

OUT/DEZ 2013

N62

BALANÇO RECURSOS HUMANOS APED - ANO 2012

ÍNDICE

p.02	01/ INTRODUÇÃO
p.03	02/ SUMÁRIO EXECUTIVO
p.04	03/ CONTRIBUIÇÃO PARA O EMPREGO
p.05	04/ CARACTERIZAÇÃO
p.07	05/ CONTRIBUIÇÃO PARA A ACTIVIDADE ECONÓMICA
p.08	06/ ESTABILIDADE E VALORIZAÇÃO NO EMPREGO
p.09	07/ ABSENTISMO
p.10	08/ ACIDENTES DE TRABALHO
p.11	09/ FORMAÇÃO PROFISSIONAL
p.12	10/ RESPONSABILIDADE SOCIAL



ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE EMPRESAS DE DISTRIBUIÇÃO

01. INTRODUÇÃO |



O estudo Balanço de Recursos Humanos APED apresenta-se como uma referência do sector do comércio moderno e nele são analisados os principais indicadores dos recursos humanos das empresas associadas da APED.

A realização deste documento está alicerçada nos seguintes pilares:

- Apresentar de forma clara e transparente os resultados em matéria de recursos humanos dos associados APED perante os seus diferentes stakeholders.
- Servir de benchmarking para as empresas associadas compararem os seus indicadores com a média global do sector.

Esta edição é dividida em oito secções:

- Contribuição para o emprego;
- Caracterização;
- Contribuição para a actividade económica;
- Estabilidade e valorização no emprego;
- Absentismo;
- Acidentes de trabalho;
- Formação profissional;
- Acções de responsabilidade social dirigidas aos colaboradores das empresas associadas APED.

A informação apresentada relativa aos associados APED até ao ano de 2008, baseia-se nos Balanços Sociais enviados pelas empresas para a APED, sendo que os dados de 2009 a 2012, são elaborados com base num questionário enviado pela APED aos seus associados. Este questionário contempla grande parte da informação que era incluída nos Balanços Sociais e segue portanto a mesma metodologia em termos de tratamento da informação.

02. SUMÁRIO EXECUTIVO |

As principais conclusões do Balanço de Recursos Humanos da APED são as seguintes:

No ano de 2012 verificou-se uma diminuição do número de colaboradores dos associados APED, face a 2011. Em 2012 as empresas associadas da APED empregavam 86.700 colaboradores.

Portugal foi em 2012, o 2º país europeu com maior decréscimo da população empregada no sector do comércio (-4,8%). Com uma variação mais negativa que Portugal, só a Grécia com um decréscimo de 11,1%.

Em termos da estabilidade do vínculo laboral dos associados APED, verificou-se em 2011 e em 2012 um aumento da percentagem dos trabalhadores com contrato de efectivo. Em 2012, 72,8% dos colaboradores dos associados APED tinham vínculo de efectivo.

Segundo dados do Eurostat para o ano de 2012, Portugal é dos países da Europa onde a percentagem de trabalhadores em part-time é mais baixa. Tal se verifica no total da actividade económica bem como no sector do comércio.

Constatou-se em 2012 um aumento da taxa de absentismo de +2,2 pontos percentuais face a 2011. Em 2012 essa taxa situou-se nos 8,4%.

Em relação aos acidentes de trabalho, verificou-se um ligeiro decréscimo do índice de frequência em 2012 relativamente a 2011. No que diz respeito ao índice de gravidade tem vindo a declinar de forma constante desde 2008.

O investimento em formação por parte dos associados APED tem vindo a aumentar constantemente desde 2009. Em 2012, as empresas associadas da APED investiram 27,8 milhões de euros em formação.



03. CONTRIBUIÇÃO PARA O EMPREGO

03.1 | SUMÁRIO

Os associados da APED em 2012 empregavam 86.700 colaboradores. Face a 2011 representou uma diminuição de 1.200 colaboradores.

Apesar da diminuição do número de colaboradores dos associados APED no ano 2012 em relação a 2011, verifica-se no entanto que num horizonte temporal mais alargado (5 anos), o sector empregou mais 10.900 colaboradores.

Analisando o total do sector do comércio, constata-se que em 2012, Portugal foi dos países da Europa onde se assistiu a uma maior diminuição da população empregada neste sector (-4,8%). Com um decréscimo superior apenas a Grécia com uma variação de -11,1%.

03.2 | POPULAÇÃO EMPREGADA

Milhares

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
APED	75,8	81,3	87,9	93,1	87,9	86,7

Fonte: APED

03.3 | VARIAÇÃO POPULAÇÃO EMPREGADA

Milhares

	2008 VS 2007	2009 VS 2008	2010 VS 2009	2011 VS 2010	2012 VS 2011	2012 VS 2007
APED	5,5	6,6	5,2	-5,2	-1,2	10,9

Fonte: APED

03.4 | POPULAÇÃO EMPREGADA SECTOR DO COMÉRCIO

	2011	2012	2012 vs 2011
BÉLGICA	580,7	598,7	3,1%
NORUEGA	340,2	350,3	3,0%
ITÁLIA	3.221,6	3.294,9	2,3%
R. UNIDO	3.868,2	3.907,9	1,0%
FRANÇA	3.218,8	3.233,5	0,5%
ALEMANHA	5.239,7	5.218,6	-0,4%
ÁUSTRIA	620,5	617,8	-0,4%
IRLANDA	267,9	265,2	-1,0%
FINLÂNDIA	298,0	293,6	-1,5%
SUÉCIA	551,9	538,4	-2,4%
DINAMARCA	384,3	372,0	-3,2%
ESPAÑA	2.900,9	2.796,2	-3,6%
PORTUGAL	682,9	650,4	-4,8%
GRÉCIA	745,8	663,3	-11,1%
EU 27	29.719,7	29.620,1	-0,3%

Fonte: Eurostat



04. CARACTERIZAÇÃO

04.1 | SUMÁRIO

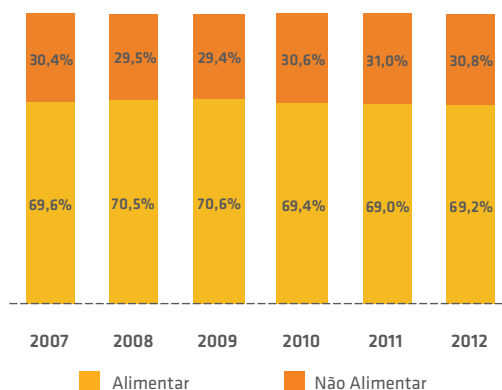
O total do universo dos colaboradores dos associados APED tem-se mantido bastante constante no que diz respeito ao rácio entre retalho alimentar e não alimentar. Em 2012, 69,2% dos colaboradores dos associados da APED eram da área alimentar.

