Relatório de Sustentabilidade 2003/2004

Delta®
CAFÉS

Delta®
CAFÉS

Índice

01 Mensagem do Presidente do Conselho de Administração 5

02 Tendências no Mercado do Café 9
- 2.1 Mercado Global 10
- 2.2 Evolução da Economia na Península Ibérica 12

03 Delta Cafés, SGPS 15
- 3.1 Breve apontamento histórico 16
- 3.2 Estrutura da Delta Cafés, SGPS 17
- 3.3 Actividade Económica e Financeira 20

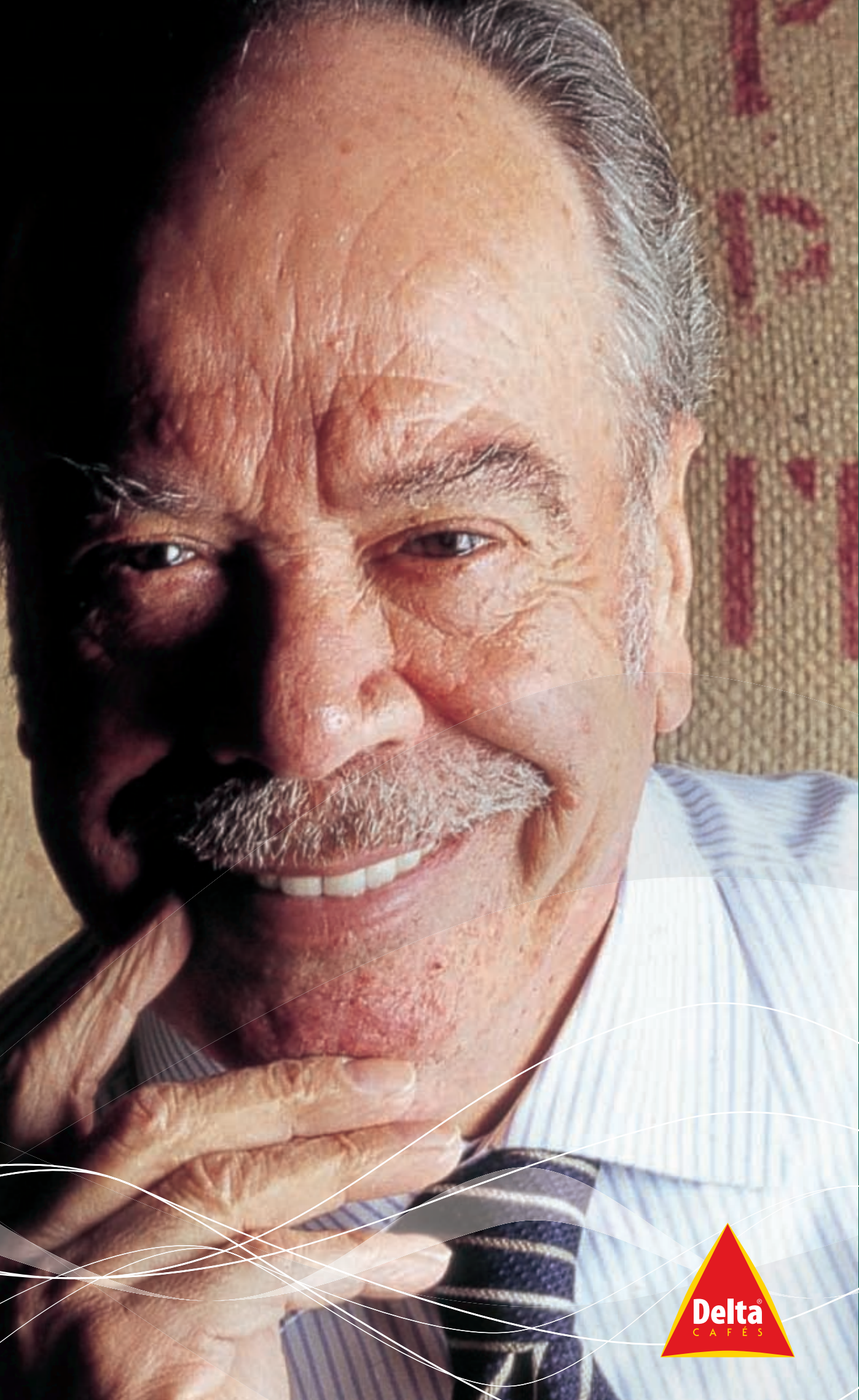
04 Desenvolvimento Sustentável da Organização 23
- 4.1 Os novos desafios de "Um mundo global" 24
- 4.2 A gestão através do Desenvolvimento Sustentável 26
- 4.3 Missão, Valores e Responsabilidades 28
- 4.4 Pilares do Desenvolvimento Sustentável 30
- 4.5 Construção do Relatório 36

05 2003, Desafios e Progressos 39
- 5.1 Corporate Governance 40
- 5.2 Qualidade, Segurança e Saúde, Segurança Alimentar e Responsabilidade Ambiental 42
- 5.3 Responsabilidade Social 45
- 5.4 "Projecto Sustentabilidade nas Origens" 48

06 Envolvimento com os Stakeholders 53

07 Independent Assurance Statement 59
- Verification Statement - CIES – Prof. Doutora Isabel Vidal

Comentários e Informações 62


Delta
CAFÉS

Uma empresa com rosto humano

01. Mensagem do Presidente do Conselho de Administração

01 Mensagem do Presidente do Conselho de Administração

Num mundo de competitividade global, a reorganização das cadeias de produção/valor à escala planetária, com o consequente aumento dos fluxos migratórios da assimetria social e de conhecimento entre países desenvolvidos e em vias de desenvolvimento implica a coresponsabilização das empresas perante as PESSOAS, e perante o PLANETA, a nossa casa e, principalmente, das gerações futuras.

O desafio que se coloca às organizações é, através de uma gestão de rosto humano, corresponder às expectativas de todos os parceiros, colaboradores, fornecedores, clientes e comunidades.

Nas "**empresas cidadãs**", os PROVEITOS são consequência da gestão de um modelo de criação de valor a longo prazo, integrando os recursos financeiros, humanos, ambientais e sociais e contribuindo assim para o desenvolvimento sustentável das empresas e da comunidade.

Esta realidade assume particular relevância quando analisamos o universo da produção, transformação, comercialização e consumo do Café.

A pressão económica, política, social e cultural sentida por mais de 25.000.000 de produtores, consequência da instabilidade e volatilidade do mercado internacional de café verde, implica repensar o negócio numa perspectiva não imediatista, ou seja, apostar no desenvolvimento do "**Comércio Sustentável**", com criação de condições de confiança entre todos os actores.

A nossa visão de longo prazo orientou-nos desde sempre para um desenvolvimento e crescimento responsável dos negócios, enquadrados numa perspectiva integradora e sustentada, criadora de confiança, assente nos nossos valores: **Integridade, Transparência, Lealdade, Qualidade, Sustentabilidade, Solidariedade e Responsabilidade Social**.

A reestruturação do nosso grupo, levada a cabo nos últimos anos, conduziu à criação, em Dezembro de 2002, da **Delta Cafés – Sociedade Gestora de Participações Sociedades, SA**, com a missão de gerir de forma integrada as unidades de negócio centradas directamente quer na torrefacção de café quer na sua distribuição e comercialização, induzindo uma maior focalização nos processos nucleares de gestão do negócio, a par do reforço da importância das pessoas e da inovação como vectores cruciais do desenvolvimento do Grupo.

Da actividade desenvolvida em 2003 destaca-se a Certificação no sistema de Saúde, Segurança no Trabalho e Segurança Alimentar e a reconfirmação da Certificação de Responsabilidade Social SA 8000.

Os resultados gerados pela Delta Cafés, SGPS, que se traduziram num valor líquido de 15,6 milhões de euros, um cash-flow de 31,7 milhões de euros e com um volume de negócios atingindo um valor de 162,6 milhões de euros, são o reflexo de um trabalho continuado de todos, ao longo dos anos, beneficiando de todas as opções estratégicas que foram sendo concretizadas pelo grupo.

Este primeiro Relatório de Sustentabilidade da Delta Cafés, SGPS, correspondendo ao seu primeiro ano de actividade, tem por finalidade partilhar o esforço desenvolvido durante 2003, no âmbito da Corporate Governance, Qualidade, Saúde e Segurança, Segurança Alimentar, Responsabilidade Ambiental, Responsabilidade Social e o compromisso com o Projecto Sustentabilidade nas Origens.

Apresentamos ainda os objectivos propostos para 2004, possibilitando assim uma base de trabalho para a melhoria contínua da nossa organização, através da aposta na gestão estratégica pelo desenvolvimento sustentável com enfoque na Gestão da mudança, na capacitação, na saúde e segurança dos Colaboradores, no respeito pelo Ambiente, e na valorização das Comunidades.

O envolvimento dos stakeholders na gestão, segundo um modelo de Corporate Governance, continuará a ser a aposta da Delta Cafés, SGPS. A auscultação das partes interessadas, detectando ameaças e oportunidades, permitirá a manutenção da competitividade e excelência em termos duradouros.

Em meu nome pessoal e em nome do Conselho de Administração quero manifestar o nosso profundo e reconhecido agradecimento a todos os Colaboradores, Parceiros Comerciais, Clientes e Amigos que, através da sua dedicação e empenho, em muito contribuíram para os progressos e resultados alcançados.

Rui Nabeiro

02. Tendências no Mercado do Café

Uma das mais importantes matérias-primas do mundo, com 25.000.000 de produtores

Delta® CAFÉS

2.1 Mercado Global

O primeiro semestre de 2003 ficou marcado pela incerteza associada ao conflito no Iraque, pelo clima de estagnação económica generalizada e pela volatilidade dos mercados financeiros.

Na segunda metade do ano verificou-se a consolidação da retoma da economia norte-americana, associada a políticas fiscais e monetárias expansionistas, com um crescimento dos gastos públicos e redução gradual dos tipos de interesse até 1%, inferior à taxa de inflação americana.

Verificou-se ainda um crescimento superior às expectativas no Japão e a melhoria das condições económicas nos países emergentes, onde a China e a Índia assumem um papel vital no crescimento futuro à escala global.

A economia da área euro caracterizou-se por sinais de crescimento muito moderados, influenciada por uma politica monetária não expansiva e por uma apreciação do euro em relação ao dólar que dificultou o crescimento das exportações. Os resultados positivos ficaram-se a dever ao débil aumento da procura agregada, ocasionada pelas despesas de consumo privado e público.

Contudo, estes sinais favoráveis de evolução da conjuntura económica para 2004 são ensombrados pela recente evolução dos preços do crude, introduzindo um cenário de elevada incerteza macroeconómica com possíveis implicações negativas para toda a actividade económica e empresarial.

2.1.1 A importância do Café no Mundo

O café é considerado como uma das mais importantes matérias-primas do mundo. A produção mundial fixou-se em 2003, em 101.382.230 sacas de café, para a qual contribuíram 25.000.000 de produtores (Ted Lingle, Associação Americana de Cafés Especiais). Depois da indústria dos hidrocarbonetos é a segunda indústria de impacto mundial, sendo a principal fonte de receitas em países em vias de desenvolvimento.

De salientar que o Brasil apesar de continuar a ser o principal produtor mundial com 28.460.000 de sacas de café em 2003, perdeu importância relativa no mercado pois no ano anterior a sua produção tinha atingido 48.480.000 de sacas.

Devido às particularidades do seu cultivo e ao processo de maturação e colheita do café cereja, o café apresenta-se também como importante gerador de emprego nos países produtores.

Nos últimos anos, o mercado global tem sido caracterizado pela instabilidade, causada por factores ambientais e por ciclos especulativos económico-financeiros.

O mercado de futuros, fundamentalmente na bolsa LIFFE de Londres e na bolsa de Nova York, tem por objectivo o controlo do risco. Devido a 70% do negócio ser gerido por investidores e provir de fundos exteriores à cadeia de produção do café, este converteu-se numa commodity financeira, com distorções e volatilidade de preços.

A valorização na qualidade foi substituída pela aposta na produção tecnificada de alto rendimento na origem.

Reorganização das políticas internacionais de comercialização:

- **Redesenho da Oferta.** Alguns países asiáticos, como a Indonésia e, em particular, o **Vietname** implementaram um modelo agrícola orientado para a exportação com reduzido custo estrutural de produção de café robusta. Em 10 anos, o Vietname converteu-se no terceiro maior produtor do mundo e no segundo maior exportador, superando a Colômbia.

- **Inovação tecnológica para melhoramento e homogeneização de *cafés robusta*.** Desde 1997, as grandes multinacionais recorrem à inovação agro-industrial, com o objectivo de reduzir a acidez, modificar o sabor e aroma e homogeneizar a qualidade do café robusta, condicionando o binómio qualidade/valor comercial e permitindo um volume considerável em mercados sensíveis ao preço.

