e confidencial (carta, e-mail, contacto pessoal) que asseguram, a todos os níveis das empresas, a possibilidade de comentar ou esclarecer dúvidas relativamente a esta matéria.</p> <p>Entendendo que estes valores devem ser por todos conhecidos de forma clara e inequívoca, 100% dos colaboradores têm em sua posse o Código de Conduta do Grupo Jerónimo Martins que está também disponível para consulta na intranet e no website do Grupo.</p> <p>No caso da Indústria, o Código de Princípios de Negócio é ainda disponibilizado na Intranet e são organizadas sessões de esclarecimento de dúvidas.</p>	<p>O cumprimento do Código de Conduta para as áreas de Distribuição, em Portugal e na Polónia, e de Serviços é acompanhado pela Comissão de Ética que reuniu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 12 vezes em 2006 - 12 vezes em 2007 <p>O acesso à Comissão de Ética pode ser realizado por carta ou e-mail garantindo-se o anonimato de quem recorre.</p> <p>No caso da Indústria, o cumprimento do Código de Princípios de Negócio é acompanhado por uma entidade externa que gere os contactos que podem ser realizados por linha telefónica, fax ou e-mail. Essa mesma entidade reporta e alinha-se com a Comissão de Ética.</p> <p>Foi realizada uma auditoria externa que versou a confirmação de que os colaboradores tomaram conhecimento, foram informados e esclareceram as suas dúvidas e assinaram o Código.</p>
	<p>Política de Remuneração</p>	<p>Visando garantir uma política salarial justa, adequada e motivadora de desempenhos de excelência, as várias Companhias do Grupo revêem e optimizam, anualmente, o seu sistema de remuneração. Neste sentido, a aposta na remuneração variável, em função da prossecução dos objectivos definidos, individuais e/ou de equipa, contribui para a melhoria dos resultados das companhias e para o reforço da sua competitividade no mercado.</p>	
	<p>Provedor do Cliente</p>	<p>Figura que defende, de forma independente e isenta, os direitos, garantias e interesses legítimos dos consumidores do Pingo Doce e do Feira Nova, assegurando a existência de um canal de comunicação privilegiado com o cliente, recebendo e apreciando as suas reclamações e sugestões. Constitui-se como um recurso adicional aos Serviços de Atendimento ao Cliente oferecidos pelas Companhias.</p>	<p>Em 2006, destaca-se o papel pró-activo da equipa do Provedor do Cliente em questões relacionadas com a nutrição e saúde dos clientes através da promoção de várias acções de sensibilização junto das Companhias para reforço da oferta de alternativas alimentares saudáveis, bem como de informações nutricionais completas, que conduzam a uma compra mais esclarecida por parte dos consumidores.</p> <p>Em 2007, registou-se um evoluir muito positivo do número e da qualidade dos contactos recebidos, com a actuação do Provedor do Cliente a contribuir para uma maior transparência e para o equilíbrio de poder entre as Companhias e o cliente.</p> <p>Verificou-se ainda uma maior sensibilidade das Companhias para com as questões nutricionais e de saúde, numa perspectiva de médio e longo prazo, pouco usual no retalho, bem como um maior empenho na transmissão, ao cliente, de informação útil e perceptível, muito além da exigível por lei.</p>
	<p>Recursos Humanos</p>	<p>Subsídio de Alimentação Acrescido</p> <p>Clima Organizacional: acompanhamento do ambiente de trabalho</p>	<p>Comparticipação de 61% da refeição para todos os colaboradores Lidosol que usufruem do refeitório.</p> <p>Fornecimento de 100% dos lanches dos colaboradores Lidosol, alocados à Estrutura Central.</p> <p>Entre 2006 e 2007, foi realizado um estudo de satisfação interna. Foram distribuídos mais de 10 000 questionários a colaboradores de todos os níveis nas companhias Pingo Doce e Feira Nova, tendo-se registado um índice de adesão de cerca de 84%. Os resultados demonstraram um nível geral muito satisfatório e algumas das sugestões apontadas pelos colaboradores estão em análise para a sua implementação no terreno. Na Polónia, o questionário de Satisfação é aplicado a cada dois anos.</p>

Direitos Humanos

1 - Apoiar e respeitar a protecção dos Direitos Humanos Internacionais na sua esfera de influência

Compromisso	Políticas, Sistemas, Processos e Programas	Acções	Performance
	<p align="center">Escola de Formação Jerónimo Martins</p>	<p>Investimento em Formação</p>	<p>Em 2007, a aposta na formação profissional dos colaboradores do Grupo Jerónimo Martins ultrapassou em 41% os valores registados no ano de 2006, representado este indicador o compromisso claro e crescente do Grupo no desenvolvimento dos seus recursos humanos. No geral, foram envolvidos, em todas as companhias da Distribuição Portugal, cerca de 47 171 participantes com um volume de formação que ronda as 311 888 horas (N.º horas de formação* N.º participantes por acção). Estes dados, aliados ao projecto de Acreditação da Escola de Formação Jerónimo Martins, demonstram a aposta clara do Grupo na área de Formação, onde a Escola se pretende tornar numa "Learning Organization" garantindo os mais elevados padrões de Qualidade da Formação.</p>
<p>Abertura de mais um polo da Escola de Formação Jerónimo Martins no Norte de Portugal (Braga)</p>		<p>O Grupo Jerónimo Martins abriu em Junho de 2006 mais um polo de Formação - em Braga-, visando promover um acesso mais rápido dos colaboradores do Centro e Norte do país aos programas de formação e de desenvolvimento profissional. Até ao final de 2007, foram abrangidos por esta estrutura 5725 participantes num volume de formação superior a 51 400 horas e em áreas diversas de Formação Técnica e de Negócio (HACCP, Higiene Alimentar, Higiene e Segurança no Trabalho), Comportamental (Atendimento e Serviço) e Integrada (Direcção de loja, Inglês).</p>	
<p>Projecto Aprender e Evoluir - celebração de protocolo com o Instituto de Emprego e Formação Profissional e a Agência Nacional para a Qualificação</p>		<p>Jerónimo Martins lançou, em 2007, o Projecto Aprender e Evoluir. Esta iniciativa surge no âmbito do Programa Novas Oportunidades que tem como objectivo reforçar os níveis de qualificação da população adulta. A partir de Setembro, o Grupo convidou todos os colaboradores da Distribuição Portugal, que não possuísem o 9º ou 12º ano de escolaridade, a terminar os mesmos em período laboral. Inscreveram-se neste projecto cerca de 3250 pessoas. Ainda no último semestre de 2007, foram colocados em processo para o 9º ano 250 colaboradores. Para 2008, está previsto um desenvolvimento acelerado desta iniciativa, dando então resposta aos restantes colaboradores inscritos. Também a Indústria avançou com este projecto, tendo até ao momento certificado já 15 colaboradores com o 9º ano.</p>	
<p>Projecto Gripe Pandémica (Gripe da Aves)</p>		<p>No âmbito da política de Planos de Contingência no Grupo JM decorreram, em 2007, 505 acções de formação com o objectivo de sensibilizar os colaboradores das várias empresas do grupo para a gripe sazonal e pandémica - possíveis causas, consequências, procedimentos de prevenção a adoptar em casa e no trabalho e resposta das companhias do Grupo a eventuais surtos. Esta acção abrangeu directamente 572 colaboradores, os quais assumiram o compromisso de, por sua vez, formarem os seus colaboradores no terreno. Deste modo, e no global, foram envolvidas cerca de 9910 pessoas neste projecto.</p>	
<p>Parceria Escola Nacional de Bombeiros</p>		<p>Esta parceria visa a formação dos colaboradores na área de combate a incêndios, planos de emergência e primeiros socorros. Participaram 188 colaboradores num total de mais de 1000 horas de formação.</p>	
<p align="center">Recursos Humanos</p>		<p>Formação em Condução Defensiva</p>	<p>Nas companhias da Indústria, aos colaboradores com viatura da empresa atribuída, é ministrada formação em condução defensiva, visando, deste modo, promover a segurança no âmbito da sua função, bem como, no seu dia a dia.</p>

Direitos Humanos

1 - Apoiar e respeitar a protecção dos Direitos Humanos Internacionais na sua esfera de influência

