



RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE
2009





www.delta-cafes.pt



PRODUTORES DE CAFÉ E OUTROS FORNECEDORES

Compras no valor de 185.7 milhões de euros

FORNECEDORES LOCAIS

30% das compras realizadas a fornecedores locais

ESTADO

Subsídios no valor de 53.3 mil euros

COMUNIDADE

36 mil visitantes 2008/2009

Esta Informação é referente ao ano 2009

{ LIGADOS DE VERDADE }

N.º DE DEPARTAMENTOS PORTUGAL
22 departamentos

N.º DE DEPARTAMENTOS ESPANHA
15 departamentos

N.º DE VEÍCULOS PESADOS
37 viaturas

N.º DE VEÍCULOS LIGEIROS
862 viaturas

TÉCNICOS DE ASSISTÊNCIA
212 técnicos

TON. CAFÉ VENDIDO
22.169 toneladas

VENDAS
275.2 milhões de euros

COLABORADORES
1.746 colaboradores

ORIGENS DO CAFÉ

- Adopção dos Principais Orientados de Negócio.
- Promoção da Biodiversidade.
- Desenvolvimento económico e social das comunidades locais, através da compra de Café de comércio justo.
- Incentivo a uma cultura cafeira responsável em Angola, apostando na capacitação dos Produtores.

TRANSFORMAÇÃO DO CAFÉ

- Optimização do consumo de recursos.
- Sistema de gestão integrada que incorpora qualidade alimentar, ambiente, saúde, segurança e responsabilidade social.
- Tratamento e optimização de tratamento dos resíduos.

COMERCIALIZAÇÃO DO CAFÉ

- Gama de produtos e serviços alargada, com personalização à medida das necessidades dos clientes.
- Vários canais de comunicação: contacto com a equipa comercial, assistência técnica, linha de atendimento ao cliente, site, revista DeltaMagazine.
- Apoio à modernização do sector da restauração.
- Promoção do consumo sustentável (biológico, comércio justo e origens com Rainforest Alliance).

ESTADO

Impostos pagos no valor de 6.9 milhões de euros

COMUNIDADE ONG'S

Doações financeiras no valor de 1.4 milhões de euros e ofertas no valor de 4.2 milhões de euros

COLABORADORES

Custos com salários e benefícios no valor de 50.8 milhões de euros

FORNECEDORES COLABORADORES COMUNIDADE ESTADO

Custos operacionais no valor de 205.3 milhões de euros

PRINCIPAIS PAÍSES PRODUTORES

Brasil
Vietname
Uganda
Índia
Colômbia
Costa Marfim

Camarões
Guatemala
Laos
Honduras
Nicaragua
Costa Rica

PRINCIPAIS PAÍSES PARA ONDE EXPORTAMOS

Espanha
Cabo Verde
França
S. Tomé e Príncipe
Reino Unido
África do Sul
Holanda
Marrocos
Bélgica
Brasil
Luxemburgo