- **Modernização do Brasil.** Desde há vários anos, o Brasil desenvolve um programa de aumento da produtividade e competitividade do sector cafeeiro através da migração da produção para zonas com menor probabilidade de geadas, da investigação de adubos e fertilizantes, da optimização e mecanização das colheitas, reorganização dos processos industriais e reajuste da cadeia de produção/ /venda. O processo de desvalorização da moeda também possibilitou um aumento real de competitividade.

- **Consumo do Café.** Desde os últimos 40 anos, a taxa de crescimento anual de consumo de café situa-se nos 1,6%, menos volátil que a produção e inferior à taxa de crescimento da população mundial. O nível de consumo em 2003 situou-se em 111,5 milhões de sacos, em comparação com os 109,3milhões registados em 2002.

Europa

Segundo a Comissão Económica para a América Latina, a taxa de consumo per capita de café na União Europeia decresceu de 7,16 em 1962 para 4,59 em 1980 e, 3,94 em 2002. Os países que aumentaram o seu consumo foram a Bélgica, Itália, Espanha e Portugal. Segundo dados da European Coffee Federation, a União Europeia concentra 40% das importações mundiais.

Países Produtores

A Etiópia e o Brasil são os países produtores com forte crescimento do consumo interno. No caso do Brasil, a estratégia de potenciar o consumo do café, por forma a escoar a produção de café de baixa qualidade sem competitividade exportável, associado a campanhas publicitárias de sensibilização para o consumo de café de qualidade, permitiu que se convertesse no segundo pais consumidor, apenas superado pelos Estados Unidos da América.

2.2
Evolução da Economia na Península Ibérica

No decorrer de ano de 2003, a economia portuguesa registou uma contracção do PIB de 1,3%, consequência da continuidade dos ajustamentos da procura interna face aos desequilíbrios macroeconómicos acumulados, vitais para a retoma do crescimento económico em bases sólidas e sustentáveis. A inflação registou uma variação média anual de 3,1%.

Para o ano de 2004, a expectativa de crescimento é em torno de 0,8%, associado à manutenção de baixos níveis de taxas de juro, à descida da inflação, influenciada tanto por factores associados à procura como por factores associados à evolução dos custos e à evolução favorável das exportações, como resposta ao aumento global da procura externa resultante da esperada aceleração das economias dos nossos principais parceiros económicos.

Também ao nível da exportação de serviços, Portugal prevê um aumento de dinamismo, relacionado com a realização do Campeonato da Europa de Futebol (Euro 2004) e da promoção que este evento trará ao país ao longo de todo o ano.

A economia espanhola, à semelhança dos anos anteriores, apresentou em 2003 um crescimento mais robusto do que os seus principais parceiros na União Europeia. O PIB registou um crescimento de 2,4%, bem acima da média comunitária, o emprego continua a subir à taxa média de 2,7% e a inflação está controlada abaixo dos 3%.

Com o consumo a subir, a procura interna aumentou 3,2%, uma expansão que, aliada ao investimento na construção, contribuiu para a estimulação do crescimento da economia.

Para o ano de 2004, perspectiva-se um cenário de recuperação moderado e gradual, aliado aos resultados conseguidos no ano de 2003. A conjugação da recuperação internacional com o vigor da procura interna poderá transformar a actual recuperação cíclica numa expansão duradoura. Quanto ao rendimento disponível das famílias em 2004, existe a espectativa deste apresentar um comportamento favorável aliado ao bom comportamento do mercado de trabalho e à redução do IRS levada a cabo em 2003.

2.2.1
A Evolução do mercado do café em Portugal e Espanha

Em 2003 o mercado do café em Portugal caracterizou-se por um aumento de 3,0% em volume e 5,4% em valor.

Foi no segmento **Consumo Imediato (INCIM - Hotéis, Restaurantes e Cafés)**, com 73% do mercado total, que se centrou o crescimento, com um aumento de 4% em volume e 7,2% em valor, reforçando a importância da qualidade dos blends e prestação de serviço como factor crítico de sucesso. Com 23,9% de quota ponderada, a marca Delta é líder sendo a segunda marca a Buondi com 10,8%.

No segmento do **Consumo Alimentar (INA)**, verificou-se apenas um crescimento de 0,3% em volume e um decréscimo de -1,8% em valor. A liderança deste segmento, caracterizado pela pressão do preço e gestão das margens de distribuição, com tendência clara de desvalorização da cadeia de valor do produto, é discutida a par e passo entre a Delta e o grupo Nestlé.

O mercado espanhol de cafés atingiu em 2003 o volume de 101.610 ton, apresentando um aumento de 0,1% em volume e 0,9% em valor, apresentando aproximadamente a mesma dimensão entre consumo imediato e consumo alimentar.

Quanto ao segmento do Consumo Imediato (INCIM), caracterizado pela existência de aproximadamente 700 marcas, com predomínio de marcas muito fortes a nível regional mas sem dimensão global, a tendência foi de 0,8%.

Este mercado ainda assenta no conceito de café torrefacto de qualidade reduzida e preços baixos. Contudo, a procura de café natural, de qualidade e preço valorizado tem crescido nos últimos anos, essencialmente nos mercados mais exigentes da Catalunha, Valência e Madrid.

No segmento do **Consumo Alimentar (INA)**, com uma variação de valor de -0,7% entre 2003 e 2002, verifica-se o domínio das marcas multinacionais (Nestlé/Bonka, Sara Lee/Marcilla e Kraft/ Saimaza).

Relatório de Sustentabilidade 2003/2004

03. Delta Cafés, SGPS

A Novadelta é a primeira empresa portuguesa com a certificação de Responsabilidade Social SA 8000

Delta® CAFÉS

3.1 Breve apontamento histórico

UM CLIENTE UM AMIGO

Conhecedor do mercado do café e empreendedor por natureza, **Rui Nabeiro** decide em 1961 criar a sua própria marca de cafés na sua terra natal, a vila Alentejana de Campo Maior.

Apesar das conjunturas sócio-culturais, políticas e económicas difíceis, a marca desde logo assumiu a sua dimensão ibérica. Nos seus primeiros anos, a Delta teve de conquistar a **confiança** da comunidade: ao **conquistar amigos, ganhava clientes fidelizados**, possibilitando um crescimento sólido do negócio.

QUALIDADE TOTAL E EXCELÊNCIA

Com a abertura dos mercados e consequente aumento da competitividade, a necessidade de consolidar o crescimento levou ao aumento do esforço de customização, **especialização dos colaboradores, investigação e desenvolvimento de novos produtos** e criação de **serviços segundo padrões de qualidade total**.

A Novadelta, S.A. é a primeira empresa portuguesa do sector certificada em 1994, pelo sistema de normas NP EN 29002 / ISO 9002.

A consolidação da distribuição e prestação de serviço da Delta levou à criação de 24 departamentos comerciais na Península Ibérica, culminando em 1998 com o redesenho do Grupo Nabeiro – Delta Cafés, dando origem a 22 empresas.

O processo de internacionalização implicou a criação de universos de comunicação/ /serviço/gama, segmentados pelos mercados alvo, implicando novos desafios, como por exemplo, a **Certificação de Produto**, em 2000, para os Blends: Delta Selecção Diamante, Delta Platina/Platinum e Delta Ouro/Oro (Certificação ISO-CNQ5).

Em 2002 processa-se o segundo estágio de reestruturação do grupo com a criação da **DELTA CAFÉS, SGPS**, sub holding para o negócio nuclear, compra de café verde, torrefacção e comercialização de café torrado.

Em 2002, a Novadelta, S.A. é a primeira empresa portuguesa certificada pelo Sistema de Responsabilidade Social SA 8000, sendo reconfirmada, em 2003, como a única empresa com esta certificação.

ROSTO HUMANO

Por influência das suas origens, Rui Nabeiro, assumiu desde sempre uma **intervenção filantrópica activa na sociedade**. Directamente associada à acção comercial/relacional da Delta encontra-se a sua verdadeira dimensão social, a qual lhe confere uma autenticidade ímpar, bem patente na atribuição, em 2002, 2003 e 2004 do Prémio European Most Trusted Brands, das Selecções do Reader's Digest.

*Todo este nosso percurso está descrito em **www.delta-cafes.pt.***

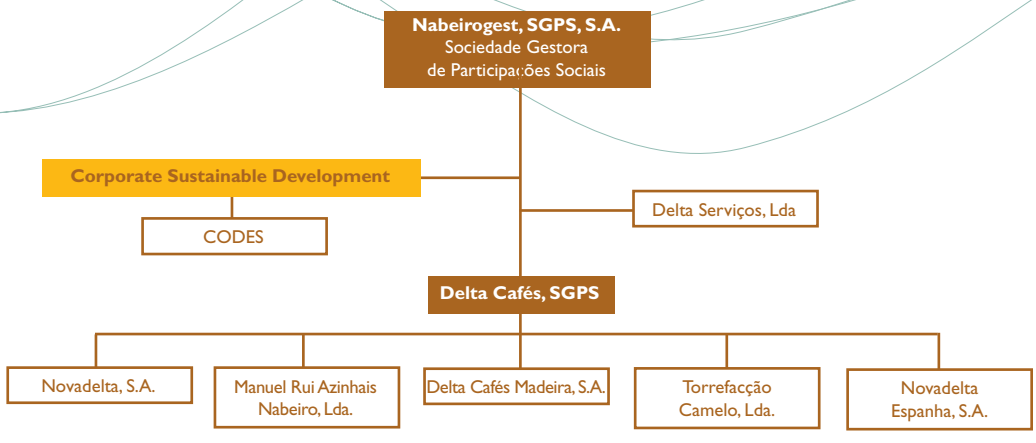
3.2
Estrutura da Delta Cafés, SGPS

Face ao crescimento continuado das actividades de todo o grupo em torno do negócio do café e dos sectores complementares, procedeu-se a uma reorganização com o objectivo de agrupar numa SGPS as unidades de negócio centradas directamente quer na torrefacção de café quer na sua distribuição e comercialização.

Foi assim criada a **Delta Cafés – Sociedade Gestora de Participações Sociedades, S.A.**, que iniciou a sua actividade em Dezembro de 2003, tendo como actividade principal a gestão de participações sociais nas empresas: Novadelta, Manuel Rui Azinhais Nabeiro, Delta Cafés Madeira, Torrefacção Camelo e Novadelta Espanha.

Empresa	Actividade	Capital Social	Constituição
Delta Cafés, SGPS, S.A.	Sociedade Gestora de Participações Sociais	60.014.370 €	16/12/2002
Manuel Rui Azinhais Nabeiro, Lda.	Comércio Alimentar de Café	2.500.000 €	12/01/1979
Novadelta, S.A.	Torrefacção de Café	17.570.000 €	15/06/1984
Delta Cafés Madeira	Comércio Alimentar de Café	50.300 €	19/06/1995
Torrefacção Camelo, Lda.	Torrefacção de Café	2.000.000 €	17/02/1955
Novadelta Espanha, SL	Comércio Alimentar de Café	1.202.024 €	08/10/1986

Actualmente, o organigrama da Delta Cafés, SGPS, S.A. apresenta a seguinte estrutura:



Novadelta, S.A.

Com modernas instalações, equipadas com a tecnologia mais sofisticada e informatizada em plataforma SAP, é a empresa industrial nuclear da Delta Cafés, SGPS responsável pela torrefacção de cafés e sucedâneos da marca DELTA.

Desde 2000, a Novadelta, S.A. mantêm um **Sistema de Gestão Integrado**:

- Sistema de Gestão da Qualidade NP EN ISO 9001:2000, em 2000.
- Certificação de Produto, Delta Selecção Diamante, Delta Platina/Platinum e Delta Ouro/Oro, em 2000.
- Sistema de Gestão da Higiene e Segurança no Trabalho OHSAS 18001, em 2003.
- Sistema de Segurança Alimentar HACCP, segundo a norma DS 3027 E: 2002, em 2003.
- Sistema de Gestão Ambiental ISO 14000, previsto para 2005.
- Sistema de Responsabilidade Social SA 8000, em 2002.

Manuel Rui Azinhais Nabeiro, Lda.

Unidade de negócio responsável pela comercialização da marca Delta em Portugal Continental e na Região Autónoma dos Açores.

Com cerca de 29,5 mil clientes, a aposta na auto-venda e descentralização comercial com delegações em 19 cidades do país, possibilitou um crescimento sustentado no mercado através da personalização da relação cliente – técnico comercial – marca.

A atribuição à MRAN, Lda., do prémio da Melhor Empresa de Distribuição Alimentar, em Portugal, nos anos de 2001 e 2002, pela revista Exame, é o reconhecimento do esforço requerido e do êxito alcançado.