Compromisso	Políticas, Sistemas, Processos e Programas	Acções	Performance
	Saúde, Higiene e Segurança no Trabalho	<p>Formação e Sensibilização dos colaboradores para as boas práticas de Saúde, Higiene e Segurança no Trabalho, visando minimizar riscos de acidente ou pôr em risco a segurança</p> <p>Desenvolvimento de políticas de respeito e igualdade para todos os Colaboradores - Adopção de políticas de higiene e segurança no trabalho e sua aplicação no terreno</p> <p>Elaboração de Planos de Emergência e Realização de Simulacros</p> <p>Loja Biedronka Mais Limpa</p>	<p>Procurando a consciencialização de que a redução da sinistralidade é fruto do empenho de todos, são continuamente ministradas no Grupo acções de modo a formar e sensibilizar os trabalhadores para as políticas de prevenção a serem adoptadas e, assim, reduzir o número de acidentes de trabalho e promover um ambiente de trabalho são e seguro. Os colaboradores são ainda chamados a pronunciar-se sobre as melhorias desejadas no seu ambiente de trabalho, procurando aumentar-se os meios neste domínio, quer através de recursos humanos mais preparados, quer através de pesquisa e actualização dos Instrumentos e equipamentos de trabalho. Em 2006, foram directamente envolvidos 2104 colaboradores em acções de Segurança e Higiene no Trabalho, perfazendo um total de 8189 horas de formação. Em 2007, foram formados 7102 colaboradores num volume de 23525 horas. Relativamente aos índices de sinistralidade registou-se ainda em 2007 um decréscimo de 7,5% no índice de frequência e 1,8% no índice de gravidade.</p> <p>Visando garantir boas condições de trabalho, do ponto de vista físico e moral, prevenir riscos e doenças profissionais, tendo em conta a protecção da saúde e segurança do colaborador, é distribuído a cada colaborador, a exercer funções que o aconselham e exigem, o Equipamento de Protecção Individual. São, com este propósito, levadas a cabo auditorias por equipas internas e entidades externas que pretendem fiscalizar procedimentos e, caso se justifique, instaurar procedimentos de correcção.</p> <p>E periodicamente realizado o apetrechamento das unidades do Grupo com meios de socorro e de evacuação actualizados e são organizados simulacros, visando sensibilizar os colaboradores para os procedimentos de segurança correctos a adoptar numa situação de emergência, no trabalho ou noutros ambientes.</p> <p>Concurso desenvolvido entre as lojas Biedronka com vista à promoção e incentivo ao cumprimento das regras de Higiene e Segurança no Trabalho.</p> <p>Em Janeiro de 2006, e com o intuito de promover uma assistência mais favorável aos colaboradores da estrutura central, foi inaugurada uma área, o Espaço +, que reúne as condições de segurança, higiene e conforto para tomarem as suas refeições. Esta unidade oferece diariamente uma escolha diversificada de ementas de pequeno-almoço e almoço adequadas a um regime saudável, elaboradas com a colaboração do Provedor do Cliente por nutricionistas, e a preço de custo.</p> <p>O Grupo JM disponibiliza aos colaboradores da Logística e do Recheio de Braga a possibilidade de deixarem os seus filhos (dos 4 meses aos 6 anos) na creche que se encontra nas respectivas instalações. Em 2006, ambas as creches sofreram obras de remodelação para melhoria das instalações/condições e aumento da respectiva capacidade destas unidades de apoio à estrutura familiar.</p> <p>O Grupo JM disponibiliza aos seus colaboradores da Logística transporte entre o seu local de residência e o local de trabalho.</p> <p>No âmbito da Missão Vitalidade da Indústria, os colaboradores tem acesso a fruta gratuita distribuída diariamente nos seus locais de trabalho, bem como massagens à secretária e aulas de flexibilidade. Em 2006, foi inaugurada e disponibilizada aos colaboradores das unidades fabris uma infra-estrutura desportiva que acolhe a prática de modalidades diversas.</p> <p>No campo da Saúde, foi disponibilizada a vacina da Gripe aos colaboradores da Biedronka, na Polónia, e às equipas dos <u>Entrepósitos Logísticos em Portugal</u>.</p> <p>Os Serviços de Medicina no Trabalho proporcionaram aos colaboradores dos escritórios centrais a realização de rastreios à visão, tensão arterial e colesterol, tendo este último também sido efectuado no Entrepósito da Azambuja.</p> <p>Foram em 2007 realizados rastreios preventivos do Cancro da Mama a 10700 colaboradoras da Biedronka.</p>

Direitos Humanos

1 - Apoiar e respeitar a protecção dos Direitos Humanos Internacionais na sua esfera de influência

Compromisso	Políticas, Sistemas, Processos e Programas	Acções	Performance
	<p align="center">Recursos Humanos / Comunicação / Operações / Provedor do Cliente</p>	<p align="center">Programas de Responsabilidade Social, Saúde e Qualidade de Vida</p>	<p>Na Polónia é desenvolvido um programa que visa prestar assistência a filhos de colaboradores com deficiências ou problemas de saúde graves. Em 2007, 67 crianças receberam apoio médico a níveis diversos - consultas, internamentos, equipamento médico.</p> <p>Em 2007, foram atribuídos kits específicos para recém-nascidos a 813 filhos de colaboradores da Biedronka.</p> <p>Em Portugal e na Polónia, atribuição de vales de Natal aos colaboradores com filhos em idade até aos 12 anos ou, nalguns casos, entrega de brinquedos. Em Portugal, em 2006, foram atribuídos mais de 7648 vales de Natal, no valor de 25€ cada, que podem ser trocados em lojas Feira Nova e Pingo Doce por produtos específicos para crianças. Em 2007, este número ultrapassou os 9000 vales.</p> <p>Na Polónia são atribuídos presentes de Natal aos colaboradores. Para aqueles cujos salários são inferiores a 3700 PLN por mês há ainda oferta de produtos Biedronka no valor de 300 PLN.</p> <p>Na Indústria, é oferecido a cada colaborador um vale no seu dia de aniversário.</p> <p>Em Portugal e na Polónia, as companhias analisam, caso a caso, situações de concessão de Empréstimos a colaboradores, com o intuito de prestar apoio face a situações extremas. Em 2007, e na Polónia 1385 colaboradores receberam algum suporte financeiro a este nível.</p> <p>Campanhas internas de Mecenato - nos últimos anos têm sido propostas campanhas, nas quais os colaboradores da estrutura central, na área de Distribuição e Serviços em Portugal, são convidados a participar na recolha de roupas, material escolar e brinquedos, entre outros artigos, para crianças e jovens de diversas associações de cariz social - Sol, Casa dos Rapazes, Obra do Padre Gregório, Ajuda de Berço são algumas das instituições ajudadas. Em 2006, estas campanhas abrangeram 185 crianças e mães adolescentes e, em 2007, 375 crianças e jovens.</p> <p>Na Polónia, são realizadas comemorações do Dia da Criança para os filhos dos colaboradores. São também organizados campos de férias para as crianças cujos pais têm rendimentos mais reduzidos na companhia, tendo, em 2007, sido contemplados cerca de 400 casos. Foram ainda convidadas 20 crianças provenientes de instituições de caridade para, ao longo de duas semanas, participarem nestes campos de férias. É também desenvolvido um programa de apoio à entrada para a escola, através do qual é atribuído material escolar a todos os filhos dos colaboradores que ingressam no 1.º ciclo do ensino básico. Em 2007, esta iniciativa abrangeu 800 crianças.</p> <p>Em Portugal e na Polónia, o Grupo Jerónimo Martins apoia mensalmente instituições que se dedicam ao acolhimento, ajuda e desenvolvimento de lactentes e crianças até aos 18 anos, através de apoios monetários ou da doação produtos. Deste modo, são disponibilizados fundos, géneros (alimentares e não alimentares) e recursos humanos a várias causas e instituições de solidariedade social previamente registadas.</p> <p>O Grupo Jerónimo Martins apoia ainda acções específicas envolvendo instituições de cariz escolar, desportivo, cultural e recreativo, hospitalar, de poder local ou de solidariedade social, com a doação de produtos, essencialmente alimentares, ou contribuindo financeiramente.</p> <p>O Grupo Jerónimo Martins, através das suas Companhias, apoia regularmente o Banco Alimentar Contra a Fome. De salientar que as Companhias da área de Retalho são as que mais quilos de alimentos recolheram em 2006 nas Campanhas de Recolha de Alimentos instaladas nas suas lojas. Correspondendo os 390.461 kg de bens alimentares recolhidos a cerca de 30% do total das recolhas efectuadas nas Campanhas. Os dados relativos a 2007 não estão ainda disponíveis.</p>

Direitos Humanos

1 - Apoiar e respeitar a protecção dos Direitos Humanos Internacionais na sua esfera de influência