No ano de 2012, 68,6% dos colaboradores dos associados APED eram do sexo feminino. Este peso tem sido constante ao longo do tempo de análise.

Verificou-se no ano de 2011 um elevado aumento do número de colaboradores com vínculo de efectivo, sendo que esse rácio se consolidou em 2012. Interessante constatar que este movimento foi transversal a grande parte das empresas associadas e representa a estabilidade profissional dos colaboradores dos associados APED.

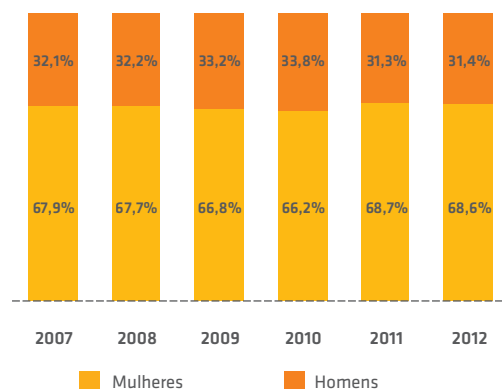


04.2 | COLABORADORES APED ALIMENTAR vs. NÃO ALIMENTAR (%)



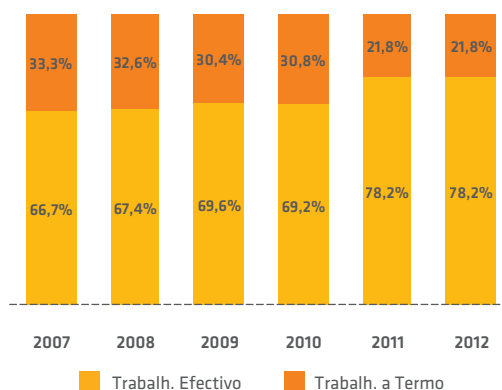
Fonte: APED

04.3 | SEXO APED



Fonte: APED

04.4 | TIPO DE CONTRATO APED



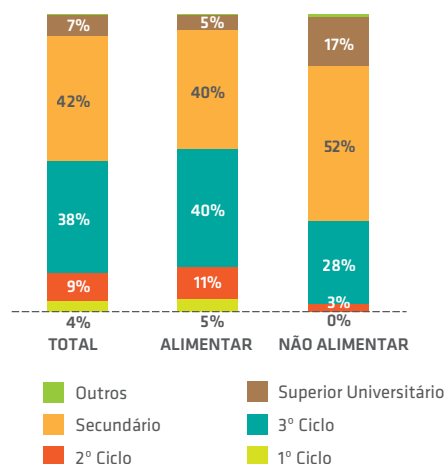
Fonte: APED

04.6 | HABILITAÇÕES LITERÁRIAS APED - ANO 2012

Segundo dados do Eurostat para o ano de 2012, Portugal é dos países da Europa onde a percentagem de trabalhadores em part-time é mais baixa. Tal se verifica no total da actividade económica bem como no sector do comércio.

Em relação às habilitações literárias dos colaboradores dos associados APED constata-se que cerca de metade têm o ensino secundário ou superior universitário. Verifica-se que este peso é superior no retalho não alimentar relativamente ao retalho alimentar.

A estrutura etária dos colaboradores dos associados da APED é equitativamente distribuída pelos diversos escalões de idade considerados. No retalho não alimentar existe uma maior concentração de colaboradores com idade até aos 30 anos (48%).

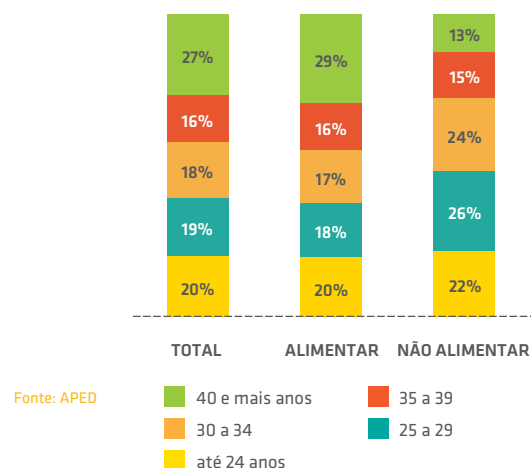


04.5 | TRABALHADORES PART TIME (%) - ANO 2012

PAÍS	TOTAL	COMÉRCIO
R. UNIDO	27%	39%
DINAMARCA	26%	36%
ALEMANHA	27%	34%
IRLANDA	24%	34%
ÁUSTRIA	26%	33%
SUÉCIA	26%	30%
BÉLGICA	25%	26%
FINLÂNDIA	15%	22%
ITÁLIA	17%	19%
FRANÇA	18%	17%
ESPAÑA	15%	16%
PORTUGAL	14%	10%
GRÉCIA	8%	8%
EU 27	20%	23%

Fonte: Eurostat

04.7 | ESTRUTURA ETÁRIA APED - ANO 2012



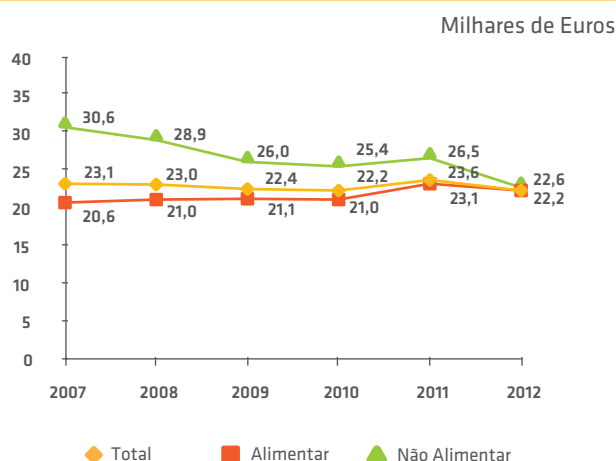
05. CONTRIBUIÇÃO PARA A ACTIVIDADE ECONÓMICA

05.1 | SUMÁRIO

A produtividade de trabalho por colaborador dos associados da APED tem-se mantido relativamente estável nos últimos cinco anos. Saliente-se no entanto o decréscimo do retalho não alimentar que tem sofrido mais com a crise económica nacional e a quebra do rendimento disponível das famílias.