Delta Cafés Madeira

Empresa com a constituição mais recente e tem por objectivo principal consolidar a marca Delta na conjuntura cultural e comercial específica da Região Autónoma da Madeira.

Torrefacção Camelo, Lda.

Trata-se da unidade mais antiga, cuja integração no grupo foi concretizada em 2001.

Desenvolvendo a sua actividade no âmbito industrial e comercial, tem vindo a reestruturar a sua estratégia e posicionamento da marca quer neste mercado, quer apostando na crescente expansão no espaço nacional.

Novadelta Espanha, SL.

A Delta Cafés assumiu a dimensão ibérica desde a sua fundação. O processo estruturado de internacionalização iniciou-se durante os anos 80, privilegiando Espanha como mercado referencial e os mercados da saudade na Europa Central e América do Norte como ramificações possíveis.

Com sede em Badajoz e através de um crescimento orgânico com abertura de departamentos comerciais em Madrid, Valência, Sevilha, Cádiz, Málaga e Córdoba, associada a uma rede de 20 distribuidores, a Novadelta Espanha gere o negócio de distribuição directa da marca Delta, encontrando-se no "top ten" das marcas comercializadas em Espanha.

Com uma estratégia orientada para a expansão, a Delta está presente em praticamente toda a Europa Central: França, Andorra, Luxemburgo, Bélgica, Holanda, Suiça, e Alemanha. Em Inglaterra e na Irlanda iniciámos os primeiros passos.

Antecipando o processo de alargamento da União Europeia, também estabelecemos parcerias com o mercado polaco e com a Bulgária, onde pretendemos a curto prazo ganhar uma interessante quota de mercado.

A qualidade dos nossos produtos e serviços permite à Delta encarar com optimismo o seu processo de crescimento sustentado, quer nos países de língua oficial portuguesa como Angola, Moçambique, Cabo Verde, Timor e Brasil, como, alargando a sua internacionalização a mercados como África do Sul, Canadá, Estados Unidos, China, Austrália e Coreia do Sul.

Delta Serviços

A Delta Serviços é o centro de serviços partilhados do Grupo Nabeiro/Delta Cafés.

Esta empresa integra os serviços de gestão dos recursos humanos, qualidade, ambiente, manutenção, sistemas de informação, jurídico, marketing, financeiros e auditoria interna.

3.3
Actividade Económica e Financeira

O reforço de solidez económica e financeira da Delta Cafés, SGPS, através do desenvolvimento de politicas de crescimento sustentado tem sido uma das principias preocupações do grupo.

Os esforços desenvolvidos ao nível organizacional permitiram uma racionalização dos procedimentos administrativos, um reforço da eficiência e da eficácia dos processos que se espera ter reflexos internos na rentabilidade do negócio e da respectiva estrutura financeira.

No exercício de 2003, a Delta Cafés, SGPS apresentou proveitos operacionais no valor de 163.116.368,41 € e um activo liquido de 154.282.630,66 €.

Como indicadores Económico-Financeiros, referimos um cash flow de 31.675.801,59 €, uma liquidez geral de 135,70% e uma autonomia financeira de 52,30%.

Dados Económico-Financeiros 2003	
Nº de Colaboradores	1254
Proveitos Operacionais	163.116.368,41 €
Custos Operacionais	133.819.913,56 €
Resultados Operacionais	29.296.454,85 €
Resultados Antes de Impostos	24.415.968,94 €
Resultado Liquido	15.654.069,74 €
Activo Liquido	154.282.630,66 €
Capitais Próprios	80.426.848,48 €

Indicadores Económico – Financeiros 2003	
Cash-Flow	31.675.801,59 €
Rendibilidade das Vendas	70,5%
Rendibilidade dos Capitais Próprios	19,5%
Rendibilidade do Activo	10,02 %
Autonomia Financeira	52,3 %
Liquidez Geral	135,70 %

Relatório de Sustentabilidade 2003/2004

04. Desenvolvimento Sustentável da Organização

O futuro assenta na confiança partilhada

Delta CAFÉS

4.1
Os novos desafios de "Um mundo global"

Com a revolução das novas tecnologias de informação e comunicação os mercados financeiros operam em tempo real, 24 horas por dia, potenciando a **mundialização**, com alteração do equilíbrio entre os distintos actores, através da livre circulação de capitais com investimento estrangeiro directo, transnacionalizacão das organizações, aumento de fluxos migratórios e reorganização das cadeias de produção/valor à escala planetária.

A competitividade e agressividade comercial são globais.

A qualidade total é uma exigência inquestionável.

*O nascimento espontâneo de uma **sociedade multicultural** cria dificuldades de **integração** e **coesão social**, originando intolerância e **insegurança.***

A **assimetria social** e de **conhecimento,** entre países desenvolvidos e em vias de desenvolvimento, levanta a questão da **solidariedade** e da justiça social.

A procura da rentabilidade sem ter em conta os efeitos colaterais no desgaste não renovável dos recursos naturais criou problemas ambientais de extrema complexidade à **escala global,** com **consequências intergeracionais**.

A resolução das externalidades negativas criadas pela globalização implica repensar o modelo de criação de valor. A pressão comercial sob as marcas, base do modelo economicista de criação de valor a curto prazo, tem vindo a ser substituída por pressão social.

A competitividade e a excelência futura implicam uma nova estratégia *win-win* de criação de valor.

As empresas assumem-se como configuradoras de uma rede voluntária de participação e corresponsabilização entre os distintos grupos de interesse: accionistas, colaboradores, fornecedores, clientes, entidades governativas, organizações não governamentais, universidades e comunidades.

Acompanhamento médico aos filhos das colaboradoras da Delta-Cafés Timor – Maloa, Dili 2003

4.2
A gestão através do Desenvolvimento Sustentável

A emergência de um "**Cidadão/Consumidor Responsável**" coloca um novo desafio às empresas, através de um novo modelo de ***corporate governance***, centrado na **Gestão da Reputação** e na gestão dos recursos financeiros, humanos, ambientais e sociais, devendo dessa forma assumirem-se como "**empresas cidadãs**", configuradoras de coesão e do desenvolvimento sustentável das comunidades, correspondendo às exigências presentes sem comprometer a satisfação das necessidades futuras.

*O **Desenvolvimento Sustentável** surge assim como um "processo evolutivo que se traduz no crescimento da economia, na melhoria da qualidade do ambiente e da Sociedade, para benefício das gerações presentes e futuras". (PSIDS, edição 2000, DGA).*

Esta criação de valor a longo prazo assenta sob três pilares: dinamização de um comércio responsável, responsabilidade ambiental e responsabilidade social.

A **Responsabilidade Social das Empresas**, como definida no Livro Verde da União Europeia (2001), ***implica a integração voluntária, por parte das empresas, de preocupações sociais e ambientais nas suas operações comerciais e nas suas relações com os seus interlocutores. Ser socialmente responsável não significa somente cumprir plenamente as obrigações jurídicas, mas também, ir mais além do seu cumprimento, investindo mais em capital humano, no ambiente e nas relações com os interlocutores.***

Neste contexto, a Novadelta, S.A. assume-se como a unidade de negócio configuradora do grupo, corporizando esta missão de "empresa cidadã", valorando voluntariamente a sua actividade pelo *triple bottom-line*. Mais que gerir o capital económico, dinamiza o capital humano/conhecimento e é capaz de criar capital social e ambiental, assumindo-se como referência na sua comunidade através da liderança sustentada.

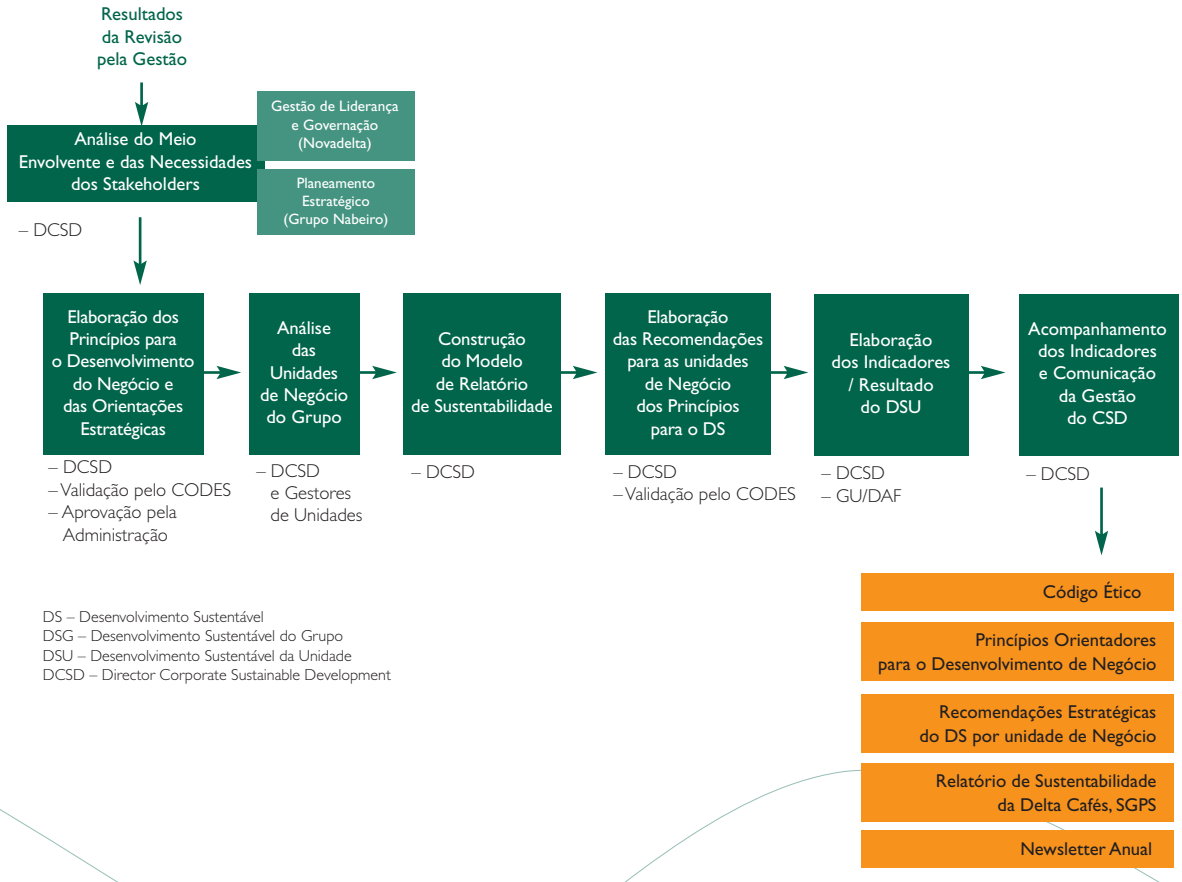
A concretização destes objectivos implica uma reestruturação do modelo de governo das organizações.

Hoje, apostamos na dinamização da **Governação Participada**.

Por tal motivo criámos a Direcção para o Desenvolvimento Sustentável da Delta Cafés, SGPS, **Corporate Sustainable Development** que tem por finalidade manter a competitividade e excelência duradoura através da gestão global do negócio, pela criação de valor a longo prazo.

As suas responsabilidades prendem-se com a identificação e diálogo com as partes interessadas; divulgação e publicação da missão, dos valores, do código ético e dos princípios orientadores para o desenvolvimento do negocio responsável da Delta Cafés, SGPS; negociação de indicadores com as diferentes unidades de negócio e elaboração e publicação do relatório anual de sustentabilidade da Delta Cafés, SGPS.

Mapa do Processo de Corporate Sustainable Development



DS – Desenvolvimento Sustentável
DSG – Desenvolvimento Sustentável do Grupo
DSU – Desenvolvimento Sustentável da Unidade
DCSD – Director Corporate Sustainable Development

*Para a dinamização da Responsabilidade Social ao longo da organização, criámos em 2003 a **DIRESO**, equipa inter-disciplinar, transversal ao grupo, com funções consultivas na área da responsabilidade social.*

*Em consequência da reestruturação do modelo de gestão da Delta Cafés, SGPS, através do desenvolvimento sustentável, a DIRESO será convertida durante 2004 no **CODES, Conselho para o Desenvolvimento Sustentável**.*

O **CODES** será constituído pelos responsáveis dos sistemas, pelos gestores de unidades e pelos representantes dos colaboradores.

A coordenação será efectuada pela direcção do Corporate Sustainable Development.

Duas vezes por ano, antes da publicação do Relatório de Sustentabilidade e no final do ano em análise, o **CODES** incorporará entidades exteriores à organização com o objectivo de potenciar o diálogo com as distintas partes interessadas.