Compromisso	Políticas, Sistemas, Processos e Programas	Acções	Performance
			Em 2006 e 2007, o Grupo Jerónimo Martins estabeleceu e renovou parcerias com entidades que lhe permitem garantir para os seus colaboradores, e nalguns casos respectivas famílias, condições privilegiadas de acesso e descontos variados. Estas alargam-se a áreas tão diversas como o desporto (ginásios), lazer (agências de viagem, teatro), telecomunicações, instituições bancárias, seguros, clínicas de estomatologia, combustível, transportes, entre outros.
	Código de Conduta dos Fornecedores do Grupo Jerónimo Martins	Jerónimo Martins implementou um Código de Conduta dos Fornecedores do Grupo Jerónimo Martins que pretende procurar parceiros comerciais que partilhem o mesmo quadro de princípios éticos seguidos pelo Grupo, designadamente nas áreas: Respeito pela Lei; Protecção Ambiental; Qualidade e Segurança dos Produtos e Colaboradores.	A divulgação do Código de Conduta dos Fornecedores do Grupo Jerónimo Martins foi realizada, em 2006/2007 pelos gestores comerciais para as suas equipas, por meio de reuniões com leitura e esclarecimento de dúvidas, garantindo assim a sua partilha efectiva ao nível da organização. Todos os contratos assinados por fornecedores de produtos incluem a assinatura do Código de Conduta dos Fornecedores.
	Operações	O Grupo Jerónimo Martins incluiu na sua oferta de produtos de marca própria Pingo Doce artigos específicos destinados a prevenção das doenças que contribuem para os maiores índices de mortalidade em Portugal: doenças cardiovasculares, com o lançamento de uma linha de produtos Soja, e Reducol, produto redutor de colesterol.	Mais de 68% da população portuguesa tem o colesterol elevado. Está clinicamente comprovado que o Reducol reduz em 4 semanas até 13% o mau colesterol, sem interferir com a absorção de vitaminas.
Programa de Produtos Biológicos - Pingo Doce Bio		Crescente aposta na comercialização de produtos certificados que resultam da agricultura biológica, produzidos de acordo com normas de sustentabilidade do meio ambiente.	
Receitas Pingo Doce - Dieta Mediterrânica		A insignia Pingo Doce desenvolveu e distribuiu nas suas lojas um programa de receitas quinzenais com base na Dieta Mediterrânica. Estas receitas, que respeitam regras para uma alimentação saudável, foram avaliadas pela Equipa de Nutrição e incluíram sugestão para aqueles que necessitam de cuidados alimentares especiais ou optam por regimes alimentares diferentes.	
Campanha de Natal Feira Nova		A marca desafiou os seus clientes a oferecerem 50% do valor de presentes a serem distribuídos a crianças carenciadas. Foram abrangidas cerca de 3000 crianças em 45 instituições.	
Campanha ACAPO		Foi divulgada a instituição e a sua actividade, apelando à participação dos clientes através da compra de vales de 1, 3 e 5€. Foi recolhido um total de 17439 €.	
	Voluntariado Empresarial - Aprender a Empreender	A Associação Aprender e Empreender é uma associação educativa sem fins lucrativos que procura desenvolver o espírito empreendedor em crianças e jovens, tendo especial atenção pelos grupos socialmente desfavorecidos.	Para além do apoio monetário à Associação, em 2006 e 2007, 70 colaboradores do Grupo leccionaram os programas "Economia para o Sucesso", "Família" e "Comunidade" a cerca de 1242 jovens.
	Responsabilidade Social	Site Institucional Jerónimo Martins - Acessibilidades	Consciente da importância de derrubar as barreiras que limitam ainda o acesso à Internet por parte de pessoas com necessidades especiais, Jerónimo Martins introduziu, em 2007, uma nova ferramenta no seu website que facilita o acesso à informação a pessoas com visão diminuída. Seleccionando um símbolo específico dá-se início à leitura dos conteúdos em tempo real. A funcionalidade está contemplada nas línguas portuguesa e inglesa.
Partnership for health - Biedronka, Danone, Lubella e Instituto da Mãe e da Criança Polaco uniram-se para combater e má nutrição infantil e juvenil na Polónia. Um problema que atinge quase três milhões de crianças e jovens polacos e contribui para o elevado número de casos de doenças físicas e mentais que afectam, actualmente, quase 12 milhões de polacos.		Pela primeira vez, três empresas privadas e uma instituição pública conjugaram esforços ao desenvolver um produto alimentar com base num exigente perfil nutricional que procura combater um dos principais problemas sociais na Polónia. O Milk Start contém as componentes vitamínicas e minerais que as crianças mais necessitam para o seu desenvolvimento e está disponível sob a forma de saquetas de cereais solúveis em água. Este produto é comercializado, desde 2006, em exclusivo nas lojas da cadeia Biedronka, a um preço muito baixo que apenas procura cobrir os custos do produto.	

Pacto Global das Nações Unidas
Relatório de Comunicação de Progresso (COP Report)

Direitos Humanos

2 - Não compactuar com situações de abuso dos direitos humanos

<i>Compromisso</i>	<i>Políticas, Sistemas, Processos e Programas</i>	<i>Ações</i>	<i>Performance</i>	
<p>O Grupo JM respeita os Direitos Humanos, no Quadro da Declaração Universal dos Direitos do Homem, assumindo a sua responsabilidade social, procurando promover a melhoria da qualidade de vida de todos aqueles com que se relaciona, entendendo que esta é uma missão que cabe a todos e, em particular, aos agentes económicos. As empresas integrantes do GJM conduzem os seus negócios com honestidade, integridade e respeito pelo cumprimento das leis dos países onde operam e estão fortemente empenhadas em não compactuar com situações que violem os direitos humanos. O Grupo Jerónimo Martins não admite que sejam levadas a cabo nem encorajadas quaisquer tipo de práticas discriminatórias, sejam estas referentes a factores de ascendência, nacionalidade, idade, sexo, origem étnica ou religiosa, estado civil, situação familiar, convicções políticas e ideológicas ou filiação sindical, nos processos de recrutamento e selecção, nas acções de formação, na política de remuneração e de gestão de carreiras ou noutras áreas relacionadas com o trabalho e o seu meio envolvente.</p>	<p>Recursos Humanos - Gabinete de Serviço ao Colaborador / Employees Service Office</p>	<p>Uma área na Biedronka que garante a transmissão de informação a todos os colaboradores, designadamente, no que diz respeito aos seus direitos e deveres.</p>		
	<p>Código de Conduta - Comissão de Ética</p>	<p>Actividade da Comissão de Ética</p>	<p>É objectivo do Grupo assegurar o integral cumprimento dos princípios éticos, que desde sempre o regeram, formalizados no Código de Conduta. Com vista à sua concretização, existe uma Comissão de Ética (formada pelas Direcção de Comunicação, Serviços Jurídicos e Relações Laborais do JM Portugal e Polónia) que visa acolher e analisar eventuais situações de abuso de direitos humanos. É intuito deste órgão actuar e tomar medidas para erradicar casos de abuso e corrigir situações, bem como garantir e divulgar, numa vertente pedagógica, os princípios contidos no Código de Ética.</p>	
	<p>Escola de Formação JM</p>	<p>Programa de Formação Interno - Aprender e evoluir</p>	<p>O critério de escolha de candidatos assenta na sua ordem de inscrição. São efectuadas contagens regulares ao número de inscrições e é comunicado, por carta, a cada trabalhador o ponto de situação da sua candidatura.</p>	
		<p>Formação das Chefias e respectivas equipas de gestão administrativa de RH, garantindo a transmissão das Políticas e Práticas de Recursos Humanos pelas quais toda a organização deve reger-se. Neste sentido, a Escola de Formação Jerónimo Martins realiza acções que, de modo sistemático e organizado, promovem o desenvolvimento dos colaboradores nesta área.</p>	<p>Recursos Humanos - Cerca de 200 colaboradores, com funções relacionadas com a gestão de Recursos Humanos nas várias companhias do Grupo JM e lojas, participaram nesta formação, particularmente dirigida para a apreensão das normas de conduta, procedimentos e boas práticas a cumprir na gestão diária dos recursos humanos.</p>	
		<p>Recursos Humanos / Legislação Laboral</p>	<p>Fiscalização por equipas internas e por entidades externas formalmente acreditadas</p>	<p>Legislação Laboral - Cerca de 200 colaboradores participaram nesta acção sobre Legislação Laboral e, designadamente, a sua aplicação ao negócio de cada companhia do Grupo Jerónimo Martins. Posteriormente, formaram as suas equipas nestes conteúdos, abrangendo um total de 800 formandos.</p>
		<p>Segurança</p>	<p>As equipas de Segurança, interna e em regime de Outsourcing, asseguram, para todo o Grupo, a segurança ao nível dos Clientes, Colaboradores e Instalações, visando abranger todas as unidades de negócio</p>	<p>Horários de Trabalho - Foram realizadas nos últimos 2 anos 31 acções de formação envolvendo cerca de 200 colaboradores com funções de chefia, sendo os mesmos responsáveis pela formação das suas equipas sobre os conteúdos vigentes na lei. Nas lojas, mais de 820 colaboradores tiveram esta formação.</p>
	<p>Código de Conduta dos Fornecedores do Grupo Jerónimo Martins</p>	<p>O Código de Conduta dos Fornecedores do Grupo Jerónimo Martins, implementado em 2006/2007, contém orientações precisas sobre o Respeito pela Lei: as áreas de Higiene e Segurança, e a legislação laboral, nomeadamente Não Discriminação, Remuneração e Horários de Trabalho e Liberdade de Associação.</p>	<p>Em Portugal e na Polónia, as companhias são continuamente inspeccionadas por entidades competentes no controlo das questões associadas à legislação laboral e ao cumprimento da mesma.</p>	
			<p>- São celebrados contratos, em regime de Outsourcing, apenas com empresas de Segurança oficialmente certificadas na sua área de actuação</p> <p>- Implementação de sistemas de vigilância física e electrónica, operacionais 24 horas/dia, para controlo e prevenção de qualquer circunstância que represente uma ameaça à segurança</p> <p>- É realizado o controlo interno das situações onde é exigida a intervenção dos efectivos de Segurança ao serviço do Grupo JM, no que concerne a procedimentos de actuação e à prevenção de eventuais situações de abuso no desempenho das suas funções</p>	
		<p>Todos os contratos assinados por fornecedores de produtos incluem a assinatura do Código de Conduta dos Fornecedores.</p>		