Analisando a produtividade por colaborador do comércio a retalho na Europa, constata-se que Portugal está consideravelmente abaixo da média da UE27. Se se comparar com a produtividade por colaborador dos associados APED, verifica-se uma maior proximidade relativamente à média apresentada pelos países europeus.

05.2 | PRODUTIVIDADE - TRABALHO POR COLABORADOR APED



Fonte: APED

05.3 | PRODUTIVIDADE POR COLABORADOR – COMÉRCIO A RETALHO E APED

Milhares de Euros

PAÍS	2009	2010
NORUEGA	36,3	40,6
BÉLGICA	41,8	40,4
FRANÇA	n/d	38,1
SUÉCIA	32,0	36,2
FINLÂNDIA	35,1	36,1
ÁUSTRIA	30,5	32,8
DINAMARCA	32,1	32,4
IRLANDA	30,5	30,1
ITÁLIA	21,8	26,5
ALEMANHA	28,2	25,9
R. UNIDO	21,7	25,2
ESPAÑA	24,9	25,1
HOLANDA	25,3	24,5
PORTUGAL	15,2	15,0
EU27	23,5	24,4
APED	22,4	22,2

Fonte: Eurostat, APED



06. ESTABILIDADE E VALORIZAÇÃO NO EMPREGO

06.1 | SUMÁRIO

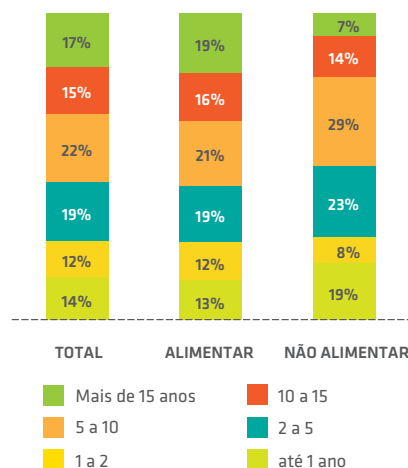
Em termos de antiguidade dos colaboradores dos associados APED, mais de 50% encontram-se a trabalhar na respectiva empresa há mais de 5 anos.

Os motivos das promoções dos colaboradores são maioritariamente devido a antiguidade (87%). Esse peso é superior no retalho não alimentar (92%) relativamente ao retalho alimentar (87%).

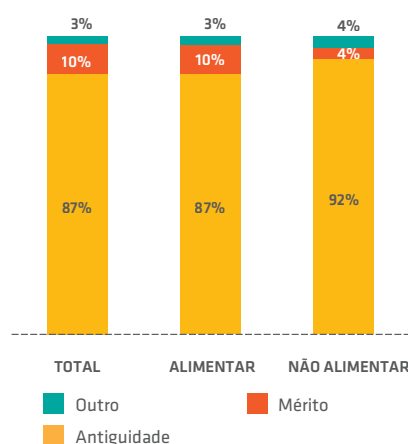
A taxa de promoções após ter decrescido em 2009 e 2010, tem vindo a aumentar em 2011 e 2012 situando-se actualmente nos 21,3%.



06.2 | NÍVEL DE ANTIGUIDADE APED - ANO 2012



06.3 | MOTIVO DE PROMOÇÕES APED - ANO 2012



06.4 | TAXA DE PROMOÇÕES APED

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
TAXA DE PROMOÇÕES (%)	22,4	22,6	19,1	18,1	21,8	21,3

Taxa de Promoções (%) = N° de Promoções / N° Médio de pessoas durante o Ano

Fonte: APED

07. ABSENTISMO

07.1 | SUMÁRIO

No ano de 2012 verificou-se um aumento relevante da taxa de absentismo nas empresas associadas da APED, sendo o valor mais elevado dos últimos 5 anos.

Os motivos de absentismo em 2012 dividem-se em doença (48,7%), maternidade/paternidade (29,5%), acidentes de trabalho (6,7%) e outros (15,1%).

Comparando a evolução dos motivos de absentismo em 2012 face a 2011, constatou-se um aumento da doença (+1,9 p.p.), acidentes de trabalho (+0,2 p.p.) e maternidade/paternidade (+0,1 p.p.). Em sentido inverso, a categoria “outros” diminuiu 2,2 p.p..



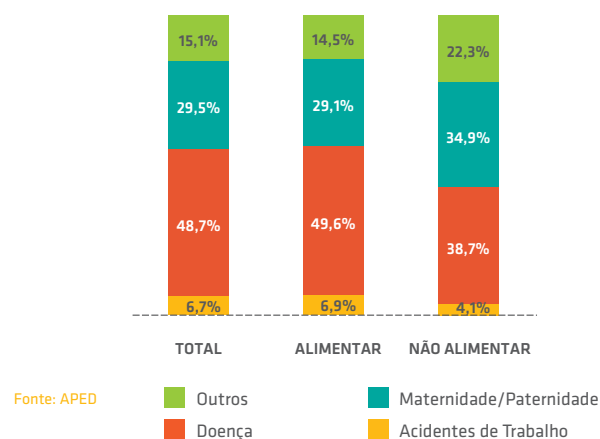
07.2 | TAXA DE ABSENTISMO APED

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
TAXA ABSENTISMO (%)	7,6	6,6	6,4	6,9	6,2	8,4

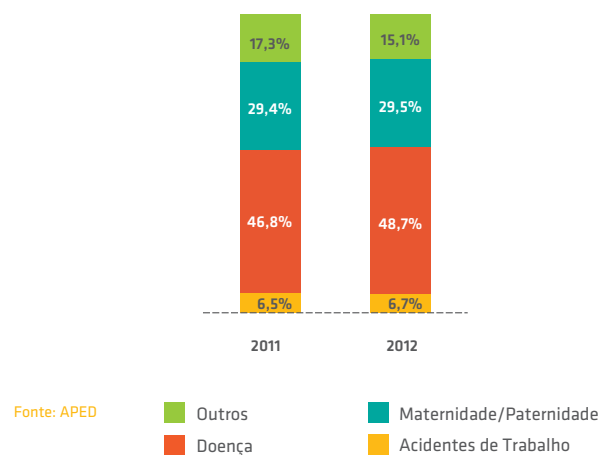
Taxa de Absentismo (%) = N° de horas de absentismo / Potencial máximo anual

Fonte: APED

07.3 | MOTIVOS DE ABSENTISMO APED - ANO 2012



07.4 | MOTIVOS DE ABSENTISMO



08. ACIDENTES DE TRABALHO

08.1 | SUMÁRIO

O índice de frequência registou um aumento significativo no ano de 2011 relativamente a 2010, tendo decrescido em 2012. Interessante constatar que o índice de frequência tem decrescido no retalho não alimentar desde 2007.