Os conselheiros externos para 2004 serão:
- Gonçalo Pernas da RSE Portugal,
- Prof. Dr. Roque Amaro do ISCTE,
- Comdte. Valadas Pinho da BVQI,
- Professora Dra. Isabel Vidal do CIES,
- Prof. Dr. António Serrano da Univ. de Évora.

4.3
Missão, Valores e Responsabilidades

O que fazemos e a forma como fazemos define o que somos

A nossa **missão** é corresponder às exigências reais dos diferentes tipos de clientes/mercados com vista à satisfação total e fidelização dos nossos consumidores, através de um modelo de negócio sustentado, gerador de capital social, contribuindo assim para o desenvolvimento integrado da comunidade.

A **confiança** dos nossos colaboradores, fornecedores, clientes, consumidores e da comunidade é a razão do contínuo sucesso da Delta Cafés. Na base desta confiança estão os nossos valores, e a criação e desenvolvimento dos negócios segundo princípios éticos de responsabilidade social.

Aquilo em que estamos empenhados

- CONSOLIDAR A CONFIANÇA entre todos os nossos stakeholders, enquanto "cidadão/consumidor responsável".
- REFORÇAR A INTERNACIONALIZAÇÃO do grupo como forma de consolidar a excelência dos resultados alcançados.
- ASSEGURAR DE FORMA RESPONSÁVEL O CRESCIMENTO DA RENTABILIDADE dos nossos negócios, garantindo um crescimento forte e sustentável no mercado, para que esta dinâmica de diferenciação e de melhoria contínua assegure a nossa competitividade a longo prazo.

Há valores em que acreditamos

Integridade, Transparência, Lealdade, Qualidade, Sustentabilidade, Solidariedade e Responsabilidade Social.

Níveis de intervenção

- NEGÓCIO. Assegurar a **Sustentabilidade do Grupo** através da Eco-inovação, auto aprendizagem, liderança visionária e governação transparente, correspondendo às exigências reais dos diferentes tipos de mercado com vista à satisfação total e fidelização dos clientes/consumidores.

- PESSOAS. Através de um sistema integrado de formação contínua, promover a capacitação profissional dos colaboradores para a mudança enquanto cidadãos activos/participativos, contribuindo assim para a **Sustentabilidade dos Indivíduos e das suas Famílias**.

- ENVOLVIMENTO NA COMUNIDADE. Contribuir de forma activa para a criação de "**Comunidades Competitivas**", através da dinamização de **Redes de Parceria WIN-WIN**, entre o tecido empresarial, instituições oficiais, universidades e escolas profissionais e organizações não governamentais, promovendo o **Desenvolvimento Sustentável das Comunidades**.

A responsabilidade que assumimos

A Delta Cafés, SGPS reconhece a sua responsabilidade perante cinco áreas indissociáveis: accionistas, colaboradores, parceiros comerciais, clientes/consumidores e comunidade.

RESPONSABILIDADE PARA COM OS ACCIONISTAS

- Proteger e garantir um retorno adequado para o investimento dos accionistas;

RESPONSABILIDADE PARA COM OS COLABORADORES

- Sublinhar a importância dos colaboradores no bom governo do grupo.
- Garantir boas condições laborais, nomeadamente de higiene e segurança.
- Respeitar os direitos dos colaboradores, designadamente os direitos de associação e de negociação colectiva, potenciando uma melhor conciliação entre a actividade profissional e a vida familiar.
- Promover e fomentar, a nível interno, o desenvolvimento de novas ideias e talentos.
- Garantir, sem descriminações, iguais oportunidades de evolução.
- Fornecer formação contínua aos colaboradores, de forma a torná-los "cidadãos activos", capacitados para a mudança e agentes da sustentabilidade das suas famílias.
- Potenciar o seu envolvimento no desenvolvimento sustentável do grupo e da sociedade, assim como na aplicação destes princípios.

RESPONSABILIDADE PARA COM OS PARCEIROS COMERCIAIS

- Reforçar as relações transparentes de parceria com todos os fornecedores, entidades e agentes que interajam com a Delta Cafés, SGPS.
- Potencializar a competitividade partilhada através do Benchmarking e da Eco-eficiência.
- Estar aberto a uma mudança relacionada com os princípios descritos, em que a implementação de acções correctivas propostas pelo grupo e a respectiva verificação sejam factores determinantes para a manutenção ou entrada de parceiros.

RESPONSABILIDADE PARA COM OS CLIENTES

- Contribuir de forma activa na criação de valor para a rentabilidade do negócio dos nossos clientes.
- Aprofundar a relação com os clientes, de forma a estimular uma maior confiança mútua.
- Apostar na investigação e no desenvolvimento de produtos e serviços com maior valor acrescentado, como estratégia de angariação e de fidelização.
- Promover a pró-actividade da Delta no mercado, assumindo uma atitude de antecipação em relação à emergência de um novo "consumidor responsável".

RESPONSABILIDADE PARA COM A COMUNIDADE

- Conduzir os negócios de forma responsável e consistente.
- Assegurar uma contribuição pro-activa para o desenvolvimento integrado da comunidade.
- Apostar na gestão sustentável dos recursos financeiros, humanos, naturais e culturais, vitais para a criação de comunidades competitivas.

4.4
Pilares do Desenvolvimento Sustentável

Princípios Orientadores do Desenvolvimento Sustentável do Negócio

A partir do Código Ético da Delta Cafés, SGPS e das responsabilidades que assumimos, elaborámos os nossos Princípios Orientadores para o Desenvolvimento Sustentável do Negócio, assentes nos seguintes pilares:

4.4.1
Corporate Governance

Olhando, para o panorama internacional, facilmente nos apercebemos de que a temática da RSE tem sido impulsionada pelas grandes empresas globais que têm assumido a dianteira nesta questão, em Portugal, para nosso regozijo, vemos esta temática ser liderada por uma empresa nacional, ainda para mais do interior do país, que de uma forma pioneira tem colocado a RSE no centro das atenções de toda a comunidade empresarial.

De facto, a Delta Cafés não só tem sido a empresa portuguesa mais associada a esta questão, como o referem estudos recentes, como a sua actuação tem sido amplamente divulgada e discutida tanto no meio empresarial como no meio académico.

A Delta Cafés, mais uma vez, surpreende-nos com a edição deste relatório de sustentabilidade, que será claramente um valioso instrumento de benchmarking, no que concerne à área da RSE. Este relatório faz, assim, uma abordagem integrada que, de uma forma inovadora, releva a importância da transversalidade da gestão socialmente responsável.

Seguramente, será um exemplo a ser seguido por outras empresas.

Gonçalo Torres Pernas
Direcção da RSE Portugal - Associação Portuguesa para a Responsabilidade Social das Empresas

Princípios de Inovação, Excelência e Liderança

- A competitividade e excelência duradoura implicam assumir a gestão global do negócio pela criação de valor a longo prazo para a organização e para a sociedade, através da gestão e integração das vertentes do desenvolvimento sustentável.
- A liderança implica antecipar e marcar tendências só possíveis através de uma governação partilhada, com auscultação das partes interessadas, detectando ameaças e oportunidades, permitindo assim o planeamento estratégico do negócio.

Princípios Económicos

- A rentabilidade dos negócios é fundamental para assumir o cumprimento destas responsabilidades, bem como a excelência e a competitividade.
- Só com resultados e com uma base financeira sólida é possível garantir ciclos de inovação e investimentos permanentes de forma a manter a liderança no mercado nacional e aumentar a competitividade nos mercados exteriores, o que se obtém promovendo o valor acrescentado dos produtos e serviços e a confiança na Delta Cafés.
- As decisões estratégicas assentam não só em critérios financeiros, mas também na responsabilidade social e ambiental.

Princípios de Integridade e Transparência

- A postura negocial da Delta Cafés, SGPS centra-se na honestidade, na integridade, na justiça e na solidariedade. A organização espera que todos aqueles que tenham relações com o grupo demonstrem uma postura semelhante.
- As comunicações entre os diferentes níveis da organização são directas e permanentes, contribuindo para o seu bom governo.
- Os colaboradores devem evitar conflitos ou aparecimento de fronteiras pouco claras entre interesses pessoais e os interesses da organização.
- Todas as transacções económicas estão reflectidas na contabilidade e são sujeitas a auditorias periódicas.

Princípios de Isenção na Comunicação

- A Delta Cafés, SGPS assume uma postura de verdade e isenção em todas as comunicações e acções internas e externas que efectua, esforçando-se por melhorar continuamente os procedimentos de comunicação interna e externa, de forma a evitar que surjam situações de descriminação, ou de informação privilegiada.
- A comunicação interna e externa, credível e transparente, no âmbito do desenvolvimento sustentável potencializa o valor do negócio e da sociedade.

Princípios de Livre Concorrência

- No mercado, a Delta Cafés, SGPS concorre lealmente dentro da legalidade com todos os competidores. Não recorre a práticas restritivas que impeçam os outros de concorrer com as empresas do grupo.

4.4.2
Qualidade, Segurança e Saúde, Segurança Alimentar e Responsabilidade Ambiental

Cultivar a confiança da comunidade, conquistar amigos, ganhando assim clientes fidelizados, é uma passagem deste relatório que me permito sublinhar, pois representa a visão de um caminho para o crescimento sólido de um negócio, que a evolução de décadas da Delta Cafés prova ser adequada.

A partir de uma visão, define a Missão, os Valores e as Responsabilidades e aqui toda a situação ganha alguma complexidade, porque passamos a considerar como dados de entrada para o negócio uma multiplicidade de elementos/interesses – Accionistas, Colaboradores, Parceiros Comerciais, Clientes, Comunidade, etc. – que não só precisam de ser considerados, como avaliados, objectivamente quantificados, controlados, monitorizados, corrigidos, numa palavra geridos. Do grupo de interesses identificados nasce o conjunto de elementos interrelacionados e inter actuantes que definem o sistema de gestão integrado, ferramenta de gestão que a Delta Cafés implementou consubstanciando nele os princípios da Qualidade, da Segurança Alimentar, da Prevenção, Segurança e Saúde Ocupacional, da Responsabilidade Ambiental e Social, garantindo assim a existência de um meio de suporte capaz de a levar à melhoria contínua, através da eficácia e eficiência da respectiva prestação.

A certificação gradual, por terceira entidade independente, dos diversos componentes do sistema de gestão integrado da Delta Cafés, é além dos demais aspectos relativos ao conceito da certificação, uma forma de sublinhar também a gestão transparente e participada como princípio orientador da Organização.

Valadas Pinho BVQI

Princípios de Qualidade, Saúde, Segurança e Responsabilidade Ambiental

- A gestão é efectuada de forma integrada e é monitorizada, através de indicadores, pelo respectivo controlo, assim como analisada pela Administração, de forma a garantir o cumprimento dos objectivos aprovados no planeamento estratégico. A metodologia formal que é utilizada para garantir a evolução e adequação das práticas da organização é a melhoria continua.

O principal destaque do sistema de gestão integrado é a aposta na gestão transparente e participada, assente em processos com objectivos e metas claramente definidos e orientados para a satisfação dos parceiros, para a redução dos impactos ambientais e sociais e para o controlo de potenciais riscos de segurança e saúde.

4.4.3
Responsabilidade Social

Neste início do século XXI, a Humanidade vê-se confrontada com quatro grandes desafios, que podem por em causa o Futuro e a Vida no Planeta:

– O da COMPETITIVIDADE, ou seja da capacidade de resistir no mercado global aberto, oferecendo qualidade e rigor;

– O da COESÃO SOCIAL, ou seja da solidariedade com os pobres e os excluídos da sociedade, promovendo as suas capacidades e uma efectiva igualdade de oportunidades;

– O da SUSTENTABILIDADE, ou seja de reencontro com a Vida e a Natureza, encarando-a, não como um armazém de recursos e um depósito de lixos mas como uma parceira estratégica de desenvolvimento;

– O da DIVERSIDADE, ou seja, da valorização das culturas e dos valores de origens diferentes, como peças fundamentais e enriquecedoras do Puzzle Integrado da Humanidade.

Mas a resposta integrada a este quatros desafios, implica um quinto, que é o da Regulação, ou seja, da GOVERNAÇÃO colectiva do Mundo e de cada comunidade, implicando:

– Participação de todos;

– Integração dos problemas e das soluções;

– Parcerias, ou seja, partilha de recursos.

É neste contexto que se deve encarar a Responsabilidade Social das Empresas (para dentro, ou seja, para com os seus colaboradores internos, e para fora, ou seja, para com a comunidade e a sociedade geral), como um desafio decisivo nesta Corresponsabilização pelo Futuro da Vida na nossa casa comum, que é a Terra.

É preciso, uma peça fundamental numa Competitividade Integrada e Sustentável de qualquer empresa. É por isso, sem dúvida, uma componente decisiva da estratégia da Delta Cafés.