Pacto Global das Nações Unidas
Relatório de Comunicação de Progresso (COP Report)

Regulamentação de Trabalho
4 - Eliminar todas as formas de trabalho forçado e obrigatório

Compromisso	Políticas, Sistemas, Processos e Programas	Acções	Performance
<p>O Grupo Jerónimo Martins não compactua ou admite na sua actividade qualquer situação que envolva trabalho forçado e não estabelece relações comerciais com organizações ou fornecedores que o façam. Está empenhado em garantir aos seus colaboradores um ambiente de trabalho são e uma remuneração justa e adequada, de forma a promover a sua motivação pelo trabalho e um sentimento de realização pessoal e profissional. Dos seus colaboradores, o Grupo espera um elevado nível de integridade moral, lealdade e uma conduta ética rigorosa em todas as áreas de actuação.</p>	<p align="center">Recursos Humanos</p>	<p>Recrutamento e Selecção de Colaboradores</p>	<p>É celebrado um contrato individual de trabalho com todos os colaboradores, o qual se rege pelas directrizes do Código do Trabalho e respectiva Lei de Regulamentação, bem como pelas Convenções Colectivas de Trabalho aplicáveis, assim garantindo a erradicação de quaisquer práticas de trabalho não conformes com a legislação nacional. Em 2006, cerca de 60% dos colaboradores do Grupo Jerónimo Martins mantinham com a sua entidade patronal um vínculo enquanto trabalhadores efectivos, situação de empregabilidade promotora de maior segurança e menor precaridade no vínculo laboral. Em 2007, o Grupo continuou a trabalhar nesse sentido, sendo que este índice não apresenta valores mais acentuados em virtude de o Grupo se encontrar numa fase de expansão.</p>
		<p>Política de Remuneração</p>	<p>Em Portugal e na Polónia, e no que se refere à remuneração fixa, as companhias aumentaram em 2006 e 2007 o valor do vencimento mínimo de admissão. Este é, em ambas as geografias, superior ao ordenado mínimo nacional em vigor.</p>
		<p>Elaboração de Horários de Trabalho de acordo com a legislação em vigor, com respeito pelos limites máximos e mínimos, por forma a proporcionar aos trabalhadores os intervalos necessários à sua recuperação física, mental e social</p>	<p>- Em Portugal e na Polónia, o sistema de compensação prevê ainda a atribuição de prémios de desempenho - remuneração variável - associados ao desempenho medido semanal, mensal ou anualmente. O sistema de avaliação de desempenho, na base desta componente remuneratória, é suportado por critérios específicos, objectivos e mensuráveis que envolvem todos os colaboradores.</p>
		<p>Elaboração de Horários de Trabalho de acordo com a legislação em vigor, com respeito pelos limites máximos e mínimos, por forma a proporcionar aos trabalhadores os intervalos necessários à sua recuperação física, mental e social.</p>	<p>Auditorias às Lojas - Realização de auditorias periódicas às lojas, por equipas internas e entidades externas, com objectivo de garantir o cumprimento das normas estabelecidas para os horários de trabalho.</p>
	<p align="center">Código de Conduta dos Fornecedores do Grupo Jerónimo Martins</p>	<p>Todos os contratos assinados por fornecedores de produtos contêm a assinatura do Código de Conduta dos Fornecedores, onde se encontra estipulado que "Os fornecedores e demais parceiros comerciais do Grupo Jerónimo Martins cumprem a legislação laboral existente nos países onde operam e garantem em toda e qualquer situação que, na produção e fabrico dos produtos por si comercializados ou nos serviços por si prestados, não recorrem:</p> <p>a) a qualquer forma de trabalho forçado, incluindo aquele que envolve a aplicação de castigos corporais, de coacção física ou de coacção moral (...) Os fornecedores e demais parceiros comerciais do Grupo Jerónimo Martins garantem que todos os seus colaboradores ou trabalhadores recebem uma justa remuneração e beneficiam do sistema de protecção social, em vigor no país onde operam. Asseguram ainda que os horários de trabalho praticados pelos seus trabalhadores ou colaboradores não excedem os limites fixados na respectiva legislação ou (...) não ultrapassam as 60 horas semanais, devendo (...) remunerar os seus trabalhadores ou colaboradores pelo trabalho suplementar prestado."</p>	

Pacto Global das Nações Unidas
Relatório de Comunicação de Progresso (COP Report)

Regulamentação de Trabalho
5 - Erradicação efectiva do trabalho infantil

Compromisso	Políticas, Sistemas, Processos e Programas	Ações	Performance
<p>Jerónimo Martins não compactua ou admite na sua actividade qualquer situação que envolva a exploração de trabalho infantil ou de jovens com idade inferior ao limite legal estabelecido por lei. Procurando relacionar-se com entidades que partilhem o mesmo quadro de princípios éticos por si seguidos, selecciona os seus parceiros de negócio não estabelecendo ligações comerciais com organizações ou fornecedores que adoptem qualquer forma de trabalho infantil.</p>	<p align="center">Recursos Humanos - Recrutamento e Selecção de Colaboradores Menores</p>	<p>Não fazem parte dos quadros do Grupo Jerónimo Martins colaboradores com idade inferior a 16 anos. É requisito obrigatório para a admissão a idade mínima de 16 anos, bem como a escolaridade mínima obrigatória - 9º Ano. Dos contratos de trabalho celebrados com menores de idade - entre os 16 e 18 anos - deverá sempre constar uma declaração que expressa o consentimento dos seus representantes legais relativamente ao desempenho profissional. Acrescente-se ainda que só há lugar a este tipo de admissão quando o contrato é celebrado por um período coincidente com o das férias escolares do colaborador.</p>	<p>Em 2007, foram admitidos 636 colaboradores menores e cumpridos todos os dispositivos legais previstos no enquadramento legal para a sua contratação.</p>
	<p align="center">Recursos Humanos</p>	<p>Parceria com o Programa PETI (Programa para Prevenção e Eliminação da Exploração do Trabalho Infantil).</p>	<p>O PETI é um programa de combate à exploração do trabalho infantil, que visa o encaminhamento dos jovens em situação de trabalho infantil e abandono escolar para acções educativas e formativas, que permitem concluir a escolaridade obrigatória e adquirir formação profissional. Neste âmbito, o Grupo Jerónimo Martins tem desenvolvido o acolhimento destes formandos em contexto de loja e, em 2007, foram recebidos 4 estágios.</p>
	<p align="center">Código de Conduta dos Fornecedores do Grupo Jerónimo Martins</p>	<p>Igualdade de Oportunidades: Promoção de parcerias com o meio académico</p>	<p>O Grupo Jerónimo Martins tem parceria com algumas entidades de ensino público e privado com vista à admissão de jovens na vida activa que se encontram a concluir o 9º, 12º, Bacharelatos ou Licenciaturas. Neste contexto, são concedidos estágios a vários níveis e áreas da organização, os quais representam uma formação pré-laboral em contexto real de trabalho e proporcionam uma preparação para o mercado. Em 2007, foram disponibilizados em Portugal 333 estágios curriculares e profissionais.</p>
	<p>Todos os contratos assinados por fornecedores de produtos contêm a assinatura do Código de Conduta dos Fornecedores do Grupo Jerónimo Martins, onde se encontra estipulado que "Os fornecedores e demais parceiros comerciais do Grupo Jerónimo Martins cumprem a legislação laboral existente nos países onde operam e garantem em toda e qualquer situação que, na produção e fabrico dos produtos por si comercializados ou nos serviços por si prestados, não recorrem: b) a trabalho infantil, tal como definido pela Organização Internacional do Trabalho".</p>		

Pacto Global das Nações Unidas
Relatório de Comunicação de Progresso (COP Report)

Regulamentação de Trabalho
6 - Eliminar a discriminação relativa ao emprego e ocupação

