



## POLÍTICA TROCO SOLIDÁRIO

### 1. OBJETIVO

Estabelecer os principais critérios e procedimentos do programa Troco Solidário administrado pelo Mart Minas.

### 2. DEFINIÇÕES GERAIS

Ao pagarem suas compras com dinheiro, pix ou cartão (crédito, débito e cartão alimentação), os clientes são convidados a realizar uma pequena doação. Os valores arrecadados são repassados mensalmente para organizações da sociedade civil sem fins lucrativos. Cada loja do Mart Minas dedica o Troco solidário para uma organização. Portanto, o Mart Minas é responsável por fazer a gestão das doações dos clientes para estas organizações.

As Organizações da Sociedade Civil - OSCs, também conhecidas como ONGs (Organizações Não Governamentais), são entidades que não têm fins lucrativos, que não distribuem entre os seus sócios ou associados, conselheiros, diretores, empregados, doadores ou terceiros eventuais resultados, sobras, excedentes operacionais, brutos ou líquidos, dividendos, isenções de qualquer natureza, participações ou parcelas do seu patrimônio, auferidos mediante o exercício de suas atividades, e que os aplique integralmente na consecução do respectivo objeto social. As OSCs prestam serviços com a finalidade social e podem atuar nas áreas da saúde, educação, assistência social, economia, meio ambiente, causa animal, defesa de minorias, entre outras, em âmbito local, estadual, nacional e até internacional.

Esta iniciativa do Troco Solidário tem o objetivo de contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população e o desenvolvimento das comunidades em que o grupo está inserido. Para o Mart Minas, atuar no mercado não significa apenas um negócio, mas também um trabalho em busca de crescimento e oportunidades para uma sociedade sustentável e mais justa.



## POLÍTICA TROCO SOLIDÁRIO

### 3. APLICAÇÃO DA POLÍTICA

Esta política se aplica as áreas da matriz (marketing, financeiro, TI, contabilidade e RH) que atuam no programa, e todas as lojas.

### 4. DOCUMENTOS VINCULADOS

- Avaliação de entidades
- Procedimento Gestão de Recursos e Prestação de contas pelas entidades
- Roteiro de Elaboração de Projetos
- Formulário Prestação de Contas
- Relatório social anual

### 5. PROCEDIMENTOS GERAIS

**5.1.** Toda doação efetuada pelo cliente no caixa, deve constar em cupom fiscal e ser apropriado individualmente no sistema interno para controle.

**5.2.** Não há incidência de impostos dos valores doados.

**5.3.** Do valor total arrecadado, podem ser deduzidos alguns gastos relacionados com o Programa Troco Solidário, como, por exemplo: contratação de consultoria, auditoria, alguma ação específica para manutenção do programa, premiação aos operadores de caixa, divulgação, devolução aos clientes referentes a doações indevidas, entre outros.

### 6. RESPONSABILIDADE DAS ENTIDADES

As entidades que recebem o Troco Solidário, possuem as seguintes responsabilidades:

**6.1.** Assinar o contrato entre a entidade e Mart Minas.

**6.2.** Possuir uma conta bancária exclusiva para receber e efetuar os gastos do Troco Solidário arrecadado pelo Mart Minas.

**6.3.** Fazer um projeto anualmente para destinação dos valores recebidos, utilizando o padrão estipulado pelo Mart Minas.

**6.4.** Efetuar as prestações de contas trimestralmente utilizando o padrão estipulado pelo Mart Minas.



## POLÍTICA TROCO SOLIDÁRIO

- 6.5. Efetuar a divulgação dos resultados sociais para o Mart Minas e nas redes sociais pelo menos no final ou início de cada ano.
- 6.6. Se possível, efetuar ações de propaganda nas lojas e capacitações para os operadores de caixa.

### 7. ESCOLHA DA ENTIDADE

- 7.1. Nova loja: a cada abertura de loja do Mart Minas, deve ser efetuada uma escolha da entidade a ser beneficiada com o Troco Solidário.
- 7.2. Unidades vigentes: algumas organizações podem ser trocadas, para dar oportunidade a outras organizações.
- 7.3. A seleção da entidade para a loja poderá ser realizada através de duas formas. Por indicação direta ou por mapeamento das organizações locais realizado pelo Mart Minas junto ao CMAS – Conselho Municipal de Assistência Social da cidade.
- 7.4. Deverá ser efetuada uma análise das entidades candidatas ao Troco Solidário, para isso:
  - a) Deverá ser disponibilizado para as organizações preencherem o formulário “Avaliação de entidades”.
  - b) A área de marketing deverá analisar os formulários preenchidos e determinar, com a loja, quais as entidades são aptas a participar da votação de escolha.
- 7.5. A escolha das organizações é efetuada online através do aplicativo “Instagram” e as instituições finalistas são avisadas previamente sobre a votação, para que possam mobilizar sua rede.
- 7.6. A área de marketing deverá acompanhar o resultado de cada loja, publicar o resultado na rede social e formalizar a parceria com a nova entidade através de contrato.
- 7.7. Recomenda-se que não seja escolhida uma mesma entidade para lojas diferentes, para ser dada oportunidade a diferentes públicos.