Prof. Doutor Roque Amaro

Princípios de Responsabilidade Social

- A contribuição mais visível da Delta Cafés, SGPS para o progresso social e para o enriquecimento directo e indirecto da comunidade reflecte-se no número de postos de trabalho que cria e na confiança que lhe é demonstrada pelos seus colaboradores e pela comunidade.
- Tendo em vista a capacitação dos nossos colaboradores, queremos incutir-lhes o gosto por uma "cultura de conhecimento", promovendo, através da aprendizagem e da formação contínua, o desenvolvimento das suas competências.
- O grupo tem uma visão global das comunidades em que se insere, preocupando-se em apoiar projectos sociais ligados ou não ao core business do grupo, dependendo da localização, dimensão, pertinência social e de outras iniciativas já existentes.

4.4.4
Projecto Sustentabilidade nas origens

A instabilidade e volatilidade do mercado internacional de café verde, associada a uma assimetria de recursos financeiros e tecnológicos entre os países produtores têm originado uma perda acelerada de rendimento para milhões de pequenos produtores. A pressão social é enorme. Segundo informação do Banco Mundial, estima-se que na América Central há cerca de 600.000 agricultores e trabalhadores cafezeiros desempregados.

Mais do que coincidir com a análise da situação de crise assinalada por várias Organizações Não Governamentais, é necessário unir esforços entre todos os actores para evitar a deterioração total de toda a cadeia de valor.

*O custo económico, político, social e cultural implica repensar o negócio numa perspectiva a longo prazo, ou seja, "**Comércio Sustentável**", com criação de condições de confiança entre todos os actores, com capacitação tecnológica, consolidação de padrões de qualidade, responsabilidade e Eco-eficiência e com criação de valor ao longo de toda a cadeia.*

Princípios Orientadores do Projecto Sustentabilidade nas Origens

INTEGRIDADE E TRANSPARÊNCIA

- Os parceiros têm que demonstrar, de forma documentada, que o seu negócio se rege por idênticos valores de honestidade, integridade e transparência, assumindo o compromisso no desenvolvimento económico, cultural e social das comunidades de produtores de café.

QUALIDADE

- Incentivar e premiar os cafés com qualidade superior, apostando em cafés de especialidade.

CAPACITAÇÃO

- Dinamizar o associativismo e possibilitar a formação e capacitação dos pequenos produtores locais.

COMÉRCIO SUSTENTÁVEL

- Possibilitar a acessibilidade ao mercado global de forma continuada, aplicando as mais valias nas origens.

RESPONSABILIDADE AMBIENTAL

- Incentivar e premiar os procedimentos de responsabilidade e protecção ambiental, conservação dos solos, gestão sustentada da plantação, poupança de água, utilização de fertilizantes biológicos e recurso às energias renováveis e politicas de reciclagem.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

- No âmbito do trabalho, fomentar a criação de boas condições de segurança e higiene, promovendo a aplicação não só das leis locais, como das convenções internacionais sobre salários e Direitos Humanos.
- Promover o papel cultural da Mulher/Mãe enquanto configurador da sociedade e a condenação do trabalho Infantil. Possibilitar iguais condições dignas de emprego entre mulheres e homens e incentivar permanentemente a escolaridade através do desenvolvimento integrado da comunidade.

AUDITORIAS

- A Delta Cafés efectua auditorias periódicas aos seus parceiros, contribuindo assim para a melhoria constante do processo, possibilitando ao consumidor responsável aferir os benefícios ambientais e sociais alcançados ao longo da cadeia de valor.

4.5
Construção do Relatório

A construção deste **Relatório de Sustentabilidade** tem por objectivo divulgar junto das partes interessadas o nosso compromisso efectivo com a gestão global do negócio através do Desenvolvimento Sustentável.

Assumindo uma postura voluntária de participação e corresponsabilização com os diversos grupos de interesse – accionistas, colaboradores, parceiros comerciais, clientes e comunidade–, a Delta Cafés, SGPS dinamiza uma rede win-win de "**Learning Partners**", norteando o processo de melhoria contínua através do "**Learning-by-doing**", construindo, aferindo e reformulando distintos indicadores, quantitativos e qualitativos, enquadrados pelo modelo do **United Nacional Global Compact, World Business Council for Sustainable Development, Global Reporting Iniciative (GRI)** e o **Sistema de Responsabilidade Social SA 8000**, que possibilitem uma gestão integrada do desenvolvimento sustentável.

Toda a informação publicada neste relatório de sustentabilidade 2003/2004 cobre o período de 1 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2003. O próximo relatório analisará a performance entre 1 de Janeiro e 31 de Dezembro de 2004, estando a sua publicação prevista para Junho de 2005.

A construção do relatório foi acompanhada pela **Associação Portuguesa para a Responsabilidade Social das Empresas – RSE Portugal**, e pelo **CIES Empresa Social SL**.

*A versão final foi verificada e auditada pela entidade independente **CIES Empresa Social SL**.*

05. 2003, Desafios e Progressos

A missão de representar os colaboradores na Direso, que poderia parecer complicado, surge como uma função gratificante de colaborar para o reforço do espírito de confiança que desde sempre caracteriza a relação de respeito mútuo entre a administração e os colaboradores.

Isabel Bandarra, representantes dos colaboradores na Direso.

Delta® CAFÉS

5.1 Corporate Governance

Âmbito	Desafio	Unid.	Comprometimento	Data	Progresso
Direcção do Corporate Sustainable Development Delta Cafés, SGPS	Manter a competitividade e excelência duradoura através da gestão global do negócio pela criação de valor a longo prazo	DELTA CAFÉS, SGPS	– Criação da Direcção para o Corporate Sustainable Development da Delta Cafés, SGPS. – Divulgação e publicação da Missão, Valores, Estratégia e níveis de intervenção, Código de Ética e Princípios Orientadores para o Desenvolvimento Sustentável do Negócio. – Identificação das partes interessadas e criação de parcerias estratégicas.	**2003**	
			– Implementação do procedimento operacional de gestão do desenvolvimento sustentável da Delta Cafés, SGPS. Aplicação deste modelo de gestão a todo o grupo. – Avaliação das parcerias e elaboração e implementação de acções de melhoria.	Objectivo 2004	
DIRESO / CODES	Órgão consultivo para a dinamização da Responsabilidade Social na organização	DELTA CAFÉS, SGPS	– Criação da Direso, Equipa multidisciplinar, representativa de todos os níveis hierárquicos, para a dinamização transversal da Responsabilidade Social na Delta Cafés, SGPS.	**2003**	
			– Substituição da DIRESO pelo **CODES** – **Conselho para o Desenvolvimento Sustentável**, constituído pelos responsáveis dos sistemas de certificação, pelos gestores de unidades e pelos representantes dos colaboradores. A coordenação será efectuada pela direcção do Corporate Sustainable Development. – Duas vezes por ano, antes da publicação do Relatório de Sustentabilidade e no final do ano em análise, o **CODES** incorporará entidades exteriores à organização com o objectivo de potenciar o diálogo com as distintas partes interessadas.	Objectivo 2004	

= 25%

= 50%

= 75%

= 100%

Âmbito	Desafio	Unid.	Comprometimento	Data	Progresso
Corporate Governance	Manter a liderança através da antecipação e marcação de tendências, segundo um modelo de governação partilhada, com auscultação das partes interessadas, detectando ameaças e oportunidades, permitindo assim o planeamento estratégico do negócio sustentável	NOVADELTA	**Gestão da Liderança e Governação** Diálogo com os Accionistas – Reforço da solidez económica e financeira da Delta Cafés, SGPS, através do desenvolvimento de políticas de crescimento sustentado. – Aumentar a produtividade responsável e desenvolvimento de procedimentos operacionais de Benchmarking.	**2003** **2004**	
			Diálogo com os Colaboradores – Estimular a participação activa dos colaboradores no bom governo do grupo, através da constituição de equipas multidisciplinares, de reuniões e inquéritos com o objectivo da melhoria contínua. – **Reconfirmar a Certificação de Responsabilidade Social SA 800.**	**2003** **2004**	
			Diálogo com os Parceiros Comerciais – Realização de reuniões, inquéritos e auditorias de melhoria sobre rentabilidade, Eco-eficiência, investigação e desenvolvimento de novos produtos, flexibilidade de negociação e capacidade de gerir problemas. – Monitorização dos objectivos trimestrais das parcerias e dinamização dos princípios orientadores do desenvolvimento do negócio. – **Reconfirmar a Certificação de Responsabilidade Social SA 800.**	**2003** **2004**	
			Diálogo com os Clientes – Realização de inquéritos de melhoria sobre qualidade dos produtos e serviços, segurança alimentar, investigação e desenvolvimento de novos produtos, flexibilidade de negociação e capacidade de gerir problemas. – Criação e monitorização de indicadores sobre reclamações, tempo médio de resolução de problemas inferior a 72 horas, tempo médio de desenvolvimento de novos produtos inferior a 90 dias e dinamização dos princípios orientadores do desenvolvimento do negócio.	**2003** **2004**	
			Diálogo com a Comunidade – Potenciar a coesão social e o desenvolvimento sustentável da comunidade, ajustando o potencial de recursos da organização às necessidades estratégicas das comunidades onde o grupo desenvolve as suas actividades.	**2003** **2004**	
		DELTA CAFÉS, SGPS	**Planeamento Estratégico** – Aplicação gradual do modelo da Novadelta a todas as unidades de negócio. – Na revisão pela gestão em final de 2004 está prevista a criação do procedimento de Gestão da Liderança e Governação para todo o grupo.	Objectivo 2004	
Cidadão Consumidor Responsável	Sustentar o desenvolvimento da empresa cidadã através da participação do cidadão, nos seus distintos papéis enquanto parte interessada	DELTA CAFÉS, SGPS	**Potenciar o Cidadão/Consumidor Responsável** **Projecto Delta / Sair da Casca / Oikos / RSE** – Dinamizar a Responsabilidade Social das empresas como pilar para o desenvolvimento sustentável, só possível através da corresponsabilização das partes interessadas, ao assumirem o seu papel de cidadania responsável para a criação de valor para o bem comum.	Objectivo 2004	

5.2 Qualidade, Segurança e Saúde, Segurança Alimentar e Responsabilidade Ambiental

5.2.1 Qualidade

Âmbito	Desafio	Unid.	Comprometimento	Data	Progresso
Sistema de Gestão da Qualidade NP EN ISO 9001:2000	Gestão da organização através da optimização integrada de todos os seus processos de forma a obter produtos e serviços de qualidade, correspondendo assim às exigências reais dos diferentes mercados, com vista à satisfação total e fidelização dos nossos consumidores	NOVADELTA	– A organização deve estabelecer, documentar, implementar e manter um sistema de gestão da qualidade e melhorar continuamente a sua eficácia.	2003	
			– O sistema de gestão de qualidade deve estar devidamente documentado quanto à sua política da qualidade e manter um Manual da Qualidade.		
			– A organização deve determinar e proporcionar aos colaboradores a capacitação e os recursos estruturais necessários para cumprirem com os objectivos da qualidade.		
			– A organização deve planear e desenvolver os processos necessários para a realização dos produtos e o fornecimento dos serviços, planear e controlar a concepção e o desenvolvimento dos produtos/serviços, controlar os dispositivos de monitorização e de medição e focalizar toda esta actividade na satisfação total dos clientes.		
			– **Reconfirmação da Certificação NP EN ISO 9001:2000.** – Com o objectivo de total integração dos sistemas na óptica do desenvolvimento sustentável, optou-se por adequar o processo de planeamento estratégico, segundo a EFQM (European Fundacion for Quality Management), para os processos de Liderança e Governação e o de Gestão Estratégica.		
			– Com o objectivo de optimização de recursos e integração de sistemas optou-se por uma auditoria integrada, o que implicou a escolha da BVQI como entidade certificadora. – Pontos fortes referidos pela equipa auditora: • O envolvimento da Equipa de Gestão do Sistema Integrado; • Gestão dos Dispositivos de Monitorização e Medição; • Controlo da Documentação; • Descentralização dos Processos. – Como oportunidade de melhoria foi referido: • Formalização de novos indicadores; • Utilização sistemática de designação numérica versos alfabética na validade dos produtos.		
			– Evolução do n.º total de não conformidades: • Área de Fornecedores: durante 2003 verificou-se uma redução de 37% das não conformidades; • Área de Clientes: em valores absolutos verificou-se uma redução de 31% das não conformidades; • Área de Processo: devido ao esforço em sensibilização e formação para a monitorização dos processos verificou-se um aumento 13% de não conformidades registadas.		
			– **Reconfirmação da Certificação NP EN ISO 9001:2000.** – Revisão do sistema/processos com o objectivo de redefinir/formalizar novos indicadores. – **Obtenção do Primeiro Nível da EFQM – Compromisso com a Excelência.**	Objectivo 2004	
		DC SGPS	– Implementação da norma NP EN ISO 9001: 2000, nas empresas MRAN, Delta Cafés Madeira e Torrefacção Camelo.	Objectivo 2004	