Compromisso	Políticas, Sistemas, Processos e Programas	Acções	Performance
<p>O Grupo e os seus colaboradores têm plena consciência da sua responsabilidade social e respeitam os preceitos legais vigentes, zelando, em particular, pela observância das condições inerentes ao trabalho de menores, de colaboradores deficientes ou com capacidade de trabalho reduzida e à protecção da maternidade. O Grupo adopta um processo de recrutamento que atende às qualificações e aptidões necessárias à função a executar, não sendo utilizada nenhuma prática discriminatória baseada, designadamente, em razões de ascendência, sexo, religião, idade, estado civil, situação familiar, nacionalidade, origem étnica, deficiência, convicções políticas ou ideológicas e filiação sindical.</p>	<p>Recursos Humanos - Recrutamento, Gestão e Planeamento de Carreiras: não discriminação nas movimentações de colaboradores</p>	<p>100% das contratações e das promoções (recrutamento externo e interno) são realizadas com base no mérito e no resultado da avaliação de desempenho, atendendo a qualificação, desempenho profissional ou antiguidade. Para a Avaliação de Desempenho são excluídas todas as formas de discriminação / favoritismo que não sejam baseadas em critérios claros e definidos objectivamente e existem, para o efeito, formulários de definição de objectivos e avaliação. Estão formalmente instituídos no Grupo e são preenchidos pelos colaboradores nas diferentes unidades de negócio, respeitando os pressupostos da política de avaliação de desempenho em vigor como garante de um processo justo e equitativo.</p>	
	<p>Recursos Humanos</p>	<p>Monitorização dos indicadores de Recrutamento</p>	<p>Histórico dos dados referentes à admissão de colaboradores pertencentes a grupos historicamente discriminados Em 2006: 71% Colaboradores são Mulheres Em 2007: 74% Não faz parte dos registos de cada colaborador a indicação da origem étnica/raça.</p>
		<p>Parceria com a ACAPO (Associação dos Cegos e Amblopes de Portugal) no recrutamento de colaboradores com deficiência física</p>	<p>Recrutamento de telefonistas, invisuais ou amblopes, para a Estrutura Central, Logística e lojas Feira Nova - Recrutamento de 9 colaboradores em 2006 e de 26 em 2007. No caso da Estrutura Central, foram desenvolvidas obras estruturais para adaptação do espaço físico às necessidades do colaborador seleccionado.</p>
		<p>Parceria com a APCF (Associação de Paralesia Cerebral de Faro)</p>	<p>Acolhimento de formandos em loja - A APCF tem como objectivo a inclusão de pessoas em situação de desvantagem, com especial incidência em casos de deficiência. Os estágios em loja têm a finalidade de permitir aos jovens obter uma formação em contexto real de trabalho, tendo, em 2007, sido acolhido 1 estágio.</p>
		<p>Parceria com a CERCITOP (Centro de Educação e Reabilitação de Deficientes de todo o País)</p>	<p>Acolhimento de formandos em loja - A CERCITOP é uma instituição de solidariedade social, cujo objectivo é o apoio a pessoas com deficiência mental. Os estágios em loja são realizados com a finalidade de permitir aos jovens uma integração pré-laboral que sirva de preparação para uma futura formação profissional. Em 2007, foram promovidos 12 estágios.</p>
		<p>Parceria com a CERCIMB (Cooperativa de Cooperação e Reabilitação de Crianças Inadaptadas)</p>	<p>Acolhimento de formandos em loja - A CERCIMB é uma instituição que apoia crianças, jovens e adultos portadores de deficiência, através de programas de intervenção com diferentes acções. Os estágios em loja permitem aos jovens uma formação em contexto laboral, sendo, em 2007, promovidos 6.</p>
		<p>Parceria com a LPDM - Centro de Recursos Sociais</p>	<p>Acolhimento de formandos em loja - A LPDM é uma associação vocacionada para o apoio a crianças, jovens e adultos com deficiência motora. Em 2007, foram promovidos 8 estágios em loja, possibilitando aos jovens uma formação que em contacto real com o mercado de trabalho.</p>
		<p>Recrutamento de colaboradores com deficiência</p>	<p>Na Polónia, é realizado o recrutamento de colaboradores com algum tipo de deficiência desde 1995. Em 2007 verificaram-se 76 admissões.</p>
		<p>Profissionais menos jovens</p>	<p>No Lidosol, destaca-se um programa de oportunidades de trabalho para candidatos que numa faixa etária superior a 50 anos de idade. Em 2006 e 2007 foram, respectivamente, integrados 12 e 15 colaboradores, para áreas de Produção e Operações, num universo total de aproximadamente 800 colaboradores.</p>

Regulamentação de Trabalho

6 - Eliminar a discriminação relativa ao emprego e ocupação

Compromisso	Políticas, Sistemas, Processos e Programas	Ações	Performance
	<p>Recursos Humanos - Recrutamento em parceria com Centros de Emprego</p>	<p>Em 2006 e 2007, e particularmente nos processos de recrutamento conduzidos para a abertura de cerca de 31 lojas em Portugal, o Grupo aprofundou a sua relação com os Centros de Emprego enquanto fontes de recrutamento local.</p>	<p>Disponibilização do Catálogo de Formação nos canais de comunicação internos - Os colaboradores têm acesso ao catálogo de formação para livremente se inscreverem na formação que consideram adequada às suas funções e necessidades. Esta escolha será sempre objecto de validação pela respectiva Chefia.</p> <p>Os formandos avaliam as acções de formação e os formadores, internos e externos, através dos questionários de avaliação da formação. A partir dessa análise, podem ser desencadeadas alterações com o intuito de melhorar cada formação.</p>
	<p>Escola de Formação JM</p>	<p>Sistema de Avaliação da Formação - A Escola de Formação Jerónimo Martins, no sentido de garantir a igualdade de oportunidades no desenvolvimento profissional, elaborou e aplica sistemas que garantem também o acesso justo à formação</p>	
	<p>Código de Conduta dos Fornecedores do Grupo Jerónimo Martins</p>	<p>Todos os contratos assinados por fornecedores de produtos contêm a assinatura do Código de Conduta dos Fornecedores, onde se encontra estipulado que "Os fornecedores e demais parceiros comerciais do Grupo Jerónimo Martins empenham-se em não utilizar qualquer prática discriminatória baseada, entre outras, em razões de ascendência, sexo, religião, estado civil, situação familiar, idade, nacionalidade, origem étnica, deficiência, convicções políticas ou ideológicas e filiação sindical, nas relações com os seus colaboradores ou trabalhadores garantindo, designadamente, que:</p> <p>a) Todo o processo de recrutamento atende a critérios objectivos, designadamente, às qualificações e aptidões necessárias à função a executar, em detrimento de critérios discriminatórios;</p> <p>b) A remuneração, a evolução pessoal e profissional são baseadas no mérito, nas qualificações e na igualdade de oportunidades, independentemente de qualquer critério discriminatório."</p>	
	<p>Código de Conduta</p>	<p>Está previsto no Código de Conduta de Jerónimo Martins, instrumento distribuído a assinado por todos os colaboradores, que o Grupo adote "um processo de recrutamento que atende às qualificações e aptidões necessárias à função a executar, não sendo utilizada nenhuma prática discriminatória baseada, designadamente, em razões de ascendência, sexo, religião, estado civil, idade, nacionalidade, origem étnica, deficiência, convicções políticas e ideológicas e filiação sindical." Prevê ainda "uma evolução pessoal e profissional baseada no mérito, nas qualificações e na igualdade de oportunidades, independentemente da sua ascendência, sexo, religião, idade, estado civil, situação familiar, nacionalidade, origem étnica, deficiência, convicções políticas ou ideológicas e filiação sindical."</p>	

Pacto Global das Nações Unidas
Relatório de Comunicação de Progresso (COP Report)

Ambiente

7 - Apoiar o princípio da prevenção ambiental no desenvolvimento das suas actividades

Compromisso	Políticas, Sistemas, Processos e Programas	Acções	Performance
<p>Jerónimo Martins considera que só há futuro para quem promova o desenvolvimento sustentável das comunidades. Neste sentido, visa melhorar continuamente o desempenho ambiental das suas actividades, produtos e serviços, assumindo a prevenção da poluição um papel de destaque na prossecução deste objectivo.</p>	<p align="center">Política Ambiental</p>	<p>Jerónimo Martins preocupa-se com a preservação do ambiente, considerando-a essencial na condução dos seus negócios e no crescimento económico das suas empresas. A Política Ambiental de Jerónimo Martins visa os seguintes objectivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melhoria contínua do desempenho ambiental das suas actividades, produtos e serviços, incluindo prevenção da poluição; - Cumprimento da legislação ambiental aplicável, preparação para a futura regulamentação e observância de outros requisitos relevantes; - Adopção de boas práticas ambientais pelos seus colaboradores e fornecedores; - Satisfação das preocupações ambientais dos consumidores. 	
	<p align="center">Alterações Climáticas</p>	<p>Compromisso de combate ao fenómeno das alterações climáticas: Jerónimo Martins reconhece o impacto ambiental, económico e social que está associado à problemática das alterações climáticas e considera o combate a este fenómeno parte da responsabilidade social dos agentes económicos. As Companhias de Jerónimo Martins apostam na adopção de um comportamento responsável e pró-activo na implementação de acções que contribuam para a minimização da emissão de gases com efeito estufa, sendo uma preocupação subjacente à sua política ambiental.</p> <p>Avaliação do desempenho em termos de emissões de CO2 equivalente</p>	
	<p align="center">Biodiversidade</p>	<p>Compromisso de combate ao fenómeno da perda de biodiversidade: Jerónimo Martins reconhece a importância da Biodiversidade, enquanto valor público, para a sustentabilidade das suas actividades, visando contribuir positivamente para a protecção da biodiversidade a nível local, nacional, regional e global.</p>	
	<p>Anualmente, Jerónimo Martins publica vários indicadores de desempenho face às alterações climáticas para os seus principais segmentos de actividade: distribuição e indústria.</p> <p>Indicadores 2007:</p> <p>Lojas em Portugal (emissões CO2 equivalente por volume de vendas) = 0,058 t CO2/ mil €</p> <p>Centros de Distribuição em Portugal (emissões CO2 equivalente por milhares de caixas movimentadas) = 0,066 t CO2 eq/ UMC'000</p> <p>Transporte por frota exclusiva Jerónimo Martins, Centros de Distribuição - Lojas (emissões de CO2 equivalentes por quilómetros percorridos) = 0,977 t CO2 eq/ mil Km (Portugal); 0,922 t CO2 eq/ mil Km (Polónia)</p> <p>Indústria (emissões de CO2 equivalente por unidade de produto produzida) = 0,085 (t CO2 eq/t)</p> <p>Redução das emissões de Carbono devido à utilização de energias renováveis (Emissões de CO2 equivalente evitadas) - 16,7 t CO2 eq</p>		