Andorra
EUA
Macau
Alemanha
Austrália
Suíça
Polónia
Angola
Moçambique
Canadá

{ MUNDO
DELTA }

ÍNDICE

01	Mundo Delta	50	4.3. – Eco-Inovação:
04	Perfil do Relatório	50	4.3.1 – Missão Reciclar Máquinas
06	01. Um Mundo de Rosto Humano	51	4.3.2 – Reciclagem de Cápsulas
09	Carta do Presidente do Conselho de Administração	52	4.3.3 – Delta Tejo
10	Missão e Valores	52	4.4. – Inovação Social
12	Gestão de Rosto Humano	53	4.4.1 – Associação Coração Delta
19	Criação de Valor Sustentável	54	4.4.1.1 – Centro Educativo Alice Nabeiro
23	Ligados de Verdade	55	4.4.1.2 – Manual de Empreendedorismo – Ter Ideias para mudar o Mundo
26	02. Os Compromissos da Delta	55	4.4.1.3 – Eco-Escolas
28	1. A Sustentabilidade nas Origens	56	4.4.1.4 – Serviço de Intervenção Precoce e Serviço de apoio ao Desenvolvimento de Crianças e Jovens
28	1.1. – Comércio Justo	57	4.4.1.5 – Voluntariado “Um Coração Chamado Delta”
30	1.2. – Origens Seleccionadas Delta	59	4.4.1.6 – Prémio Parcerias em Saúde do Hospital do Futuro – Ouvir o Alentejo
32	2. A Qualidade	59	4.4.1.7 – Empreendeder com Tecnologia EX.I.T.E.
33	2.1. – Política de sugestões e reclamações	60	4.4.2 – Protocolo com Ministério da Justiça
33	2.2. – Segurança Alimentar	60	4.4.3 – “Tempo para dar”
34	3. A Eco-eficiência	61	4.4.4 – Fábrica dos sonhos
34	3.1. – Gestão Ambiental na Delta Cafés	61	4.4.5 – Missão Poppy
34	3.1.1 – Rede de Embaixadores da Sustentabilidade e Jovens auditores	62	4.4.6 – Vaca Paca
38	3.1.2 – Energia e Emissões CO ₂	62	4.4.7 – Fundação dos Jovens e do Desporto
38	3.1.3 – Consumo Água	62	4.4.8 – AISEC
38	3.1.4 – Efluentes	62	4.4.9 – Campanhas de sensibilização e comunicação promovidas nas saquetas de açúcar Delta
38	3.1.5 – Resíduos	64	5. Ligados de Verdade
40	3.2. – Alterações Climáticas e Biodiversidade	64	5.1. – Garantir sorrisos nos Rostos Delta
40	3.2.1 – A Comunicação do Planeta Delta	64	5.1.1 – Modelo de Gestão de Recursos Humanos
40	3.2.2 – Cátedra Biodiversidade Rui Nabeiro / Delta Cafés	64	5.1.1.1 – Caracterização dos Sorrisos Delta
41	3.2.3 – Projecto INOVADÂES	69	5.1.1.2 – Política de Formação
42	4. A Inovação Responsável – Uma Marca de Confiança	72	5.1.1.3 – Política de Saúde, Segurança e Higiene
43	4.1. – Inovação de Produto	73	5.1.1.4 – Regalias e Benefícios Sociais
43	4.1.1 – Delta Q, o café dos cafés	73	5.1.2 – Crescer com Orgulho
44	4.1.2 – Máquina Qosmo	74	5.1.3 – Convenção “Todos Somos Delta”
45	4.1.3 – Red Q	74	5.2. – Os nossos Parceiros
45	4.1.4 – Ice Coffee		
45	4.1.5 – Café & Saúde		
46	4.2. – Inovação de Serviço	76	03. Desafios Futuros
48	4.2.1 – Escola Baristas Grão Mayor	81	Tabela GRI
49	4.2.2 – Convenção para clientes na Universidade Católica	91	Pedido de feedback

RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE
2009

UM MUNDO DE ROSTO HUMANO.



PERFIL DO RELATÓRIO

ÂMBITO

Este é o quinto Relatório de Sustentabilidade da Delta Cafés SGPS, o qual reporta as principais actividades, projectos e dados relevantes, bem como os principais indicadores de desempenho da Delta Cafés, no período compreendido entre 1 de Janeiro de 2008 e 31 de Dezembro de 2009. O Relatório de Sustentabilidade da Delta Cafés SGPS – Um Mundo de Rosto Humano, visa responder às expectativas das partes interessadas e demonstrar a forma como a Sustentabilidade está incorporada no negócio.

O âmbito deste Relatório abarca as empresas da Delta Cafés SGPS. As excepções a este âmbito estão assinaladas ao longo do texto, através do destaque das empresas que possuem as práticas e resultados reportados.