5.2.2 Segurança e Saúde

Âmbito	Desafio	Unid.	Comprometimento	Data	Progresso
Gestão Segurança e Saúde no Trabalho	Corresponder às necessidades e aspirações de qualidade de vida no trabalho dos colaboradores, através da melhoria da eficiência da Gestão dos Riscos da Segurança no trabalho, segundo uma estratégia de eliminação / redução de riscos relacionados com todas as actividades do grupo	NOVADELTA	– Redefinição da metodologia para identificação e análise de perigo e avaliação de riscos. – Constituição da Equipa de avaliação de riscos e respectiva avaliação.	2003	
			– Redefinição de responsabilidades ao nível da organização da emergência: Centro Director de Emergência e Grupo Operacional de Emergência.		
			– Indexação de requisitos de segurança a todos os procedimentos do sistema de gestão integrado. – Elaboração e implementação de procedimentos operativos específicos no âmbito do SGSST.		
			– Adopção de medidas ao nível da organização do trabalho.		
			– Reforço da Sinalização de Segurança e das medidas de protecção colectiva e protecção individual.		
			– Revisão do PEI-Plano de Emergência Interno.		
			– Realização de Simulacro.		
			– **Certificação Saúde e Segurança OHSAS 18001**		
			– **Plano de Investimentos 2002/2004: 491.349 €.**		
			– **Reconfirmar a Certificação de Saúde e Segurança OHSAS 18001**	Objectivo 2004	
		DELTA CAFÉS, SGPS	– Identificação de riscos para cada unidade, actividade e processo. – Levantamento e planificação da sinalização a instalar. – Elaboração de normas e procedimentos internos sobre segurança no local de trabalho. – Recolha, organização e tratamento estatístico dos elementos relativos à segurança e saúde na empresa.	Objectivo 2004	
	Redução de Acidentes de Trabalho	NOVADELTA	– Indicadores de Sinistralidade: **– Taxa de Frequência: 27,40** **– Taxa de Gravidade: 1555,19** – Em Julho/Agosto verificaram-se 6 acidentes correlacionados com a elevada vaga de calor. – Durante 2003 registaram-se 3 acidentes com incapacidade temporária parcial, com baixa prolongada.	2003	
			– Redução em 10% da Taxa de Frequência e da Taxa de Gravidade. – Elaboração de um Projecto de Climatização das Naves.	Objectivo 2004	
		DELTA CAFÉS, SGPS	– Indicadores de Sinistralidade: **– Taxa de Frequência: 10,73** **– Taxa de Gravidade: 369,82** – Durante 2003 registaram-se 2 acidentes com incapacidade temporária parcial, com baixa prolongada.	2003	
			– Redução 10% da Taxa de Frequência e Gravidade.	Objectivo 2004	
	Melhoria da eficiência da gestão continuada da Saúde no Trabalho em todas as actividades da organização	DELTA CAFÉS, SGPS sem NOVADELTA	– Exames médicos aos colaboradores com mais de 45 anos.	2003	
			– Concurso para selecção novo parceiro – SeguriHigiene		
			– **Serviço Multicare** – Durante 2002 e 2003 1116 Familiares aderiram ao serviço, num universo de 1254 colaboradores.		
			– Exames médicos a todos os colaboradores com exames complementares de diagnóstico – Elaboração de um programa de intervenção no âmbito da medicina ocupacional.	Objectivo 2004	

5.2.3 Segurança Alimentar – Rastreabilidade

Âmbito	Desafio	Unid.	Comprometimento	Data	Progresso
Sistema de Segurança Alimentar HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point).	Controlo do processo produtivo segundo princípios e conceitos preventivos, através da identificação de pontos ou etapas onde se pode controlar o perigo químico, físico ou microbiológico.	NOVADELTA	– Corresponder à exigência de segurança dos produtos alimentares, que constitui uma preocupação central dos cidadãos	**2003**	
			– Garantia da inocuidade dos alimentos		
			– Redução de custos operacionais, diminuindo a necessidade de recolha de amostras, destruição ou reprocessamento do produto final por razões de segurança		
			– Rastreabilidade da cadeia de valor dos produtos		
			– **Certificação HACCP pela norma DS 3027 E:2002**		
			– **Reconfirmar a Certificação HACCP pela norma DS 3027 E:2002**	Objectivo 2004	
		DC SGPS	– Implementação dos princípios da norma DS 3027 E: 2002, às empresas MRAN, Delta Cafés Madeira e Torrefacção Camelo.	Objectivo 2004	

5.2.4 Responsabilidade Ambiental

Âmbito	Desafio	Unid.	Comprometimento	Data	Progresso
Sistema de Gestão Ambiental	"Criar mais valor com menor impacto"	NOVADELTA	– Estabelecer uma política de **protecção ambiental** e a **prevenção da poluição**, identificando e gerindo os impactos das suas actividades, produtos e serviços no ambiente, numa perspectiva de melhoria contínua, mantendo o equilíbrio entre as exigências económicas, a preservação ambiental e o desenvolvimento sustentado da comunidade. – **Plano de Investimentos 2002-2003-2004: 1.630.312 €.**	**2002 2003 2004**	
			– Certificação Ambiental NP EN ISO 14001	Objectivo 2005	
Programa de Gestão de Resíduos Redução de Desperdícios	Diagnóstico dos Resíduos	NOVADELTA	– Diagnóstico dos resíduos, por áreas operacionais. – Os resíduos alvos são: Papel e Cartão; Plástico; Embalagens Compósitas.	**2002**	
	Gestão eficiente dos resíduos e redução de desperdícios de Embalagens Compósitas		– Elaboração e implementação de um Plano de Acção para a Gestão de Resíduos e Redução de desperdícios para as embalagens compósitas, visto tratar-se do resíduo de maior impacto ambiental.	**2003**	
			– Avaliação do Desempenho Trimestral e Criação de Indicadores.		
			– **Redução de 5% do rácio dos kg de embalagens compósitas em relação às vendas.**	Objectivo 2005	
	Gestão eficiente dos resíduos: Papel e Cartão		– Monitorização		
	Gestão eficiente dos resíduos: Plásticos		– Monitorização		
Programa de Gestão de Efluentes Líquidos	Gestão de Efluentes Líquidos	NOVADELTA	– Concurso para a construção de uma nova ETAR.	**2002**	
			– Construção e Funcionamento Operacional da ETAR.	**2003**	
			– Monitorização	Objectivo 2004	
Programa de Racionalização do Consumo de Energia	Gestão eficiente dos recursos energéticos	NOVADELTA	– Concurso para uma Auditoria Energética em 2004.	**2003**	
			– Auditoria Energética e Monitorização. – **Redução do Consumo Energético Específico em 5%.** – **Gás Natural em Campo Maior** – A Novadelta assumiu um custo superior no fornecimento de gás natural para viabilizar a disponibilidade deste recurso energético a toda a comunidade de Campo Maior, contribuindo assim para um melhor ambiente, para as gerações actuais e futuras.	Objectivo 2004	
Programa de Racionalização do Consumo de Água	Gestão eficiente dos recursos hídricos e melhoria da qualidade da água distribuída na rede industrial	NOVADELTA	– Elaboração do projecto e inicio da construção de uma nova Estação de Tratamento de Água (ETA).	**2003**	
			– Implementação do projecto de redução do consumo de água por sistema de recirculação de água nos torradores.	**2003**	
			– Monitorização – **Redução do Consumo de Água em 5%**	Objectivo 2004	

5.3
Responsabilidade Social

5.3.1 Pessoas

Âmbito	Desafio	Unid.	Comprometimento	Data	Progresso
Responsabilidade Social **Pessoas**	Garantir, sem descriminações, iguais oportunidades de progressão	NOVADELTA	– Distribuição dos Colaboradores por Sexo: **Mulheres: 160 (47,90%); Homens: 174 (52,10%).**	**2003**	
			– Distribuição dos Quadros Médios, Superiores e Dirigentes por Sexo: **Mulheres: 8 (57,14%); Homens: 6 (42,86%).**		
			– Idade média por sexo: **Mulheres: 38,4; Homens: 37,9.**		
			– Antiguidade média por sexo: **Mulheres: 10,7; Homens: 10,5.**		
			– Turn Over : 0,055		
			– Maternidade: Regalias legais com flexibilidade de horários laborais, adaptação ou alteração das funções conforme as disponibilidades.		
			– Manter os rácios de RS, possibilitando a sustentabilidade na vida activa às mulheres de Campo Maior.	Objectivo 2004	
		DELTA CAFÉS, SGPS	– Distribuição dos Colaboradores por Sexo: **Mulheres: 401 (31,98%); Homens: 853 (68,02%).**	**2003**	
			– Distribuição dos Quadros Médios, Superiores e Dirigentes por Sexo: **Mulheres: 12 (24,00%); Homens: 38 (76,00%).**		
			– Idade média por sexo: **Mulheres: 36,2 Anos; Homens: 37,1 Anos.**		
			– Antiguidade média por sexo: **Mulheres: 8,84 Anos; Homens: 7,91 Anos.**		
			– Turn Over : 0,074		
			– Maternidade: Regalias legais com flexibilidade de horários laborais, adaptação ou alteração das funções conforme as disponibilidades.		
			– Consolidar a participação das mulheres, tendo em conta as particularidades das actividades comerciais.	Objectivo 2004	
Capacitação e Formação de Pessoas	Através de uma "cultura de conhecimento", promover a capacitação dos colaboradores face à mudança, permitindo uma melhoria contínua, contribuindo assim para o desenvolvimento sustentável do grupo e das pessoas	NOVADELTA	– Formação 2002 – 33 Acções, 485 Dias – **Formação 2003 – 28 Acções, 1204 Dias (+143%).**	**2003**	
			– Distribuição dos formandos por Sexo: **Mulheres: 474 (45,97%); Homens: 557 (54,03%).**		
			– Rácio de Acções de Formação / Colaboradores **Mulheres: 2,96; Homens: 3,20.**		
			– Rácio de Horas de Formação / Colaboradores **Mulheres: 28,75; Homens: 28,92.**		
			– Continuar a planificação estratégica das temáticas de formação. **34 Acções, 825 Dias.**	Objectivo 2004	
		DELTA CAFÉS, SGPS	– **Formação 2003 – 74 Acções, 3581 Dias.**	**2003**	
			– Distribuição dos formandos por Sexo: **Mulheres: 722 (38,34%); Homens: 1161 (61,66%).**		
			– Rácio de Acções de Formação / Colaboradores **Mulheres: 1,8; Homens: 1,36.**		
			– Rácio de Horas de Formação / Colaboradores **Mulheres: 32,3; Homens: 18,36.**		
			– Através dos processos de certificação em curso na Delta Cafés, SGPS, reajustar os recursos e cargas horárias de formação pelas diferentes empresas.	Objectivo 2004	
Formação Qualificante e Promoção de Talentos		DELTA CAFÉS, SGPS	– Durante 2003, o grupo disponibilizou condições para a continuidade de estudos académicos: 4 Masters, 4 Pós graduações e 33 Licenciaturas.	**2003**	
			– MASTER CAFÉ DELTA Com o objectivo de fortalecer e dinamizar a actividade comercial, estabeleceu-se uma parceria com a Universidade de Évora para a elaboração de um programa de formação avançada adaptável às diferentes exigências comerciais/profissionais no sector do café. Este programa, com a coordenação pedagógica e científica do Departamento de Gestão e Economia da Universidade de Évora, é ministrado no Centro Internacional de Pós-Graduação Comendador Rui Nabeiro, em Campo Maior.	Objectivo 2004	