Pacto Global das Nações Unidas
Relatório de Comunicação de Progresso (COP Report)

Ambiente
8 - Levar a cabo iniciativas para promover uma maior responsabilidade ambiental

Compromisso	Políticas, Sistemas, Processos e Programas	Acções	Performance
<p>Jerónimo Martins visa a adopção de boas práticas ambientais pelos seus colaboradores e fornecedores e a satisfação das preocupações ambientais dos consumidores.</p>	<p align="center">Sistemas de Gestão Ambiental</p>	<p>Certificação ambiental segundo referenciais normativos reconhecidos.</p>	<p>As 4 unidades industriais e os 3 centros de distribuição em Portugal possuem certificação dos seus sistemas de gestão ambiental segundo a norma ISO 14001:2004.</p>
	<p align="center">Consumo de Água</p>	<p>Para as actividades das empresas de Jerónimo Martins, o consumo de água reveste-se da máxima importância. Como tal, as Companhias têm vindo a desenvolver diversas acções no sentido de racionalizar o seu consumo e de minimizar os seus desperdícios.</p>	<p>As acções implementadas abrangem boas práticas (e.g., monitorização de consumos e formação e sensibilização de colaboradores), substituição de equipamento (e.g., instalação de torneiras e equipamento de higienização mais eficiente), alterações nos processos (e.g., introdução de sistema a água/ar em substituição de sistema a água/água na lavagem de linhas de produto da empresa Lever), substituição de materiais (e.g., desinfeção térmica de equipamentos de produção, em substituição da desinfeção química, com redução de consumos de água e agentes desinfectantes na Lever) e reciclagem interna (e.g., recirculação da água utilizada nos sistemas de aquecimento / arrefecimento das matérias primas da empresa Vitor Guedes).</p> <p>Distribuição em Portugal: - lojas = 2,08 m3 / m2 (2006); 2,12 m3 / m2 (2007) - centros de distribuição = 0,58 m3 / UMC'000 (2006); 0,59 m3 / UMC'000 (2007)</p> <p>Distribuição na Polónia: - lojas = 0,75 m3 / m2 (2006); 0,78 m3 / m2 (2007) - centros de distribuição = 0,10 m3 / UMC'000 (2006); 0,10 m3 / UMC'000 (2007)</p> <p>Indústria: - consumo absoluto = 387,0 m3 (2006); 413,1 m3 (2007) - consumo relativo = 2,51 m3 / t (2006); 2,47 m3 / t (2007)</p>
			<p>As empresas de Jerónimo Martins têm vindo a implementar medidas a diferentes níveis, nomeadamente, monitorização de consumos, formação e sensibilização de colaboradores, melhoria do sistema de iluminação (e.g., instalação de lâmpadas de baixo consumo e sensores de movimento e luminosidade) e modificações nos processos (e.g., optimização de linhas de vapor, melhoria de funcionamento de torres de arrefecimento e optimização do condicionamento térmico no Armazém de Produto Acabado da Fima; alteração do processo de introdução de ingredientes na mistura que permite reduzir em 25°C a temperatura da água utilizada no processo na Olá).</p>

Ambiente

8 - Levar a cabo iniciativas para promover uma maior responsabilidade ambiental

Compromisso	Políticas, Sistemas, Processos e Programas	Acções	Performance
	<p align="center">Consumo de Energia</p>	<p>Com vista a racionalizar o consumo de energia e contribuir para a preservação dos recursos energéticos, as Companhias de Jerónimo Martins têm vindo a implementar medidas de redução dos consumos energéticos.</p>	<p>Distribuição em Portugal: - consumo de electricidade nas lojas = 727,1 kWh / m² (2006); 694,6 kWh / m² (2007) - consumo de combustíveis nas lojas = 32.907 GJ (2007) - consumo de electricidade nos centros de distribuição = 118,5 kWh / UMC'000 (2006); 132,6 kWh / UMC'000 (2007) - consumo de combustíveis nos centros de distribuição = 2.259 GJ (2007)</p> <p>Distribuição na Polónia: - consumo de electricidade nas lojas = 348,2 kWh / m² (2006); 334,9 kWh / m² (2007) - consumo de combustíveis nas lojas = 104.682 kWh / m² (2007) - consumo de electricidade nos centros de distribuição = 55,8 kWh / UMC'000 (2006); 52,0 kWh / UMC'000 (2007)</p> <p>Indústria: - consumo absoluto de electricidade = 27.697 MWh (2006); 26.989 MWh (2007) - consumo absoluto de gás natural = 1.940 mil Nm³ (2006); 1.723 mil Nm³ (2007) - consumo relativo = 1,18 GJ / t (2006); 1,02 GJ / t (2007)</p>
	<p align="center">Gestão de Resíduos</p>	<p>As empresas de Jerónimo Martins, têm vindo a desenvolver projectos que visam a optimização da gestão de resíduos, nomeadamente, promovendo a redução na origem e a reciclagem.</p>	<p>Na área da Distribuição destacam-se, em 2007, os seguintes projectos que visam a optimização da gestão de resíduos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reforço do investimento de equipamento nas lojas Pingo Doce, Feira Nova e Recheio para a optimização da separação, acondicionamento e armazenagem dos resíduos de cartão e plástico (prensas, contentores e compactadores) de acordo com as necessidades e infra-estruturas de cada loja. • Nos centros de distribuição da Gestiretalho, foram desenvolvidas várias acções de reforço da recolha selectiva de resíduos (p.e., as lamas de ETAR passaram a ser entregues para compostagem, em vez de serem submetidas a tratamento e posterior eliminação). • Reforço do projecto de recolha selectiva da fracção orgânica, o qual envolve a participação das unidades abrangidas pelos Sistemas Municipais da Valorsul, Lipor e Tratolixo. • Início da recolha selectiva de resíduos de embalagem na sede da Distribuição em Portugal. • Na Polónia, 228 lojas Biedronka procedem à recolha selectiva de resíduos orgânicos, num total de 145 toneladas entregues para compostagem (2007). <p>As Companhias da área da Indústria apostaram em campanhas de sensibilização dos colaboradores, no sentido de: utilizarem apenas o estritamente necessário; reconhecerem e utilizarem os locais adequados à segregação de resíduos; respeitarem, sempre que possível, a segregação; e garantirem o destino adequado para cada resíduo. Esta estratégia foi especialmente reforçada durante a Semana da Segurança e Ambiente 2007, realizada para os colaboradores das companhias da Indústria.</p> <p>Na fábrica da Olá, foi implementado, em 2006, um projecto de automação da introdução de alguns ingredientes na mistura, anteriormente recepcionados em sacos de papel e plástico. Actualmente, estas matérias primas são recepcionadas em big bags, os quais são reutilizados externamente noutra aplicação.</p> <p>Na fábrica da Fima, no decorrer do 1º trimestre de 2006, foram encaminhados para valorização dois novos tipos de resíduos provenientes de operações de manutenção.</p> <p>Na sede da Unilever Jerónimo Martins iniciou-se, em 2007, a recolha de resíduos segregados (embalagens, vidro, cartão) no âmbito do programa da Câmara Municipal Lisboa, para além da recolha de resíduos orgânicos que tinha sido iniciada em 2006.</p>