Relativamente ao último relatório verificam-se as seguintes alterações na estrutura organizacional: a Manuel Rui Azinhais Nabeiro, Lda passou a partir de 2008 a incorporar o negócio Belissimo e em 2009 foi incorporada a empresa Novadelta France na Delta Cafés SGPS, a qual irá assegurar a distribuição dos produtos do Grupo Nabeiro no mercado francês sendo que no futuro de posicionara como plataforma para os negócios da Delta Cafés na Europa Central.

Quanto à estrutura accionista, não se registaram alterações desde a publicação do Relatório de Sustentabilidade Delta 2007.

Não se verificaram alterações significativas na metodologia de reporte, nem na definição de bases de cálculo que afectem significativamente a comparabilidade da informação reportada com o anterior relatório.

FREQUÊNCIA

A Delta tem vindo a publicar relatórios de sustentabilidade com um intervalo de 2 anos, sendo que o último relatório publicado reporta aos anos 2006-2007.

O presente Relatório de Sustentabilidade – Um Mundo de Rosto Humano, divulga os dados de desempenho referentes a 2008 e 2009, apresentado os desafios da gestão para 2010-11.

LINHAS ORIENTADORAS

Na elaboração do Relatório de Sustentabilidade – Um Mundo de Rosto Humano, foram seguidas as directrizes da 3.ª geração para a elaboração de relatórios de sustentabilidade, da Global Report Initiative (GRI), tendo obtido o nível B +.

O processo de identificação dos assuntos com maior materialidade foi realizado através da resposta aos compromissos assumidos anteriormente, da auscultação às partes interessadas e da percepção do Comité da Sustentabilidade sobre os temas com maior relevância de acordo com o *feedback* recebido.

O Comité da Sustentabilidade identificou os grupos e sub-grupos de partes interessadas envolvidas na actividade da Delta Cafés, os quais foram classificados de acordo com os critérios de impacto e interesse, numa óptica de relação bilateral entre a empresa e as suas principais partes interessadas. Com base nos critérios de responsabilidade, influência/impacto, dependência, representatividade e alvo de políticas e estratégia foram identificadas as partes interessadas que estiveram na base da auscultação.

A auscultação das partes interessadas foi realizada através de inquéritos enviados por email e correio. Neste processo, foram enviados 185 inquéritos e recebidos 75 respostas.

VERIFICAÇÃO DE DADOS

De forma a assegurar a fiabilidade dos dados reportados e o cumprimento das linhas orientadoras definidas pela GRI, o presente relatório foi verificado por entidade externa e independente à empresa. Os valores apresentados são assim alvo de uma verificação que permite validar a veracidade dos dados.

Os dados financeiros que constam do relatório, foram verificados no âmbito da auditoria externa financeira anual às contas das empresas englobadas na Delta Cafés SGPS.



01

UM MUNDO DE ROSTO HUMANO



CARTA DO PRESIDENTE

A Delta Cafés aposta num modelo de negócio responsável, sustentável assente na criação e partilha de valor com as partes interessadas.

A era do desenvolvimento global permite uma maior proximidade entre as pessoas, o que facilita e favorece, indubitavelmente, a concretização das estratégias delineadas aos mais variados níveis.

Como agentes de mudança, temos a responsabilidade de dar um rosto a este processo e a nossa aposta deve passar pela mudança do conceito Desenvolvimento.

O conceito de Desenvolvimento Sustentável, tem sido debatido e utilizado pelos mais variados agentes sociais e sob as mais variadas perspectivas, na maioria dos casos, visto como um caminho possível para a criação de uma nova racionalidade económica, capaz de responder eficazmente, às problemáticas sócio-ambientais geradas pelos actuais modelos de desenvolvimento.

A Delta Cafés aposta num modelo de negócio responsável, sustentável assente na criação e partilha de valor com as partes interessadas.

Há muito que a nossa acção e a nossa atitude são determinadas por um conjunto de valores. Assumimos claramente um “mundo de valores” – os nossos princípios orientam toda a atitude e comportamento da nossa empresa.