5.3.2 Envolvimento na Comunidade

Âmbito	Desafio	Comprometimento	Data	Progresso
Responsabilidade Social Envolvimento na Comunidade	Educação	– Potenciar a "cultura do conhecimento" ao aproximar da realidade laboral a formação académica, através da colaboração na realização de trabalhos, estágios curriculares/profissionais nas mais variadas áreas de actuação/conhecimento. – Criação de protocolos de colaboração com a Universidade de Évora e com a Universidade Lusíada. – Incentivar a investigação e desenvolvimento através da atribuição de prémios e bolsas de estudo.	2003	
		Projecto APPM-Delta Para um Marketing com Consciência – Prémio para trabalhos de investigação elaborados por docentes do ensino superior que leccionem matérias que se desenvolvem, em particular, nas áreas de marketing, comunicação e gestão. – Prémio para a apresentação de case-studies nacionais de empresas com experiências reais no âmbito de "marca de cidadania", responsabilidade social e marketing sustentável. – Associação "Um Coração Chamado Delta" Criação de um atelier de Tempos Livres, com apoio às actividades escolares e oficinas culturais, em Campo Maior, para os filhos dos colaboradores. – Projecto "O Caju vai de mota" Colaboração com o centro de arte cerâmica, cultura e formação profissional, dinamizado pelo artista Inácio Matsinhe, contribuindo para o desenvolvimento dos jovens e incapacitados da localidade de 3 de Fevereiro, Palmeira, Maputo, Moçambique.	Objectivo 2004	
	Saúde	– Colaboração financeira na compra de equipamentos hospitalares especiais e ambulâncias. – Equipamento de Tomografia Computorizada para a Liga dos Amigos do Hospital de Santa Luzia de Elvas IPSS no valor de 203.730,00 €. – Parceria com o Instituto de Socorros a Náufragos. – Parceria com a APSI – Campanha de Segurança na Água.	2003	
		– Estudo da Acção da Cafeína na Função Cognitiva como "Protector" da Memória – projecto de colaboração de 3 anos com o Instituto de Medicina Molecular – Equipamento de MasterScreen BabyBody, Sistema pletismográfico computorizado neonatal para o Hospital Dona Estefânia no valor de 70.700,00 €. – Instituto de Socorros a Náufragos – Prémio Comendador Rui Nabeiro para o melhor Nadador Salvador de 2003. – APSI – Campanha de Segurança na Água.	Objectivo 2004	
	Cultura	– Sendo uma área por vezes pouco apoiada, a Delta Cafés tem colaborado em diversas iniciativas de divulgação da cultura. Salientamos "A Casa do Artista", a "Apoiarte", a participação portuguesa nas Feiras do Livro de Paris e Frankfurt. – Villa Romana das Argamassas – Campo Maior Projecto de intervenção arqueológica, iniciado em 2001/2002, através do diagnóstico do estado de conservação e potencial científico. Os materiais recolhidos apresentam cronologias entre o séc.I e o séc.VI.	2003	
		– Movimentos Perpétuos – Homenagem a Carlos Paredes. – Museu da Presidência da República – Mecenato. – Villa Romana das Argamassas – Campo Maior: Continuidade dos trabalhos com preparação de programas de visitas para investigadores e comunidade.	Objectivo 2004	

Âmbito	Desafio	Comprometimento	Data	Progresso
Responsabilidade Social **Envolvimento na Comunidade**	Desporto	– Desde sempre os apoios cedidos pela Delta são direccionados maioritariamente para as modalidades desenvolvidas pelas colectividades amadoras e para potencializar o desporto escolar. – Salientamos o apoio ao Campeonato Europeu de Futebol – Aveiro 2003 organizado pela Associação Nacional de Desporto para a Deficiência Mental.	**2003**	
		– Jogos Olímpicos Atenas 2004	Objectivo 2004	
	Ambiente	– Sensibilização para o respeito ambiental. Comemoração do Dia do Ambiente, na Novadelta, pelas crianças das escolas pré-primárias do distrito de Portalegre.	**2003**	
		– Dia do Ambiente em Campo Maior **– Fundação do Gil** Colaborar na recolha até ao final do ano para reciclagem 200.000 tinteiros e toners vazios de impressoras e faxes.	Objectivo 2004	
	Solidariedade	– Apoios financeiros a: Liga Nacional de Luta Contra a Sida, Abraço, Liga Portuguesa contra o Cancro, Cruz Vermelha Portuguesa, Associação Portuguesa de Protecção ao Deficiente, Casa do Gaiato, Liga Nacional Contra a Fome, Unicef, Corporações de Bombeiros, … **– Voluntariado Empresarial – Mão na Mão** 15 Dias de praia para as crianças internadas no Centro de Recuperação de Alcoitão. **– Campanha de Recolha de Brinquedos da Fundação do Gil e Sonae.**	**2003**	
		– Voluntariado Empresarial – Mão na Mão Manter as acções de 2003. **– Fundação do Gil** Voluntariado empresarial no projecto da FG para crianças hospitalizadas em tempo prolongado. **– Associação "Um Coração Chamado Delta"** Recolha de roupa e brinquedos para as escolas de Timor, Angola e Moçambique.	Objectivo 2004	

5.4
"Projecto Sustentabilidade nas Origens"

5.4.1 Timor

Âmbito	Desafio	Comprometimento	Data	Progresso
Acção Social "Um Café por Timor"	Participar no melhoramento, reabilitação e construção de infra-estruturas escolares nas respectivas regiões produtoras de café, contribuindo assim, de forma directa para o desenvolvimento integrado da comunidade e eliminação do trabalho infantil	– **Solidariedade pelo Comércio Sustentável** – Por cada kg de Café Timor processado na Novadelta, aplicamos 1€ em Timor, na sustentabilidade do nosso programa de acção social, aferido pelo Ministério da Educação de Timor-Leste; – **Esc. Fahité; Esc. Tibar, Esc. Leorema, Esc. Gleno, 1893 alunos;** – **Universidade de Timor / Dili;** – **Esc. Agrícola NatarBora;** – **Jardim Infantil Vila Verde, 110 meninos; comparticipação no salário dos professores e complemento alimentar de leite todas as manhãs;** – **Centro Cívico de Gleno.**	**2000 2001 2002 2003**	
		– **Implementação do projecto de electrificação da povoação de Fahité a partir do gerador da escola.**		
		– **Semanalmente, todas as escolas com intervenção Delta são acompanhadas por técnicos educacionais da Addocere, ONG na área da educação.**		
		– Continuidade do programa de acção social.	Objectivo 2004	
		– Dinamização do rastreio e acompanhamento médico progressivo às escolas abrangidas pelo programa de acção social.		
Delta Cafés Timor, S.A.	Posicionamento Estratégico Para o Desenvolvimento Sustentável do Café de Timor	– O potencial da produção total de Timor é 0,031% da produção mundial – Timor como um café de Especialidade – Cafés arábica lavados – Necessidade de um programa de renovação de viveiros café e das árvores sombra. – Manter e incentivar uma Cultura Sombreada, Biológica e Ecológica.	**2000 a 2010**	
	Capacitação dos produtores de café através do acompanhamento por especialistas de Delta Cafés	– Diagnóstico, definição estratégica, seminários, acompanhamento e oferta de equipamentos.	**2000**	
		– **Capacitação dos produtores de café** através do acompanhamento por especialistas de Delta Cafés.	**2001**	
		– Criação do Standard para o "Café de Timor". – Capacitação constante, Eco-eficiência e criação de desenvolvimento sustentável das comunidades cafeteiras.	**2002**	
		– Criação da primeira selecção "Gourmet de Timor" exposta na Expo Dili 2002 como produto Nacional de Timor.		

Âmbito	Desafio	Comprometimento	Data	Progresso
Delta Cafés Timor, S.A.	Gestão da Delta Cafés Timor segundo as normas SA 8000 permitindo a promoção de emprego digno e seguro. A sua relação com os fornecedores locais, através de contratos de sustentabilidade, cria as condições para a capacitação, redução da pobreza, promove as condições de paz e a criação de confiança, ou seja, o desenvolvimento integrado da comunidade para o bem comum.	– Negociação colectiva entre representantes das mulheres, representantes dos homens, director de operações e representantes do ministério do trabalho e Solidariedade de Timor-Leste. – Todos os Colaboradores com Contratos de Trabalho.	**2003**	
		– Liberdade de Associação; Proibida qualquer Forma de Discriminação; Controlo Sistema de Práticas Disciplinares. – Controlo de horário, horas extraordinárias e férias.		
		– Auditorias internas trimestrais de Saúde e Segurança – Formação em "Higiene, Saúde e Segurança, "Qualidade e Eco-eficiência".	**2003**	
		– Proibição de Trabalho Infantil e Trabalho Forçado – Criação de Escola de Ocupação de Tempos Livres para os Filhos das colaboradoras. – Complemento alimentar de leite e acompanhamento médico quinzenal.	**2003**	
		– Contratos com Fornecedores, a todos os níveis da cadeia de produção com **duração de 3 anos**. – Implementação dos "princípios orientadores do projecto de sustentabilidade nas origens".		
		– PRÉMIO MUNDIAL "Impacto positivo na comunidade 2003" da SAI – Social Accountability International.		
		– Manter a gestão da empresa segundo as normas SA 8000 – Efectuar melhorias das condições de trabalho através da reestruturação dos layouts, equipamentos e métodos de trabalho.	Objectivo 2004	
		– Instalação de uma unidade de beneficiação húmida eco-eficiênte para a associação de produtores em Estado - ERMERA.		
		– Potenciar a capacitação continua dos pequenos produtores durante todo o processo de cafeicultura através de colaboradores timorenses já formados pela Delta Cafés.		
		– Candidatura para apresentação do projecto Delta Cafés Timor no **Fórum Barcelona 2004**, como uma das 30 melhores práticas mundiais de Responsabilidade Social, segundo os critérios: Desenvolvimento sustentável, Multiculturalidade e Criação de Condições para a Paz.		

5.4.2 Angola

Âmbito	Desafio	Comprometimento	Data	Progresso
Projecto Angola	Recuperar a qualidade do café de Angola, através da capacitação dos produtores locais, potencializando o desenvolvimento sustentável das comunidades	– Diagnóstico, definição estratégica de actuação, selecção das áreas de intervenção e criação de parcerias.	**2003**	
		– **Reorganização da empresa Angonabeiro segundo o modelo de gestão pela Responsabilidade Social.**		
		– Concretização do processo de reorganização da empresa Angonabeiro segundo o modelo de gestão pela Responsabilidade Social.	Objectivo 2004	
		– **Contratos com Fornecedores**, a todos os níveis da cadeia de produção, com **duração 2 anos**. – Implementação dos "princípios orientadores do projecto de sustentabilidade nas origens".		

5.4.3 Brasil

Âmbito	Desafio	Comprometimento	Data	Progresso
Projecto Brasil	Iniciar a comercialização da marca Delta no maior pais produtor de café do mundo, segundo as normas do comércio sustentável, contribuindo para minimizar a assimetria social através de ações sociais na comunidade	– Diagnóstico do mercado, definição da estratégia de lançamento da marca Delta no Recife, através de distribuidor estratégico.	**2003**	
		– Criação do conceito de restauração "delta expresso" caracterizado pela degustação de cafés de blends de qualidade superior e de cafés do projecto sustentabilidade nas origens, acompanhados por um menu de inspiração ligth. – A comunicação e decoração reflectem os princípios do comércio sustentável, Eco-eficiência e responsabilidade social.		
		– **Instalação da primeira loja e do primeiro quiosque delta expresso.** – **Continuar o processo de lançamento da marca Delta**.	Objectivo 2004	
		– Criar um programa de acção social no Recife através do projecto da PLAN: "Ciranda da Criança" com o objectivo de consciencializar as comunidades sobre os Direitos da Crianças e do Adolescente • Oficina de Precursão • Câmara Viva. – Esta parceria é a razão da participação da Delta Cafés no **Rock in Rio Lisboa** como prática de RS no âmbito do projecto "por um Mundo Melhor".		

É com satisfação que vimos o nosso esforço e empenho recompensado pela atribuição da certificação OSHAS 18001, espelho de que as preocupações com a segurança e com as condições de trabalho dos colaboradores estão na base da nossa cultura empreendedora de sucesso e constante melhoria.

Rita Ochôa e João Azinhais, representantes dos colaboradores para a Segurança e Saúde no Trabalho.