Em relação ao índice de gravidade tem vindo a decrescer desde 2009, situando-se actualmente nos 0,43. Esta tendência é transversal quer ao retalho alimentar quer ao retalho não alimentar.

No ano de 2012 verificou-se uma diminuição do período de tempo de baixa por acidente de trabalho de 4 a 30 dias (-1,6 p.p.), e o aumento da baixa de 1 a 3 dias (+1,4 p.p.) e de mais de 30 dias (+0,2 p.p.).



08.2 | ÍNDICE DE FREQUÊNCIA APED

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
TOTAL	26,8	28,2	27,0	28,4	32,3	29,2
ALIMENTAR	26,9	29,7	28,1	30,2	35,1	31,7
NÃO ALIMENTAR	26,4	24,3	24,0	23,1	17,0	15,2

Índice de Frequência = (Nº de acidentes de trabalho com baixa médica / horas de trabalho efectivo) x 10⁶

Fonte: APED

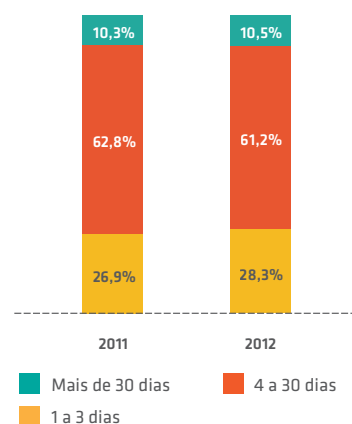
08.3 | ÍNDICE DE GRAVIDADE APED

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
TOTAL	0,50	0,52	0,52	0,51	0,49	0,43
ALIMENTAR	0,49	0,54	0,52	0,53	0,52	0,47
NÃO ALIMENTAR	0,53	0,49	0,52	0,46	0,32	0,22

Índice de Gravidade = (Nº de dias perdidos com acidentes de trabalho com baixa médica / horas de trabalho efectivo) x 10³

Fonte: APED

08.4 | ACIDENTES DE TRABALHO APED - PERÍODO DE TEMPO DE BAIXA



09. FORMAÇÃO PROFISSIONAL

09.1 | SUMÁRIO

Os custos totais de formação nos associados APED têm vindo constantemente a aumentar desde 2009. Em 2012, as empresas associadas da APED investiram 27,8 milhões de euros em formação.

Em termos médios, anualmente são ministradas 24 horas de formação e investidos 320 euros, por colaborador dos associados APED.

Enquanto o número de horas por colaborador tem-se mantido relativamente constante ao longo dos últimos quatro anos, o custo médio em formação tem vindo progressivamente a aumentar.

A formação desenvolvida internamente pelas empresas associadas da APED representa 83% do total da formação dirigida aos colaboradores. No retalho não alimentar esse peso é inferior (79%).

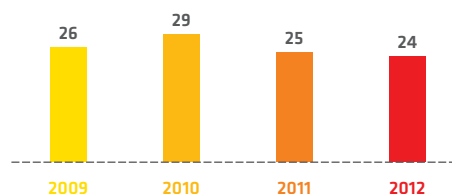


09.2 | CUSTOS E HORAS DE FORMAÇÃO APED

	2009	2010	2011	2012
CUSTOS FORMAÇÃO (Milhões €)	19,1	23,4	25,0	27,8
Nº HORAS FORMAÇÃO (Milhões)	2,3	2,7	2,2	2,1

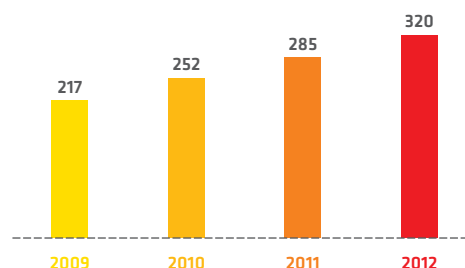
Fonte: APED

09.3 | HORAS DE FORMAÇÃO POR COLABORADOR APED



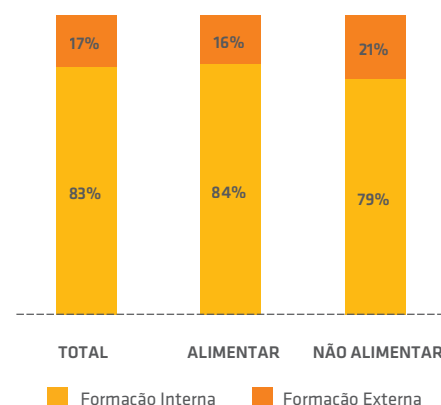
Fonte: APED

09.4 | CUSTO MÉDIO DA FORMAÇÃO POR COLABORADOR (€) APED



Fonte: APED

09.5 | HORAS DE FORMAÇÃO INTERNA vs. EXTERNA APED - ANO 2012



Fonte: APED

10. ACÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DIRIGIDAS AOS COLABORADORES DAS EMPRESAS APED

Nesta secção incluem-se acções de responsabilidade social dirigidas aos colaboradores das empresas associadas APED no ano de 2012. Salientamos que esta lista não é exaustiva.



VALAUCHAN

Uma das iniciativas de responsabilidade social que mais reflete o posicionamento e os valores da Auchan é a Valauchan. Esta iniciativa baseia-se num princípio inovador a nível internacional, criado pelo fundador da Auchan desde 1999. A Valauchan possibilita a todos/as os/as Colaboradores/as a partilha dos resultados que estes ajudaram a construir. A adesão de cada um permitirá contribuir para um património que evolui com a empresa, contribuindo, assim, para a sua sustentabilidade.

CRIAÇÃO DE EQUIPAMENTOS EDUCATIVOS

No sentido de obviar as dificuldades de conciliação entre a vida profissional e a vida familiar dos/as Colaboradores/as originadas pelos horários de funcionamento da empresa, que caracterizam o sector de atividade, a Auchan através da Fundação Pão de Açúcar abriu, em Setembro de 2012, o segundo serviço de acolhimento de crianças na loja da Alfragide. Os colégios Rik & Rok da Amadora e de Alfragide funcionam em horário alargado (7:00 à 0:30), de segunda a domingo, todos os dias do ano e estão igualmente abertos às crianças da comunidade local.