No mundo global em que vivemos, fortemente concorrencial, o factor humano, as pessoas, tornaram-se no vector central de desenvolvimento.

Desta forma, a Delta assume-se como um espaço de socialização e uma plataforma de aprendizagem. Por isso mesmo, a nossa empresa, há muito, que aposta na formação contínua dos seus colaboradores, na inovação dos métodos e no empreendedorismo. Prova deste compromisso é a continuação da actividade do Centro de Formação Comendador Rui Nabeiro, fundado em 2005, são as parcerias firmadas com a Universidade de Évora, o Instituto Politécnico de Portalegre e a Universidade de Católica, que oferecem aos colaboradores mestrados e programas avançados em gestão, gestão estratégica e outras formações especializadas relevantes para a nossa actividade.

Continuamos determinados em acompanhar os pequenos produtores de café, formando-os, assegurando dentro do possível a sua autonomia, doando-lhes equipamento indispensável para a plantação e colheita, sem descurar noções básicas sobre o impacto ambiental. Obviamente, os países produtores de café continuam a ser uma das nossas grandes preocupações e apostas. A comunicação que agora apresentamos, reflecte, o nosso esforço pela produção e comercialização justa do produto.

Com este relatório pretendemos também partilhar a nossa premente preocupação com a natureza e a biodiversidade. Conhecemos o lugar que ocupamos na sociedade e temos a clara noção das nossas responsabilidades.

Um futuro sustentável só é possível se o progresso respeitar o meio ambiente que nos rodeia. Quando se inova deve-se, em primeiro lugar, equacionar os impactos que os avanços conseguidos poderão ter na Natureza. É fundamental minimizá-los, se possível, evitá-los.

A criação de novos conceitos, serviços e produtos tem também em consideração o cumprimento das metas ambientais que estabelecemos. Para tal, existem hoje novas tecnologias e ferramentas com as quais todos nós podemos contar e explorar em prol da promoção do meio ambiente como valor a defender.

Os resultados alcançados na adopção de pequenas práticas diárias como o uso responsável da frota automóvel ou a reutilização de materiais são contributos importantes que um grupo como o nosso pode conceder à sociedade e à protecção do meio ambiente.

Acreditamos ser possível olhar para o futuro de forma optimista, sabendo que mais tarde ou mais cedo, vamos todos sentir a necessidade de reflectir sobre a herança que queremos deixar às gerações futuras.

Todos nós, somos responsáveis por alterar comportamentos e devemos assegurar que assim seja!



Rui Nabeiro

Rui Nabeiro
Presidente
do Conselho da Administração

MISSÃO E VALORES

Testemunho do Administrador João Manuel Nabeiro

Gostaria de partilhar convosco um acontecimento muito importante para a nossa organização, a realização da primeira Convenção de Vendas Ibérica realizada em Badajoz, em Janeiro de 2009, para cerca de 700 companheiros de trabalho, sob o lema “Todos Somos Delta”, onde foi enaltecida a importância de todas as Pessoas, mais concretamente a Grande Família Delta.

De facto, são as pessoas e não as coisas, o centro vital do Grupo Nabeiro. De modo que o tema, e desde logo a sua formulação, aponta exactamente para o coração: o coração DELTA. Todo o organismo, todo o edifício, que este Grupo – verdadeiramente, esta Marca... é, têm o seu suporte neste pilar indestrutível que é as pessoas. Todos juntos e bem articulados constituímos o alicerce forte, poderoso, que é esta Marca, cuja força tem aqui o seu segredo.

Julgo ser oportuno citar um pensamento de Santo Agostinho, uma das figuras mais luminosas da nossa civilização e cultura. “Os homens deixam as suas terras para se maravilharem com a altura das montanhas, com as enormes ondas do mar, com a extensão dos rios, com a vastidão dos oceanos, com o movimento circular das estrelas; e passam por si próprios sem se maravilharem.” Maravilhou-me este pensamento, que brotou do espírito deste homem, há mais ou menos mil e seiscentos anos, na passagem do século IV para o século V desta nossa era cristã. Em síntese: o homem olha a partir de si para o que fica fora de si, para o que lhe é exterior, e não olha para si, que é o que tem de melhor para começar a olhar.