Relatório de Sustentabilidade 2003/2004

06. Envolvimento com os Stakeholders

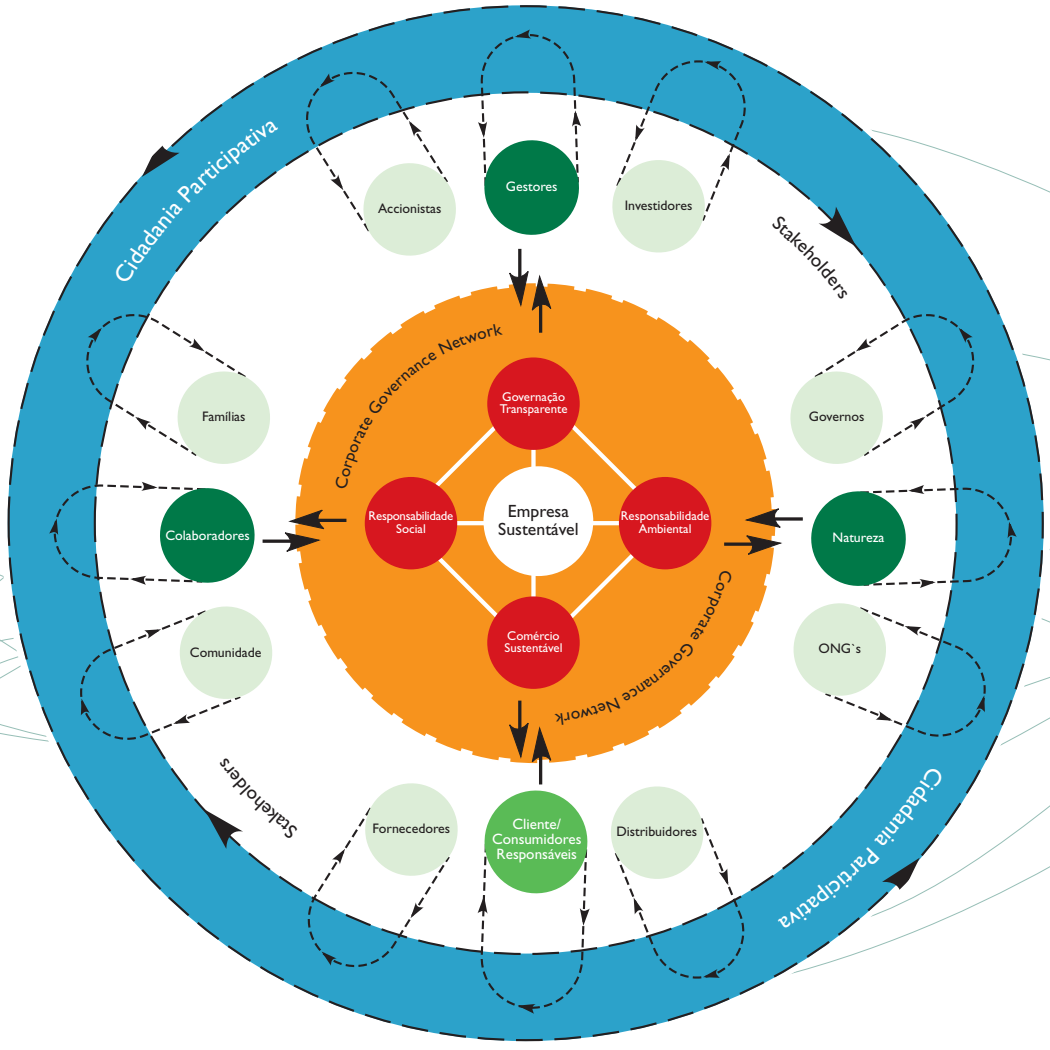
Um assumir de responsabilidades

Delta® CAFÉS

O nosso compromisso com as partes interessadas na construção do desenvolvimento sustentável

Ao longo deste relatório expusemos o esforço contínuo na implementação do modelo de gestão das organizações orientado explicitamente para a criação de valor económico, ambiental e social.

Esta aposta na criação de valor através do desenvolvimento sustentável implica a integração dos elementos tangíveis e intangíveis dos negócios, evidenciados pela forma como se concebe e gere, com equilíbrio e harmonia, o envolvimento dos stakeholders.



Modelo SGSE 04 – *Sustainability, Governance and Stakeholders Engagement, desenvolvido por João Carvalho e Alexis Romero, Barcelona 2004.*

O Modelo **SGSE 04** representa, de forma gráfica, como as organizações e, em particular, a Delta Cafés, SGPS visualizam e estruturam o envolvimento com as partes interessadas, perspectivadas como cidadãos responsáveis e conscientes do papel que devem assumir perante a empresa e a sociedade.

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: O NÚCLEO GERADOR DE ENERGIA

O desenvolvimento sustentável entendido como forma de criação de valor para a empresa e para a sociedade, segundo os valores e os princípios que orientam a gestão, representa a visão da organização e corresponde ao núcleo do modelo.

A partir do centro e em sua direcção cria-se uma espiral de força energética, expressada num movimento centrífugo da organização em direcção aos stakeholders e centrípeto dos stakeholders em relação à organização.

Esta energia vital é geradora de criatividade, de desenvolvimento de novas ideias e de talentos vitais para a emergência das directrizes, acções e actividades que movem a empresa.

OS COMPONENTES ESSENCIAIS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO NEGÓCIO

Uma organização sustentável assenta sob quatro pilares/componentes essenciais que se correlacionam, entre si e com o núcleo, em igualdade de importância, através de redes de interacção personificadas na Corporate Governance.

Esta interacção entre os componentes do modelo de desenvolvimento sustentável é potenciada por um sistema de redes de informação que interpenetram a organização e todas as partes interessadas, que denominamos de **Corporate Governance Network**.

Para o correcto funcionamento desta rede é necessário que a informação vital a cada um dos componentes flua através do sistema maximizando a criação de confiança e partilha de objectivos entre todos.

Parecer ao Relatório de Sustentabilidade da DELTA CAFÉS

O Relatório de Sustentabilidade da Delta Cafés demonstra que a empresa se reconhece como parte integrante de um sistema social e ecológico abrangente, do qual depende e para o qual contribui.

A OIKOS, enquanto ONG que procura promover os meios de vida sustentáveis das comunidades mais pobres, valoriza particularmente o facto da Delta Cafés ter estabelecido os Princípios Orientadores do Projecto de Sustentabilidade nas Origens. Estes princípios visam promover a capacitação de pequenos produtores locais – nos Países em Vias de Desenvolvimento –, contratualizando uma relação comercial duradoura e baseada no respeito pelos direitos humanos e pelo meio ambiente. A estruturação de um diálogo com os Stakeholders, em torno da promoção do consumo responsável, é também um aspecto valorizado, na medida em que facilitará a criação de um ciclo virtuoso de criação de valor para a empresa e para a comunidade, de forma mais sustentável.

O relatório revela no entanto que existem progressos a efectuar, como sejam a necessidade de maior especificação de indicadores em algumas das empresas do grupo e o alargamento do Projecto de Sustentabilidade nas Origens a um maior número de produtores locais. A aplicação progressiva e estratégica dos princípios da sustentabilidade, e um reforço da cooperação com os Stakeholders no aperfeiçoamento e monitorização daqueles princípios, permitirão à Delta Cafés estabelecer um diálogo mutuamente vantajoso com os consumidores e cidadãos, cada vez mais conscientes e atentos ao comportamento das empresas.

João José Fernandes
OIKOS – Cooperação e Desenvolvimento

06 Envolvimento com os Stakeholders

Os componentes são:

Governança e Transparência

Reúne os aspectos de governo da empresa e do negócio, sendo responsável pelo equilíbrio entre os outros componentes. Tem como função a integração e o controlo do sistema. A sua principal função é a criação de condições institucionais para a integração dos sistemas e o desenvolvimento do negócio com **transparência**, potenciando a **confiança** entre todos.

Responsabilidade Social

Identificada com a esfera dos assuntos colectivos do negócio, está relacionada com as **PESSOAS** que tornam possível a excelência da organização.

A sua principal função é a criação de capital social, potenciando a capacitação e participação dos colaboradores, enquanto cidadãos activos da Comunidade, contribuindo assim para a Sustentabilidade dos Indivíduos, das suas Famílias e das suas Comunidades referenciais.

Responsabilidade Ambiental

Este componente está identificado com a necessidade de estabelecer e manter equilíbrios entre o negócio e **a Natureza**. O seu objectivo é assegurar a mínima externalidade negativa, assegurando através da eco-eficiência a gestão racional dos recursos, vital para o equilíbrio energético entre a organização e o meio, para benefício das gerações presentes e futuras.

Negócio/Comércio Sustentável

Este é o pilar vital para a empresa sustentável, configuradora da sociedade, produtora de bens e serviços, reduzindo a improdutividade e as externalidades negativas da sua performance económica.

É através deste componente que se produz o intercâmbio mais forte entre a empresa e o seu meio envolvente, sendo o seu principal objectivo assegurar a competitividade futura através da criação de equilíbrio ao longo de toda a cadeia de valor.

OS STAKEHOLDERS E O SEU ENVOLVIMENTO NO MODELO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Os stakeholders, tal como estão representados no modelo, encontram-se em permanente intercâmbio de informação e conhecimento, entre si e com a organização, influenciando assim as suas esferas de interesses e capacidade de acção dos distintos actores.

O movimento dos distintos stakeholders é centrípeto em relação à organização, materializado em exigências (pressões, boicotes, …) e reconhecimento (reputação).

Na perspectiva deste modelo, apesar de todos os stakeholders assumirem igual importância, destacamos o **Consumidor Responsável** como o principal alvo da organização.

Esta opção estratégica prende-se com o facto destes stakeholders terem o máximo interesse e a capacidade de influenciar directamente o desempenho e as decisões vitais da empresa ligadas ao seu core business.

Por **Consumidor Responsável** entendemos aquele indivíduo ou colectivo que detêm a informação suficiente e o interesse explícito de actuar a favor do desenvolvimento integrado da comunidade, premiando o esforço das organizações responsáveis, através da criação de valor real de negócio.

O processo dinâmico de envolvimento dos stakeholders, com a exigência de integração que o modelo demonstra, implica a compreensão das disitintas partes interessadas na sua multiplicidade de papéis quando se relacionam com a organização.

O compromisso de corresponsabilização de todos para o desenvolvimento sustentável, através da comparticipação na criação de valor a longo prazo, fundamentado na transparência e confiança, implica o assumir de/por todos os stakeholders como consumidores responsáveis e cidadãos participativos, para o desenvolvimento integrado das comunidades e para o bem comum.

Delta

Relatório de Sustentabilidade 2003/2004

07. Indepedent Assurance Statement

Ser cada vez melhor

Delta® CAFÉS

07 Indepedent Assurance Statement

A nova realidade empresarial é caracterizada por uma pressão crescente que vai além do puramente financeiro e empresarial.

É neste contexto que a Delta Cafés, SGPS tomou a decisão de partilhar de forma efectiva não só os indicadores de informação financeira a curto prazo, mas também informação da gestão estratégica, através do desenvolvimento sustentável, aos seus grupos de interesse.

O **CIES Empresa Social SL**, actuou como parte externa independente, responsabilizando-se como parceiro, em estreita colaboração com a direcção da Corporate Sustainable Development da Delta Cafés, SGPS, pelo desenho da metodologia própria para a realização deste primeiro Relatório de Sustentabilidade, correspondente ao exercício económico de 2003.

O CIES corrobora que a Delta Cafés, SGPS apresenta no seu Relatório de Sustentabilidade os aspectos e os indicadores mais relevantes do seu funcionamento, correlacionados com os seus accionistas, colaboradores, parceiros comerciais e sociedade em geral.

Trata-se de um documento evolutivo onde se apresenta os progressos alcançados durante 2003 e os objectivos propostos para 2004, no âmbito da Corporate Governance, Qualidade, Saúde e Segurança, Segurança Alimentar, Responsabilidade Ambiental, Responsabilidade Social e o compromisso com o Projecto Sustentabilidade nas Origens.

O **CIES** identificou que a empresa Novadelta, S.A. desenvolveu um número maior de indicadores, em comparação com as restantes empresas que constituem a Delta Cafés, SGPS.

Tendo em conta a função configuradora da Novadelta, S.A. e que estes indicadores permitem uma melhor informação estratégica sobre a performance das empresas e a sustentabilidade económica do negócio, o CIES incentiva os gestores das outras unidades de negócio a construir, desenvolver e avaliar indicadores de evolução para o desenvolvimento sustentável de todo o grupo.

Este primeiro Relatório de Sustentabilidade é uma base de trabalho projectada no futuro, com o objectivo de poder envolver as partes interessadas e comunicar anualmente a evolução dos pilares da sustentabilidade económica, ambiental e social da Delta Cafés, SGPS.

Professora Doutora Isabel Vidal
CIES Empresa Social SL - Barcelona

Agradecimentos

Agradecemos o envolvimento e a dedicação de todos para a realização e publicação deste primeiro Relatório de Sustentabilidade 2003--2004 da Delta Cafés, SGPS.

Com o objectivo de potenciar o dialogo com os nossos stakeholders, desde já convidamos todos a participar no nosso processo de melhoria contínua enviando as suas sugestões e comentários para:

Contactos

Corporate Sustainable Development
João Carvalho – CSD@delta-cafes.pt

Conselho para o Desenvolvimento Sustentável
Cláudia Contenda – CODES@delta-cafes.pt

Qualidade e Segurança Alimentar
Catarina Pires – Qualidade@delta-cafes.pt

Segurança e Saúde
Cistina Lages – HST@delta-cafes.pt

Responsabilidade Ambiental
Ana Pires – Ambiente@delta-cafes.pt

Responsabilidade Social
João Carvalho – RSocial@delta-cafes.pt

Herdade das Argamassas
7370 Campo Maior
Portugal
Tel.: +351 268 680 000
Fax: +351 268 688 961

B barbieri
Criação, Execução Gráfica e Produção

Delta
CAFÉS