PROGRAMA DE VOLUNTARIADO – PARTE DE NÓS

Este programa, lançado em 2011, tem como objetivos: a) incentivar e promover a participação dos Colaboradores em iniciativas de voluntariado; b) promover o desenvolvimento pessoal e profissional dos Colaboradores da Auchan bem como a aproximação à comunidade; c) tornar o Programa de voluntariado uma estratégia de gestão que aumente o nível de satisfação dos Colaboradores e o sentimento de pertença à Auchan; d) promover a mudança de mentalidades (Colaboradores/Consumidor), incentivando a participação solidária no desenvolvimento de cada comunidade. Em termos de iniciativas, o programa inclui as promovidas pelo GRACE (o GIRO, o Voluntariado em família, e outras), as promovidas pela DRH – Responsabilidade Social de âmbito nacional e as desenvolvidas pelas Lojas que visam estabelecer uma relação de proximidade com a comunidade local.

FUNDAÇÃO JUMBO PARA A JUVENTUDE

‘ACOMPANHAR OS JOVENS NA CONDUÇÃO DAS SUAS AMBICÕES’ é o lema da Fundação Jumbo para a Juventude, lançada em Portugal em 2012, fruto da desmultiplicação internacional da Fondation Auchan pour la Jeunesse. Para além do apoio financeiro a projetos ligados à educação, cultura, saúde e bem-estar e reintegração de crianças e jovens entre os 5 e os 25 anos, apresentados por

instituições das zonas de influência das nossas lojas, a Fundação Jumbo para a Juventude pretende promover a partilha de competências e conhecimentos entre os candidatos e os/as Colaboradores/as da Auchan.

A Fundação, em Portugal, já financiou 12 projetos de associações da área envolvente das lojas de Famalicão, Gondomar, Gaia, Aveiro, Coimbra, Cascais, Amoreiras, Alfragide, Setúbal, Olhão e Viseu, num total de mais de 119 mil euros.

PARTILHA E ENVOLVIMENTO DOS/AS COLABORADORES/AS

A empresa disponibiliza um conjunto de ferramentas que permitem o envolvimento e participação dos/as Colaboradores no dia-a-dia da empresa: ‘Entre nós’ – rede social interna da Auchan, criada em 2011, que visa envolver e incrementar a participação dos recursos humanos na actividade da empresa. Os/as Colaboradores/as podem apresentar sugestões globais ou particularmente sobre áreas específicas. Este meio de comunicação permite, ainda, divulgar informações sobre a empresa e dinamizar temas de várias áreas; ‘Linha Alerta Auchan’ – foi criada em 2009 com o objectivo de assegurar a efectiva comunicação entre os/as Colaboradores/as e o Comité de Direcção da empresa. Este mecanismo consiste na disponibilização de um meio de comunicação directa que permite apresentar preocupações, dúvidas, sugestões e propostas de acções de melhoria tendo em conta os requisitos da Certificação em Responsabilidade Social (SA8000);

‘Programa Creative Attitude’, ‘Kiosk de ideias’ e ‘Grupos de progresso’ – ferramentas de inovação disponíveis aos/as Colaboradores para a promoção, a sistematização e a implementação de ideias inovadoras nas diversas áreas da empresa.

CAMPANHA 5% DE DESCONTO PARA COLABORADOR/A

+ 5% de desconto em produtos marca própria durante os 25 Dias Jumbo, durante o período de 19 de Outubro a 15 de Novembro. Esta campanha aplicou-se a todos os produtos marca própria Pássaro, Polegar e Rik & Rok.

CONJUNTO DE BENEFÍCIOS

A Auchan Portugal Hipermercados disponibiliza aos/às Colaboradores/as um conjunto de benefícios diversificados, nomeadamente, seguro de saúde para o Colaborador e todo o agregado familiar, seguro de vida, seguro de acidentes pessoais, desconto especial em cartão, realização de rastreios, protocolos com instituições, acesso aos apoios e serviços da Fundação Pão de Açúcar- Auchan (Instituição Particular de Solidariedade Social que tem como missão “melhorar a qualidade de vida dos/as Colaboradores/as da Auchan Portugal, das suas famílias e da Comunidade, contribuindo para a construção de uma Sociedade mais justa, inclusiva e sustentável”), entre outros.



SEGURO DE SAÚDE

Para todos os colaboradores efectivos, com a possibilidade de incluir o agregado familiar a preços muito competitivos (incluindo estomatologia).

SEGURO DE VIDA

Para todos os colaboradores efectivos.

DESCONTO COLABORADOR

Descontos para colaboradores que em alguns produtos chega aos 30%.

PROTOCOLOS

Protocolos com condições mais vantajosas para os colaboradores Conforama.



CHALLENGE “FAZ A DIFERENÇA”

No sentido de celebrar a inovação, a criatividade e a iniciativa na Fnac, lançámos a 3ª Edição do Challenge “Faz a Diferença”, com o objectivo de aplicar no nosso negócio ideias inovadoras e geradoras de valor para a Fnac, como o aumento de vendas, margem, optimização de processos e métodos, novas oportunidades de negócio e que contribuíssem para a relação com o cliente e / ou colaboradores.

Todos os colaboradores podiam participar, bastando para isso, apresentar as suas ideias de forma sustentada e tendo em consideração os seguintes requisitos: Grau de benefício para a Fnac, esforço e recursos necessários para a sua implementação e aplicabilidade da ideia.

Após aprovação do vencedor por parte de um júri interno Fnac, o colaborador escolhido ganharia como prémio, uma viagem.



IKEA: CRIAR UM MELHOR DIA-A-DIA

Na IKEA, o nosso sonho é criar um dia-a-dia melhor para a maioria das pessoas. Estas pessoas são os nossos clientes, fornecedores e colaboradores – aqueles que ajudam a tornar este sonho em realidade.

Assim, dedicado aos nossos colaboradores temos um pacote de benefícios sociais que visam proporcionar-lhes uma vida e um dia-a-dia melhor.

Deste pacote social fazem parte os seguintes benefícios:

- **Cantina:** a IKEA paga 2/3 do custo da refeição. O café, chá, leite, o pão, manteiga e compotas são grátis.

- **Programa “Passa mais tempo com o teu Bebê”** - A licença de maternidade é de 5 meses, de acordo com a lei portuguesa. A IKEA apresenta um programa especial dedicado aos pais e mães que permite o prolongamento da licença de parto por mais dois meses - “Passa mais tempo com o teu bebê”. Algumas colaboradoras ficam fora cerca de 8 meses, contando com um mês de férias. Este programa também é válido para o pai.