Este pensamento é perfeitamente intemporal, pois hoje sabemos que nesta “Era do Conhecimento” o sucesso sustentado das empresas depende cada vez mais da qualidade e mobilização do seu capital humano, principalmente neste momento particular, em que se atravessa um período crítico no caminho do desenvolvimento sustentável.

Hoje mais que nunca é necessário estarmos unidos em torno dos nossos valores, para que estes nos inspirem de forma responsável nos desafios futuros das nossas organizações. Por isso desenhamos e desenvolvemos em comunhão com todas as partes interessadas este testemunho da família Delta – Um Mundo de Rosto Humano.

Obrigado

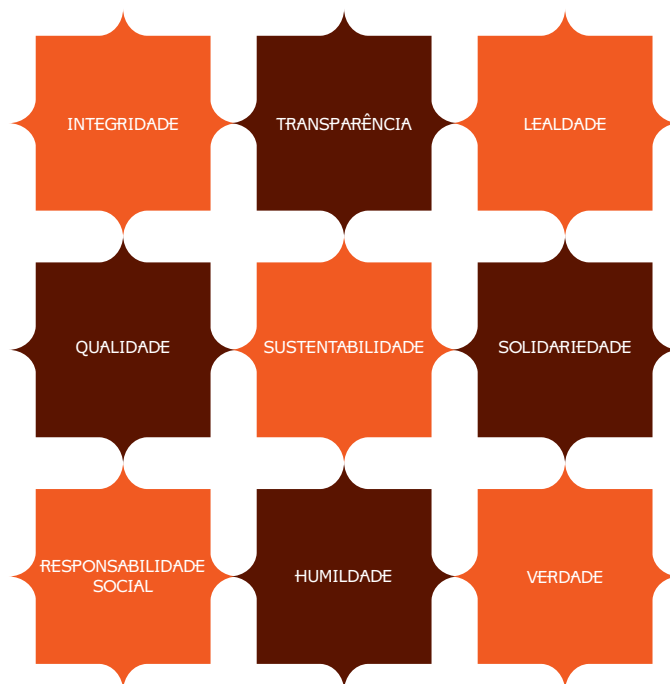
João Manuel Nabeiro
Administrador

A MISSÃO

A missão da Delta Cafés, ao longo dos tempos, tem sido corresponder às exigências reais dos clientes/ mercados com vista à satisfação total e fidelização dos consumidores através de um modelo de negócio responsável assente na criação e partilha de valor com as partes interessadas.

Desde o seu aparecimento que o Grupo Nabeiro pauta a sua acção por um determinado conjunto de valores: o mundo de valores do Grupo Nabeiro. Este mundo é assumido por todos os colaboradores ao serviço da empresa. E este mundo comanda todo o comportamento da empresa.

OS VALORES DA DELTA:



A aplicabilidade do mundo de valores do Grupo está traduzido de forma clara para todas as partes interessadas, através dos nossos princípios, códigos e políticas. É importante referir que todos os nossos colaboradores têm disponível o código de ética que rege e define o comportamento aceitável de um colaborador Delta.

PRINCÍPIOS ORIENTADORES DO NEGÓCIO

A Delta Cafés não é partidária de benefícios imediatos que comprometam o desenvolvimento sustentável da empresa e da comunidade. No entanto, reconhece a necessidade de assegurar um retorno sustentável, a longo prazo, para garantir o cumprimento das expectativas das partes interessadas, através de um processo de inovação e investimento responsável.

Assegura uma contribuição pró activa para a criação e sustentabilidade de “Comunidades Competitivas”, através da dinamização de parcerias e redes de desenvolvimento.