Ambiente

8 - Levar a cabo iniciativas para promover uma maior responsabilidade ambiental

Compromisso	Políticas, Sistemas, Processos e Programas	Ações	Performance
			<p>Distribuição em Portugal (embalagens de cartão e plástico): - produção total = 14.889 t (2006); 18.559 t (2007)</p> <p>Distribuição na Polónia (embalagens de cartão e plástico): - produção total = 33.730 t (2006); 46.616 t (2007)</p> <p>Indústria: - quantidade de resíduos por unidade de produto produzida = 0,0296 t/t (2006); 0,0299 t/t (2007) - resíduos valorizados = 3.810 t (2006); 4.241 t (2007) - taxa de valorização de resíduos = 83,7% (2006); 84,9% (2007)</p>
	<p align="center">Efluentes Líquidos</p>	<p>É objectivo das empresas de Jerónimo Martins minimizarem a produção de efluentes líquidos, bem como a sua carga poluente. Para isso, as suas unidades dos sectores da Distribuição e da Indústria possuem, sempre que necessário, planos de monitorização da carga poluente e sistemas de tratamento (e.g., separadores de gorduras e estações de tratamento de águas residuais).</p>	<p>Distribuição em Portugal: - nº unidades monitorizadas = 55 (2006); 53 (2007)</p> <p>Indústria: - quantidade total de efluentes líquidos industriais por unidade de produto produzida = 155,6 m3/t (2006); 147,7 m3/t (2007)</p>
	<p align="center">Emissões para a Atmosfera</p>	<p>Para Jerónimo Martins, as principais preocupações em termos de emissões para a atmosfera estão relacionadas com fontes fixas de gases de combustão e emissões difusas de substâncias de refrigeração. As acções desenvolvidas nesta área visam a minimização da carga poluente das emissões fixas e a redução progressiva a nível de fugas e, consequentemente, do impacto sobre as alterações climáticas e a depleção da camada do ozono.</p>	<p>No sector da distribuição (Portugal e Polónia), a única substância regulamentada é o R22 (gás refrigerante), o qual tem vindo a ser substituído de forma sistemática por outras substâncias com menor impacto ambiental. Na Polónia existe o objectivo de substituir o R22 em todos os equipamentos até ao final de 2008. Foi iniciada a implementação de Plano de Monitorização da qualidade das emissões para a atmosfera nas unidades da Distribuição em Portugal em que existe essa obrigação, prevendo-se que seja concluído no primeiro trimestre de 2008.</p> <p>Nas Companhias da Indústria que possuem fontes fixas de emissões para a atmosfera, procede-se a uma monitorização dos parâmetros relevantes, com o objectivo de garantir o cumprimento da legislação.</p>
	<p align="center">Construção e remodelação de unidades</p>	<p>Jerónimo Martins inclui requisitos ambientais na construção e remodelação de instalações com vista ao cumprimento da legislação, adequada gestão dos aspectos ambientais (construção e utilização) e minimização dos impactos ambientais (sobretudo na fase de utilização).</p>	<p>Em todos os projectos de construção ou remodelação de unidades da Distribuição em Portugal são considerados critérios ambientais, nomeadamente a aquisição de equipamento mais eficiente, a instalação de equipamento de monitorização, a optimização da gestão de resíduos, a melhoria dos sistemas de controlo de emissões e a prevenção da poluição.</p> <p>Nas remodelações de lojas Biedronka, para além do cumprimento dos requisitos legais, tem sido reforçado o investimento para racionalização dos consumos de energia: iluminação; aquecimento e ventilação; equipamento consumidor de electricidade.</p> <p>Na Indústria, os projectos e/ou alterações ao processo produtivo incluem uma avaliação de aspectos ambientais, de modo a que questões como a segregação de resíduos ou a gestão de efluentes líquidos estejam salvaguardadas, quer durante a execução da obra, quer no arranque e funcionamento da "nova instalação". Em todas as instalações com gases refrigerantes, são conhecidos os tipos de gases e as quantidades instaladas, incluindo-se estes aspectos na realização dos projectos de construção de unidades.</p>

Ambiente

8 - Levar a cabo iniciativas para promover uma maior responsabilidade ambiental

Compromisso	Políticas, Sistemas, Processos e Programas	Acções	Performance
	<p align="center">Adopção de boas práticas por parte de colaboradores</p>	<p>As empresas de Jerónimo Martins desenvolvem regularmente acções de formação e de sensibilização ambiental, visando a adopção de boas práticas e, portanto, a minimização de impactes ambientais adversos.</p>	<p>São exemplos de acções desenvolvidas pelas empresas do sector da Distribuição em Portugal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acções de formação nos centros de distribuição da Gestiretalho, sobre os princípios do Sistema de Gestão ambiental, política ambiental e boas práticas (colaboradores internos e subcontratados). • Acções de formação a novos colaboradores do Grupo com funções de gestão, visando a divulgação de procedimentos internos e a sensibilização sobre boas práticas ambientais. • Acções de formação a colaboradores de lojas sobre procedimentos internos de separação de resíduos (incluindo resíduos de embalagens e orgânicos). • Desenvolvimento de artigos sobre "Ambiente", na secção permanente dedicada à Responsabilidade Social na revista interna "A Nossa Gente". • Divulgação semanal aos colaboradores das lojas Pingo Doce de boas práticas ambientais e procedimentos de gestão ambiental. <p>Na formação inicial dada aos novos colaboradores do sector da Indústria, inclui-se a temática ambiental, com o objectivo da adopção generalizada de boas práticas nesta matéria. São também realizadas periodicamente acções de formação/sensibilização ambiental para todos os colaboradores, das quais se destacam:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realização na Lever de acções de carácter geral aos prestadores de serviços, designadamente em contenção de derrames, segregação de resíduos, efluentes líquidos e boas práticas ambientais; • Realização, na Olá, na FimaVG, na Lever e na Victor Guedes, de acções de sensibilização dos colaboradores, no sentido de melhoria da prática de segregação de resíduos.
	<p align="center">Metodologia Total Productive Management (TPM)</p>	<p>As Companhias do sector da Indústria integraram nas suas actividades, a metodologia TPM, na qual o Ambiente e a Segurança se assumem como eixos centrais. Visando a optimização de processos, a metodologia tem, como objectivo final, a obtenção de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zero perdas (contribuindo para uma utilização racional dos recursos naturais e a redução/reutilização dos resíduos gerados); • Zero defeitos; • Zero acidentes. 	<p>Na IgloOlá a consolidação, em 2006, do Pilar de TPM específico para a Energia reflecte a importância dada à redução dos consumos nessa vertente.</p> <p>Em Dezembro de 2006 a IgloOlá alcançou o "Special Award", prémio especial atribuído pelo JIPM (Japan Institute of Plant Maintenance), na qual o pilar do Ambiente e Segurança foi parte integrante.</p> <p>Decorreu de 19 a 23 de Março a Semana da Segurança e Ambiente 2007, uma actividade do Pilar Ambiente e Segurança que se desenrolou um dia em cada fábrica. Os temas ambientais em estudo foram: manuseamento de substâncias perigosas; segregação de resíduos; energia e água – boas práticas. Nesta acção conjunta participaram 80 pessoas: por dia participaram 4 pessoas de cada Fábrica, num total de 20 participantes por Fábrica (Lever, Olá, VG e Fima).</p>
	<p align="center">Seleção de fornecedores</p>	<p>É objectivo de Jerónimo Martins a melhoria do desempenho ambiental ao longo das cadeias de fornecimento na qual se encontra integrado, cooperando, por isso, com fornecedores em matéria de gestão ambiental.</p>	<p>É aplicada a Norma Técnica de Ambiente nas auditorias a fornecedores de mercadorias do sector da Distribuição em Portugal. A verificação dos requisitos da Norma tem permitido classificar os fornecedores e prestadores de serviços segundo o seu desempenho ambiental em termos de legislação ambiental aplicável à sua actividade, adopção de boas práticas ambientais e implementação de sistemas de gestão ambiental.</p> <p>Nas Companhias da Indústria, os critérios de selecção dos fornecedores têm uma componente ambiental, concretizada através da comunicação das preocupações e políticas nesse âmbito, bem como da oferta de apoio na implementação de acções e da ferramenta de auditoria. Os fornecedores em fase de selecção são avaliados com os mesmos critérios das fábricas do Grupo e convidados a adoptarem programas de gestão ambiental.</p>