- **Ajuda Nascimento** - um suplemento de ajuda ao nascimento no valor de €450,76;

- **Kit bebé** - Relativamente ao apoio à maternidade/paternidade, a IKEA oferece ainda um “Kit Bebé” - Presente composto com os produtos da secção IKEA e as Crianças;

- Formação e desenvolvimento profissional e pessoal: programas de Especialistas, Liderança e Backpackers;

- Seguro de saúde e de vida (efectivos)

- **Posto Médico** e médico acessível na Loja

- **Desconto de colaborador: 15%**

- Aulas de Inglês a um preço reduzido para os colaboradores;

- Presente Natal, Casamento, nascimento de filhos e Aniversário 10 anos de antiguidade, etc;

- Festas Natal, Midsommar;

- Acordos com ginásios, bancos, farmácias, Pousadas de Portugal, entre outros.

Acreditamos que ao proporcionar aos nossos colaboradores todos estes benefícios sociais, teremos pessoas mais felizes, mais dedicadas e comprometidas, capazes de assumir desafios e responsabilidades. Pessoas que tornam o sonho da IKEA uma realidade a cada dia.



A Área de Responsabilidade Social Interna, “Jerónimo Martins Por Nós” do Grupo Jerónimo Martins, tem o objectivo de contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos seus Colaboradores e respectivas famílias, tendo por base 3 pilares de actuação:

- Saúde
- Educação;
- Bem-Estar Familiar

No decurso de 2012, foram desenvolvidas as seguintes acções:

SAÚDE:

1. Programa SOS Dentista

Este Programa foi criado a pensar em todos os Colaboradores com problemas de saúde oral e sem possibilidades financeiras de fazer face aos seus tratamentos. Desde o começo do Programa em Julho de 2012, 1362 Colaboradores iniciaram o seu plano de tratamento.

2. Consultório de Psicologia *

Desde Maio de 2012, que os Colaboradores do Grupo contam com um Consultório de Psicologia, caso pretendam receber tal acompanhamento.

*Programa piloto a decorrer na Região de Lisboa.

3. Consultório de Nutrição*

Desde Outubro de 2012, que os Colaboradores do Grupo contam com um Consultório de Nutrição, de forma a combater as doenças da obesidade, diabetes, colesterol ou hipertensão, entre outras.

*Programa piloto a decorrer na Região de Lisboa.

4. Semana do Bem - Estar

No âmbito da acção denominada “Semana do Bem-Estar”, foram efectuados mais de 2.000 rastreios de Glicémia, Colesterol e Hipertensão, para além de rastreios das especialidades de Oftalmologia, Nutrição, Podologia, Dermatologia e condição postural. Os Colaboradores tiveram ainda a oportunidade de frequentar diversos workshops relacionados com o seu bem - estar físico e psicológico.

EDUCAÇÃO:

1. Programa Novas Oportunidades

Foi dada continuidade ao Programa Novas Oportunidades, com a denominação interna “Aprender e Evoluir”, através do qual os Colaboradores têm a oportunidade de concluir o 9º e o 12º ano. Desde o seu início, este Programa já certificou cerca de 2300 Colaboradores.

2. Campanha de Livros Escolares

Através desta Campanha, os Colaboradores beneficiaram de um desconto de 6,5% na aquisição de Manuais Escolares, tendo efectuado o pagamento de forma faseada e recebido as suas encomendas, comodamente, nos seus locais de trabalho.

3. Oferta de Manuais Escolares a Famílias Numerosas

O Grupo ofereceu os manuais escolares, a todas as famílias com 3 ou mais filhos em idade escolar e baixo rendimento anual.

4. Vale de 20% de Desconto em Material Escolar

O Grupo ofereceu a todos os seus Colaboradores, um vale de 20% de desconto na Campanha de Regresso às Aulas do Pingo Doce para aquisição de material escolar e de escritório.

5. Kit Escolar

Todas as Crianças, filhas de Colaboradores, que ingressaram no Ensino Escolar (1º ano do 1º ciclo) receberam um kit composto por mochila, estojo e todo o material necessário para esta nova etapa da sua vida.

6. Bolsas de Estudo

O Grupo concedeu em 2012, 60 bolsas de estudo que permitiram o ingresso de 60 estudantes, Colaboradores ou filhos, no Ensino Superior.

7. Campos de Férias

Em 2012, realizaram-se 10 campos de férias, em regime residencial, destinado a filhos de Colaboradores com idades compreendidas entre os 6 e os 18 anos, os quais tiveram oportunidade de viver novas experiências e realidades, a título totalmente gratuito. Mais de 1.242 crianças frequentaram estes Campos de Férias.

BEM ESTAR FAMILIAR:

1. Seguro de Vida

O Grupo continua a investir nos seus Colaboradores, através da subscrição de um Seguro de Vida para todos aqueles que têm uma antiguidade superior a 3 anos.

2. Fundo de Emergência Social

De forma a poder suportar os seus Colaboradores mais carenciados, o Grupo criou, em 2011, um Fundo Social que apoia Colaboradores em situação de carência, ao nível da alimentação, saúde, apoio financeiro, apoio jurídico e educação, tentando assim contribuir para a melhoria da qualidade de vida de todos os que trabalham nas Empresas do Grupo.

3. Dia Mundial da Criança

O Grupo assinalou o Dia Mundial da Criança, através da oferta de um presente, a todos os filhos de Colaboradores, até aos 12 anos de idade.

4. Kit Bebê

Ao longo de 2012, o Grupo ofereceu a todos os Colaboradores que passaram pela experiência da maternidade/paternidade, um kit composto por artigos essenciais aos primeiros meses de vida do bebé.

5. Vale de Natal

O Grupo ofereceu um vale de Natal, a todos os filhos de Colaboradores, até aos 12 anos de idade, para compra de um brinquedo, artigos infantis ou de puericultura nas lojas Pingo Doce.

6. Oferta de Bolo Rei e Espumante

O Grupo voltou a marcar presença no Natal dos seus Colaboradores, oferecendo a todos um bolo rei e uma garrafa de espumante.

7. Protocolos de Benefícios

Foi dada continuidade à celebração de protocolos e parcerias empresariais, com o objectivo de beneficiar os Colaboradores e suas famílias na aquisição de produtos e serviços nomeadamente, com prestadores nas áreas da Saúde, Bem-Estar e Educação, entre outros.