Partilha os princípios explícitos no Pacto Global das Nações Unidas que pauta o desenvolvimento da sua actividade por práticas transparentes, íntegras e solidárias com todas as partes interessadas e espera a mesma atitude dos seus parceiros. Apoia plenamente os princípios contidos no Pacto Global, em matéria de Direitos Humanos. Deste modo, a Delta promove o respeito pelos Direitos Humanos como um critério formal no processo de criação de valor e na tomada de decisão de investimento e/ou aquisições, assegurando que os seus parceiros comerciais não são cúmplices em violações de Direitos Humanos.

A publicação do Relatório e Contas da Delta Cafés assegura a divulgação a todas as partes interessadas de informações relevantes sobre a empresa, nomeadamente, no que respeita à situação financeira, desempenho e investimentos. Simultaneamente, procede anualmente, a auditorias externas por auditores independentes, de modo a oferecer garantias externas e objectivas a todas as partes interessadas de que as demonstrações financeiras reflectem correctamente a posição financeira e o desempenho da empresa.

A Delta Cafés espera que os colaboradores e parceiros comerciais, respeitem os interesses da organização, no que diz respeito a práticas de suborno, corrupção e favorecimento a entidades públicas.

É uma empresa centrada nos seus clientes/consumidores, procurando contribuir de forma activa para a criação de valor no negócio dos clientes. Para tal, aposta na investigação e no desenvolvimento de produtos e serviços com maior valor acrescentado, procurando o equilíbrio económico, social e ambiental.

Promove uma política de comunicação informativa, respeitando os princípios da transparência, da qualidade de informação relacionada com os produtos, serviços, rotulagem e conteúdos promocionais, promovendo a emergência do “Consumo Responsável”.

O modelo de gestão de Rosto Humano valoriza a capacidade empreendedora e o “espírito de melhoria contínua” das partes interessadas. Neste sentido, colabora com os fornecedores, parceiros comerciais, universidades e Organizações não Governamentais, com vista ao aperfeiçoamento contínuo dos produtos e serviços, desenvolvendo tecnologias e procedimentos com o objectivo de aumentar a competitividade da cadeia e orientando a organização para a inovação responsável.

Os seus colaboradores são o activo mais valioso da empresa, assim sendo, aposta nas condições laborais, nomeadamente na Higiene e Segurança; no desenvolvimento profissional dos colaboradores, implementando programas integrados de formação contínua, promovendo a capacitação e a promoção de talentos; potencializando uma melhor conciliação entre a actividade profissional e a vida familiar; e incentivando o envolvimento de todos os colaboradores no desenvolvimento sustentável do grupo e da comunidade.

Conscientes que o comércio sustentável é um meio fundamental para integrar as economias e combater as assimetrias entre as diferentes regiões do mundo e permitir uma distribuição mais justa e equitativa da riqueza, a Delta Cafés defende a celebração de protocolos com as ONG'S para o estabelecimento de parcerias e de redes de Comércio Sustentável, as quais garantam o pagamento de um preço justo ao produtor, apoiem projectos de capacitação dos produtores e fomentem a sustentabilidade ambiental, promovendo práticas amigas do ambiente e de protecção do território.

O seu compromisso com o ambiente traduz-se na estimulação de um Crescimento Económico Sustentável, apostando na eco – inovação para minimizar os impactes ambientais, de forma a não comprometer os interesses das gerações futuras.

GESTÃO DE ROSTO HUMANO

A cultura organizacional da Delta está assente nos valores do seu fundador, o Comendador Rui Nabeiro, dando origem a uma empresa de rosto humano com uma gestão assente no diálogo, com as partes interessadas relevantes para o desenvolvimento da estratégia de sustentabilidade da organização e da marca.

A Delta conseguiu obter uma diferenciação inimitável ao longo do tempo, porque desde a sua fundação, desenvolveu

uma estratégia que incorporou as necessidades das partes interessadas, dando origem a um sistema de gestão de rosto humano que se caracteriza pelo diálogo, inovação responsável, formação e aprendizagem contínua.