### 8. CONTRATO

A formalização da parceria entre o Mart Minas e a entidade deve ser efetuada através de um contrato. A área de marketing é responsável por:

- 8.1. Coletar as assinaturas da entidade e procuradores do Mart Minas de cada contrato.
- 8.2. Arquivar o contrato de forma organizada e em local específico.



## **POLÍTICA TROCO SOLIDÁRIO**

**8.3.** Anualmente, a área de marketing e jurídico devem rever o contrato, com o objetivo de mantê-lo atualizado em face às novas práticas.

### **9. CONTA BANCÁRIA**

**9.1.** Os valores arrecadados por cada loja do Mart Minas são administrados em uma conta bancária específica para o Troco Solidário.

**9.1.1.** Para recebimento dos valores do Troco Solidário, é obrigatório que a entidade abra uma conta bancária específica para uso exclusivo do recebimento e gastos relacionados a este investimento social.

### **10. TRANSFERÊNCIA DOS VALORES ARRECADADOS**

**10.1.** Mensalmente, a tesouraria deve transferir para as entidades, os valores arrecadados por cada loja (valores arrecadados no mês anterior, deduzidos os valores mencionados no item 5.3), até o dia 15 do mês subsequente, em conta bancária específica de cada entidade.

### **11. PROJETO**

Anualmente, a área de marketing é responsável por:

**11.1.** Solicitar para as entidades a elaboração de um projeto, conforme o formulário “Roteiro de Elaboração de Projetos”.

**11.2.** Avaliar a consistência dos projetos e solicitar ajustes para cada entidade, se necessário.

### **12. PRESTAÇÃO DE CONTAS**

A área de marketing é responsável por:



## POLÍTICA TROCO SOLIDÁRIO

- 12.1.** Acompanhar a entrega das prestações de contas pelas entidades, trimestralmente. Verificar, principalmente, o devido preenchimento da prestação de contas, documentos suportes, extrato bancário e se as prestações correspondem com o projeto.
- 12.2.** Caso a entidade não esteja efetuando as prestações de contas devidamente, deve ser feita a cobrança através de e-mail.

A entidade é responsável por:

- 12.3.** Efetuar trimestralmente a prestação de contas conforme os padrões estipulados, utilizando o link disponibilizado pelo Mart Minas e deve ser encaminhada até o dia 15 do mês seguinte do trimestre.

### 13. INCENTIVOS PARA ARRECAÇÃO DO TROCO SOLIDÁRIO

- 13.1. Ações De Propaganda Efetuados Pelas Entidades:** para alavancar a arrecadação do Troco Solidário, as entidades podem realizar ações de propaganda nas suas redes sociais e nas lojas, para divulgação do investimento social, assim como realizar capacitações para que os operadores de caixa possam ter conhecimento da causa. Essas ações devem ser aprovadas pela área de marketing e gerente da loja.
- 13.2. Meta por loja:** todas as lojas possuem metas anuais para arrecadação do Troco Solidário.
- 13.3. Incentivo para operadores de caixa:** os operadores de caixa oferecem ao cliente, a opção de efetuar a doação, no momento do pagamento. Mensalmente, é oferecido uma premiação para os operadores de caixa que mais arrecadam, desde que a loja tenha batida a meta de arrecadação. A área de RH é responsável por apurar o resultado e fornecer a premiação. Esse incentivo é custeado por meio dos recursos arrecadados.

### 14. ARQUIVAMENTO DO HISTÓRICO

A área de marketing deverá manter a guarda e atualização das informações pertinentes ao programa do Troco Solidário, tais como:

- 14.1.** Principais dados das entidades: nome, CNPJ, telefone, e-mail, pessoa responsável pela entidade, pessoa responsável pelo Troco Solidário e conta bancária.



## **POLÍTICA TROCO SOLIDÁRIO**

- 14.2.** Contrato entre o Mart Minas e entidade.
- 14.3.** Valores repassados: histórico de todos os valores repassados as entidades mensalmente, desde o início da parceria.
- 14.4.** Informações do projeto e documentos das prestações de contas das entidades.

### **15. DIVULGAÇÃO DO RESULTADO SOCIAL**

- 15.1.** No mínimo anualmente, visando manter a transparência dos valores arrecadados, a área de marketing deverá divulgar nas redes sociais e em cada loja, um resumo do resultado social, contendo principalmente: o valor total arrecadado, quantidade total de beneficiados e entidades participantes.
- 15.2.** A área de marketing deverá verificar se a entidade, no encerramento do exercício social, divulgou o resultado social através dos seus canais de comunicação oficiais ou qualquer outro meio disponível.
- 15.3.** A divulgação deve ser arquivada e ser disponibilizada para o Mart Minas, até janeiro do ano seguinte do projeto, no Google Drive na pasta de Resultado Social.

### **16. PENALIDADES PARA AS ENTIDADES**

Caso a entidade não cumpra com algum item da política, ou se for detectada alguma irregularidade, o Mart Minas poderá, ao seu critério, cancelar o contrato do Troco Solidário.

\* \* \*