Benefícios para Colaboradores

- Seguro de Saúde para todos os colaboradores e inclusão do agregado familiar com condições especiais, Seguro de Vida para todos os colaboradores, Condições de compra favoráveis a Colaboradores na loja e oficina;

- Atribuição de diversos prémios, que visam uma interação dos colaboradores no dia a dia da empresa, bem como o reforço da sua motivação:

- Prémio de Formação, Prémio de Mobilidade, Prémio de Cooptação, Prémio de Desafios Comerciais.

Partilha e Envolvimento dos Colaboradores

Lançamento do Portal de Ideias e criação de um grupo de trabalho com colaboradores de cada centro, com o objetivo de envolver todos os colaboradores na atividade da empresa através das suas ideias, sugestões e partilhas.

Promoção de Saúde e Segurança no Trabalho

Com o objetivo de reforçar as condições de segurança e promover a saúde no trabalho foram desenvolvidas várias ações que visam a sensibilização das equipas para a manutenção de postos de trabalho mais seguros, a adoção de boas práticas no que concerne à saúde e uma especial sensibilização para a redução dos acidentes de trabalho. Assinalou-se ainda o dia 28 de Abril com uma Campanha de Sensibilização para Segurança e Saúde no Trabalho e promoveu-se a Campanha Anual de Vacinação contra a Gripe.

Protocolos

Assinatura de diversos Protocolos com vantagens para os colaboradores, designadamente Clínicas Médicas, ginásios, entidades bancárias, operadores comunicações, etc;

Incentivo à Solidariedade Social

Incentivo à solidariedade social dos colaboradores, através da recolha de produtos para instituições carenciadas e compra de produtos de apoio a instituições sociais; Concurso Desenhos de Natal destinado aos filhos dos colaboradores com atribuição de prémios a todos os participantes;

Salsa

Protocolos

Protocolos com diversas entidades (cuidados de saúde, bancários, imobiliários, ginásios, etc) para angariação de condições mais vantajosas para os colaboradores Salsa.

Apoio à maternidade/paternidade

A Salsa oferece um "Pack Salsinha" que inclui diversos produtos sempre que nasce o filho de um colaborador.

Incentivo à solidariedade social

Incentivo à solidariedade social dos colaboradores, através da recolha de produtos para instituições carenciadas, compra de produtos de apoio a instituições sociais e divulgação de diversas campanhas.

Campanha "Dádiva de Sangue"

Campanha interna de dádiva de sangue.



1. ENVOLVIMENTO DOS COLABORADORES COM A COMUNIDADE

a. Sonae ActivShare - Em 2012 foi lançado o Programa Sonae Activshare, quem tem como objectivo consolidar e agregar todas as acções de Responsabilidade Social da Sonae, bem como o desenvolvimento e consolidação das acções de Voluntariado, organizadas pelo Centro Corporativo e destinadas a todos os colaboradores. As acções incidem particularmente em duas vertentes - Voluntariado de Competências e Ações de Voluntariado/ Team Building. Em 2012, foram apoiadas 180 entidades, tendo sido desenvolvidas 300 acções por parte de 2.791 colaboradores.

b. Junior Achievement Portugal - A Junior Achievement Portugal (JAP) é uma associação sem fins lucrativos que tem como objectivo levar às escolas programas que desenvolva nas crianças e jovens o gosto pelo empreendedorismo, estimulando o seu desenvolvimento pessoal, proporcionando uma visão clara do mundo dos negócios e facilitando o acesso ao mercado de trabalho. Os programas educacionais são implementados através de parcerias com escolas e voluntários que partilham as suas experiências e conhecimentos. No ano lectivo de 2011/2012, contámos com a participação de 203, colaboradores, num total de 1.534 horas de voluntariado e 3.000 alunos impactados, em 100 escolas do país. Em 2012, a Sonae foi distinguida como "Empresa do Ano 2001/2012", por ter sido a empresa que maior número de voluntários integrou nos programas de educação e do fomento do empreendedorismo para os mais jovens nas escolas de todo o País. Lançámos ainda a 2.ª edição do Innovation Challenge, uma iniciativa que tem como objectivo estimular o conhecimento e o empreendedorismo entre os mais jovens, através de processos criativos e da resolução de problemas, pretendendo-se simular a realidade

c. Porto de Futuro – A Sonae é uma das empresas participantes no projecto Porto de Futuro, um desafio lançado pelo Pelouro do Conhecimento e Coesão Social da CMP à comunidade empresarial portuense, com o objectivo de apoiar a gestão e o desenvolvimento dos 17 agrupamentos escolares da região. Em 2012, entre muitas outras actividades, a Sonae iniciou um processo de Reflexão Estratégica com o Agrupamento de Escolas do Cerco, com o objectivo de avaliar as oportunidades de melhoria da parceria, auxiliando o agrupamento a ultrapassar os problemas ao nível dos maus resultados académicos e do fraco envolvimento dos encarregados de educação.

2. BEM ESTAR E SATISFAÇÃO INTERNA

a. Segurança e Saúde no Trabalho (SST) – Conscientes da importância que representa a segurança das pessoas e a preservação dos bens, como pilar fundamental de sustentabilidade e crescimento, a Sonae tem vindo a desenvolver um conjunto alargado de acções de Responsabilidade Social, através de um compromisso visível na prevenção de acidentes de trabalho, eliminando e/ou minimizando os riscos e promovendo uma contínua vigilância na Saúde Ocupacional e Bem-estar. A actuação da direcção de SST centra-se, sobretudo, na prevenção de acidentes e doenças profissionais. Destacam-se: actividades de avaliação de riscos; definição de medidas que minimizem os riscos, através da formação de colaboradores; relação próxima aos colaboradores nos locais de trabalho; realização de Safety Walks e realização de auditorias e simulacros. Em 2012, associamo-nos tal como nos últimos anos ao Dia Nacional para a Prevenção e Saúde no Trabalho (28 de Abril), dinamizando a campanha “Abril, Segurança Mil” – Juntos na prevenção de riscos profissionais. Lançámos o concurso Sonae Safety Day, com o objectivo de promover a dinamização de actividades nas diferentes unidades e distinguir as melhores práticas de saúde e segurança no trabalho. Em 2012, a Sonae foi uma das grandes vencedores dos European Good Practice Awards, prémios da Agência Europeia para a Segurança e Saúde no Trabalho, que distinguem as melhores práticas em matéria de saúde e segurança nas organizações.

b. Medicina do Trabalho – A promoção da saúde e do bem-estar resultado do esforço conjunto da empresa e dos seus colaboradores. Procuramos perceber quais os factores que podem influenciar, tanto positiva como negativamente, o bem-estar de forma a actuar proactivamente. Nesta área, 1) vigiamos e promovemos a saúde dos colaboradores através da realização de exames médicos por profissionais especializados que têm em conta não só os aspectos do trabalho, mas também a saúde global das nossas pessoas; 2) temos consultórios médicos na empresa, proporcionando um serviço rápido, eficiente e adaptado às necessidades dos colaboradores; 3) desenvolvemos diversas campanhas internas para a sensibilização e consciencialização de todos os colaboradores sobre a prevenção na área da saúde e a adoção de estilos de vida saudáveis; 4) disponibilizamos a plataforma interna Vita Salutis que aborda diferentes conteúdos de Educação para a Saúde; 5) promovemos vários rastreios e orientação nutricional; 6) apelámos à responsabilidade social dos nossos colaboradores, promovendo dádivas de sangue e de medula óssea; 7) desenvolvemos programas de formação e de sensibilização.