Ambiente

8 - Levar a cabo iniciativas para promover uma maior responsabilidade ambiental

Compromisso	Políticas, Sistemas, Processos e Programas	Acções	Performance
	<p align="center">Logística</p>	<p>É objectivo das Empresa do sector da Distribuição a redução progressiva do peso das embalagens, o que, consequentemente, gera a minimização dos resíduos de embalagens, a optimização da utilização dos veículos de transporte, a redução do consumo de combustível e a minimização da emissão de gases poluentes.</p>	<p>Assim, em Portugal, a utilização de caixas plásticas reutilizáveis abrange já as áreas de Frutas & Vegetais, Carnes, Lacticínios, Peixe e Padaria. Na Polónia, é adoptado o uso de embalagens reutilizáveis sempre que estejam reunidas as condições logísticas e operacionais. O indicador apresentado para o número de caixas reutilizáveis demonstra a evolução que este tema tem tido na actividade logística do Grupo.</p> <p>Distribuição: - caixas reutilizáveis vs número total de caixas movimentadas em Portugal = 9,2% (2006); 12,9% (2007)</p>
	<p align="center">Campanhas de Sensibilização Ambiental</p>	<p>Conscientes de que as empresas devem desempenhar um papel activo na sensibilização da população em prol de um desenvolvimento sustentável, as Companhias do Grupo desenvolvem iniciativas ambientais direccionadas para consumidores, população e colaboradores.</p>	<p>As Companhias do Grupo da área da Distribuição em Portugal desenvolveram, em 2006 e 2007, as seguintes iniciativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Divulgação de boas práticas ambientais nos folhetos promocionais do Feira Nova e do Recheio; • Lançamento da Campanha do Calendário de Ambiente 2007 e 2008 (3ª e 4ª edições) nas lojas Pingo Doce e Feira Nova; • Como forma de fomentar a discussão pública em matéria de Ambiente, o Grupo Jerónimo Martins participou no 2º Fórum Português sobre Responsabilidade Social das Organizações com a comunicação "Gestão Ambiental no Grupo Jerónimo Martins" (2006). • Lançamento pelo Pingo Doce, Feira Nova e Recheio, em colaboração com a Ecopilhas, da Campanha de distribuição de mini-pilhões junto dos clientes (2007). • Adesão das empresas Pingo Doce, Feira Nova e Recheio à campanha da Autoridade Nacional de Protecção Civil "Portugal sem fogos depende de todos" (2007). • Participação do Pingo Doce e Feira Nova na divulgação da Campanha de Sensibilização da APED sobre Gestão de Resíduos (2007). <p>Sob o lema "Biedronka – parceiro de confiança para o Ambiente", foram realizadas, em 2007, duas campanhas ambientais para clientes e colaboradores desta companhia da Polónia, como forma de reforçar comportamentos ambientalmente adequados na sociedade:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Repetindo acções anteriores, foi lançada uma campanha sobre a utilização racional de água e energia (distribuição de folhetos). • Em parceria com a Associação de Protecção dos Animais (organismo polaco) foi lançada a campanha "Ajudar os animais no Inverno" (distribuição de folhetos). <p>As companhias da Indústria, desenvolveram várias acções de sensibilização ambiental direccionada para a comunidade:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A Fima, a Lever e a Olá continuaram o apoio, iniciado em 2002, ao Programa Eco-Escolas, uma iniciativa de âmbito europeu sob a responsabilidade da Associação Bandeira Azul da Europa (ABAE)/Fundação para a Educação Ambiental (FEE); • As mesmas empresas mantiveram também a sua iniciativa do Concurso Nacional Brigada Verde, realizado em colaboração com a ABAE, onde cada "Brigada Verde" analisou as carências existentes nas respectivas escolas ou no meio envolvente e, posteriormente, criou e apresentou um projecto específico, com soluções para melhorar/minimizar a situação existente; • Lançamento, em 2007, pela Lever de uma edição especial de Skip, com oferta de ecoponto doméstico e informações na embalagem sobre segregação de resíduos; • Desenvolvimento pela Lever de uma acção conjunta com a Valorsul (empresa intermunicipal para gestão de resíduos urbanos), destinada a promover uma correcta separação de resíduos;

Pacto Global das Nações Unidas
Relatório de Comunicação de Progresso (COP Report)

Ambiente

9 - Encorajar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias amigas do ambiente

Compromisso	Políticas, Sistemas, Processos e Programas	Ações	Performance
<p>Jerónimo Martins visa a minimização de impactes ambientais das suas actividades, produtos e serviços através da adopção de soluções ambientalmente mais adequadas.</p>	<p align="center">Consumo Sustentável</p>	<p>Jerónimo Martins considera que é importante para as suas empresas disponibilizar aos clientes soluções e produtos que os ajudem a adoptar um comportamento mais pro-activo em prol da salvaguarda ambiental.</p>	<p>No início de 2007, o Pingo Doce assumiu um papel pioneiro ao iniciar a cobrança de 0,02 € por cada saco de caixa plástico que até então era disponibilizado gratuitamente aos clientes. Esta medida de prevenção da poluição permitiu reduzir o consumo de sacos em cerca de 40%, o que se traduz numa redução de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 750 t de petróleo de gás natural utilizados no fabrico de polietileno; • 950 t de emissões de dióxido de carbono (decorrentes das fases de fabrico e transporte dos sacos); • 400 t de sacos depositados em aterro (após utilização pelos clientes). <p>Em 2007, foi reforçada a aposta nos produtos de agricultura biológica, com o lançamento deste tipo de artigos com marca Pingo Doce.</p> <p>A Lever procedeu, em 2007, ao lançamento dos novos produtos Skip Líquido Pequeno & Poderoso e Comfort Essencia, os quais apresentam diversas vantagens do ponto de vista ambiental associadas à redução de volume (e.g., para o Comfort Essencia regista-se uma redução de 67% de água, 48% de plástico, 43% de cartão, 58% de número de camiões para transporte e de paletes manuseadas e 30% de espaço de armazenagem). Houve simultaneamente uma redução na gramagem do Skip em pó, sendo que a nova formulação conduz à utilização de uma menor quantidade de produto para igual fim.</p> <p>A Victor Guedes procedeu à redução em 0,5 g no peso das suas embalagens PET de 1 L, beneficiando o ambiente ao longo de toda a cadeia logística (transportadores, distribuidores, retalho, clientes, sistemas municipais).</p>
	<p align="center">Energias Renováveis</p>	<p>Jerónimo Martins considera que é importante para as suas empresas disponibilizar aos clientes soluções e produtos que os ajudem a adoptar um comportamento mais pro-activo em prol da salvaguarda ambiental.</p>	<p>Em 2007, foram adoptadas pelas empresas da Distribuição em Portugal várias soluções tecnológicas que recorrem a fontes de energia renovável:</p> <ul style="list-style-type: none"> • instalação de 72 m2 de colectores solares para aquecimento de água no centro de distribuição de Azambuja (poupanças: 5100 kWh/mês e 31 t/ano); • instalação de 46 postes de iluminação de espaços exteriores (poupanças: 5.000 kWh/mês e 30 t/ano) na loja Feira Nova de Quinta do Conde; • instalação de 5,4 m2 de colectores solares para aquecimento de água na loja Pingo Doce de Borba; • instalação de 76 unidades de sistema tubular de transporte da luz solar para iluminação de espaços interiores das Lojas Pingo Doce de Vila Nova de Gaia e Oliveira do Douro (poupanças: 2.255 kWh/mês e 13 t/ano).

**Pacto Global das Nações Unidas
Relatório de Comunicação de Progresso (COP Report)**

Anti-Corrupção

10 - Promover e adoptar medidas de combate a toda e qualquer forma de corrupção incluindo extorsão e suborno

<i>Compromisso</i>	<i>Políticas, Sistemas, Processos e Programas</i>	<i>Ações</i>	<i>Performance</i>
<p>É objectivo do Grupo Jerónimo Martins assegurar o integral cumprimento dos princípios éticos, que desde sempre o regeram, formalizados no Código de Conduta. Com vista à concretização deste objectivo, assegurando a divulgação e o acompanhamento do cumprimento do referido Código, está instituída a Comissão de Ética.</p>	<p align="center">Código de Conduta</p>	<p>Está estipulado no Código de Conduta de Jerónimo Martins, instrumento distribuído a assinado por todos os colaboradores, que "as empresas do Grupo Jerónimo Martins não dão nem recebem, directa ou indirectamente, subornos ou quaisquer outras vantagens impróprias para o seu negócio ou interesse financeiro, não podendo nenhum trabalhador ou colaborador oferecer, dar ou receber qualquer oferta ou pagamento que seja ou possa ser considerado suborno."</p>	<p>Nos casos em que haja chantagem ou extorsão é conduzida uma investigação por parte do Departamento de Segurança e, caso se verifique necessário, são tomadas medidas.</p>
	<p align="center">Código de Princípios de Negócios da Unilever/Indústria</p>	<p>Evitar conflitos de interesses: é esperado que os colaboradores evitem actividades pessoais e interesses económicos que possam entrar em conflito com as suas funções.</p>	
	<p align="center">Código de Conduta dos Fornecedores do Grupo Jerónimo Martins</p>	<p>Integridade do negócio: é prática da Companhia não oferecer, dar ou receber qualquer oferta ou pagamento que possa ser considerado um suborno</p> <p>Todos os contratos assinados por fornecedores de produtos contêm a assinatura do Código de Conduta dos Fornecedores, onde se encontra estipulado que "Os fornecedores e demais parceiros comerciais do Grupo Jerónimo Martins comprometem-se a conduzir os seus negócios com honestidade, integridade e respeito pelo cumprimento das leis dos países onde operam."</p>	

**Pacto Global das Nações Unidas
Modelo para Elaboração de Relatório de Comunicação de Progresso (COP Report)**

Créditos



**Visão Sustentável
Soluções em Responsabilidade Corporativa e Sustentabilidade**



**www.visaosustentavel.com.br
info@visaosustentavel.com.br**