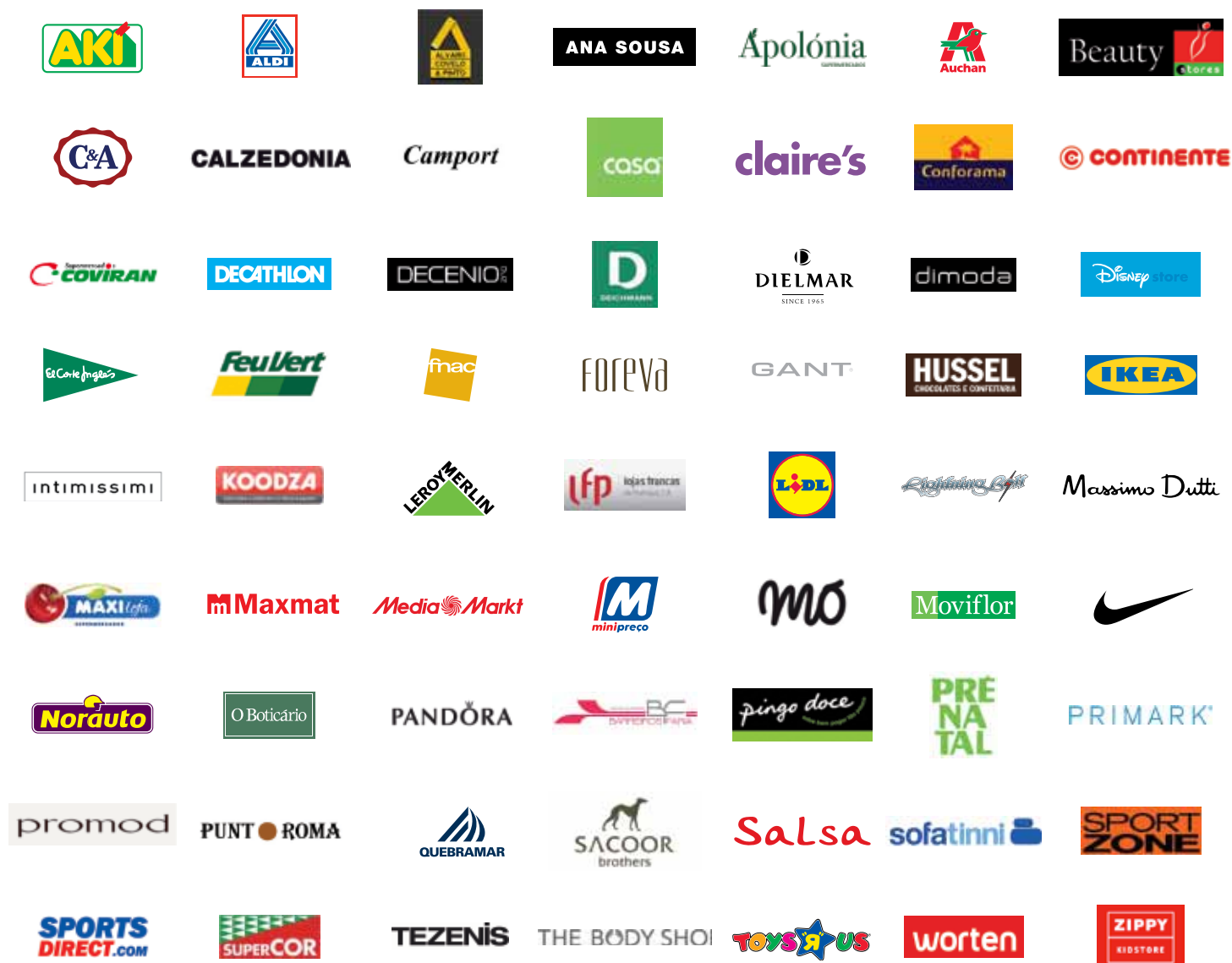
3. VANTAGENS PARA COLABORADORES

a. Disponibilizamos aos nossos colaboradores um conjunto de vantagens exclusivas, sendo de destacar em 2012: desconto especial em Cartão Continente, descontos e gratuidade em actividades na Fundação de Serralves e Casa da Música, protocolos externos com diversos descontos em diferentes eixos de actuação – saúde e bem-estar, cultura e lazer, educação, serviços, banca e seguros e comunicações.

4. BENEFÍCIOS PARA COLABORADORES

a. Par além de seguros específicos para populações-alvo, estão genericamente abrangidos os colaboradores por: Seguro de Saúde para todos os trabalhadores contratados; Seguro de vida para todos os trabalhadores efectivos.





Outros: Alexia Minimercados, Alimentarbiz, Avenir Telecom, Bijoy, Bom Calçado, Catro Supermercados, Centro Comercial Têxtil, Exponovias, Fanfarra do Sabor, Fashion Park, Fieldia Supermercados, FPS – Fernandes Pires, Ilustretrêvo, José Brás Supermercado, Lojas Babou, Malaquias, Miroglia, Moalcarnes, Positivorigem, Projecto Fresno, Samoves, Sapatarias Coutinho, Supercombado Supermercados, Supermercado Cavadinha, Supermercados Selecção, Supermercados Santa Justa, Supermercados Portugal, Supermonte, Sodipaços, Superchete, Distriverde, Supermondim, Supercôa, SPAR, Supermercado Triplo, Station Viseu, Station Carvalhos, Station Arrifana, Station Leiria, Triunfo da Lua, Unifato.

FICHA TÉCNICA

PROPRIEDADE E EDIÇÃO

APED - Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição

PERIODICIDADE

Bimestral

DIRECTORA

Ana Isabel Trigo Morais

REGISTO Nº

210626

DESIGN

By

EDITOR Nº

2t20625