A Delta Cafés SGPS é a holding do Grupo Nabeiro para a área dos cafés. O Grupo Nabeiro/Delta Cafés é constituído por 22 empresas e está presente em 7 ramos de actividade.

DELTA CAFÉS SGPS, S.A.

NOVADELTA, S.A.

TORREFACÇÃO DE CAFÉ
Constituição: 15/06/84

MANUEL RUI AZINHAIS NABEIRO, LDA.

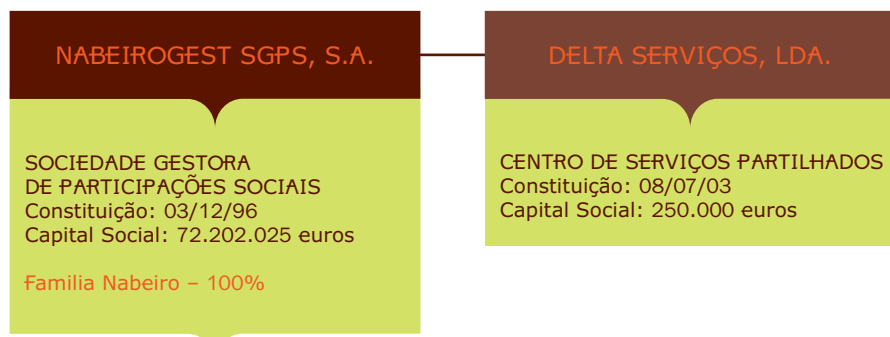
COMÉRCIO ALIMENTAR DE CAFÉ
Constituição: 12/01/79

DELTA CAFÉS MADEIRA, S.A.

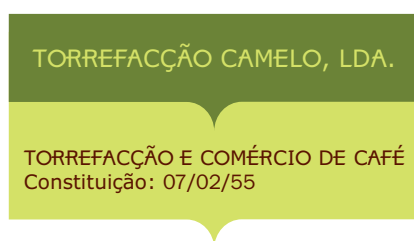
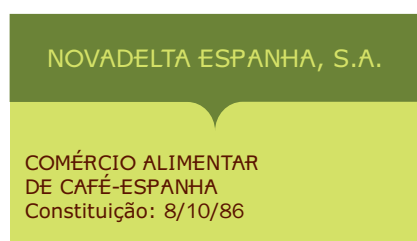
COMÉRCIO ALIMENTAR DE CAFÉ
Constituição: 19/06/95

ANGONABEIRO, LDA.

TORREFACTOR DE CAFÉ - ANGOLA
Constituição: 13/05/98



Capital Social: 60.014.370 euros | Constituição 16/12/02 | Nabeirogest SGPS, S.A.



MODELO DE GOVERNO DELTA CAFÉS SGPS

ÓRGÃO

Conselho de Administração

A administração é responsável pela gestão estratégica e operacional da empresa.

Assembleia Geral

A assembleia geral, constitui o meio idóneo para a obtenção das deliberações sociais que orientam a vida da sociedade, ditando os seus comportamentos

Conselho Fiscal

Supervisão fiscal e financeira, das contas da empresa

Verificação e Auditoria externa

Verificação e Auditoria independente das contas da empresa

COMPOSIÇÃO

Manuel Rui Azinhais Nabeiro (Presidente Conselho Administração)

João Manuel Gonçalves Nabeiro (Administrador)

Helena Maria Gonçalves Nabeiro (Administradora)

Mesa da Assembleia Geral:

Presidente: Alice do Carmo B. Gonçalves Nabeiro

Secretário: António Miguel Paralta Ribeiro

Fiscal Único

Reinaldo Soares, Rogério Coelho & José Jacob, SROC 162

Suplente: Luís Marques Granja

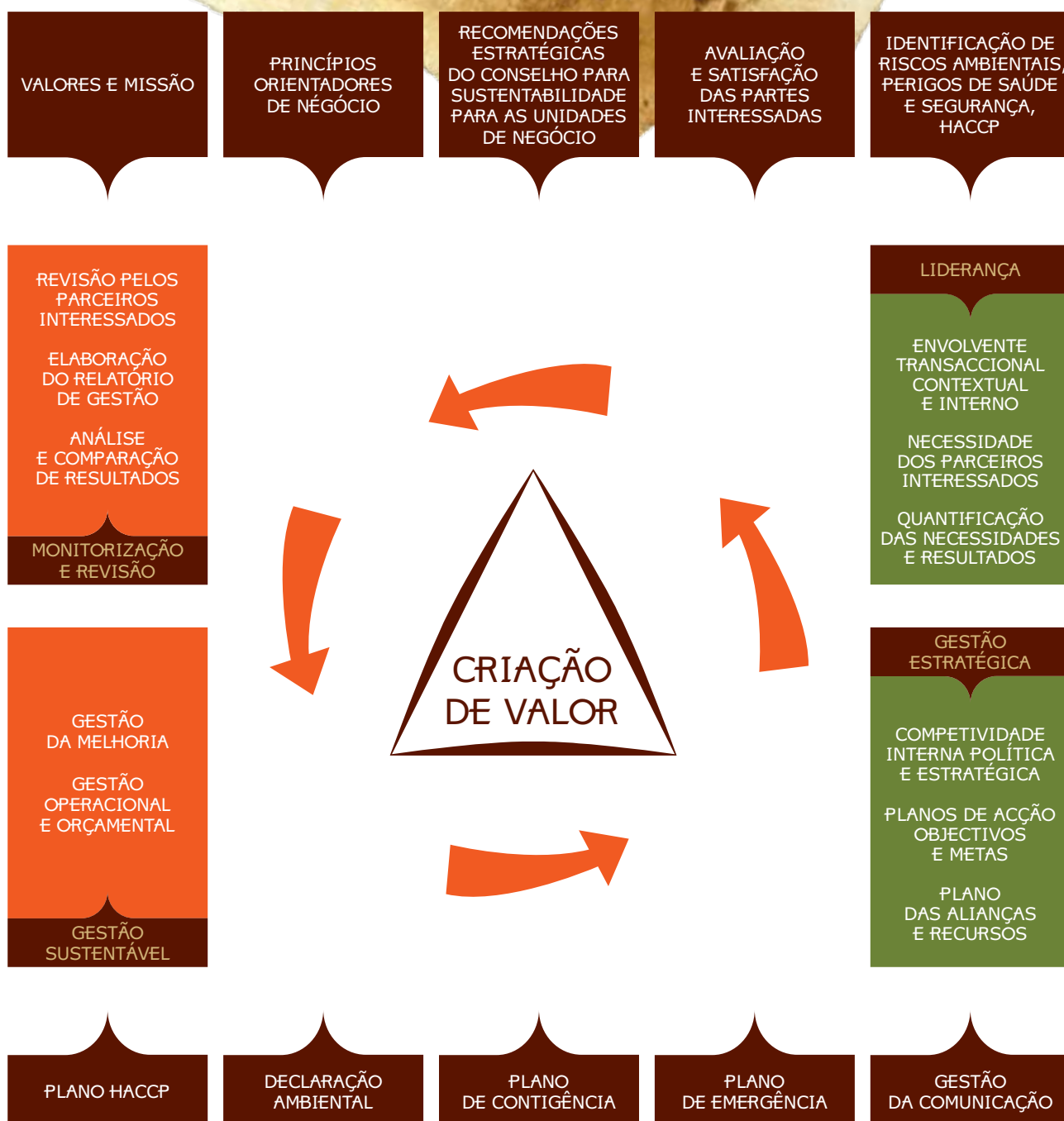
Ernst & Young

A espiral difusora de valor para todos as partes interessadas é o motor que assegura a competitividade e a sustentabilidade da Delta Cafés, pois o envolvimento de todos na gestão organizacional permite descodificar um contexto cada vez mais complexo e interdependente e definir um rumo e objectivos em consonância com as necessidades de todos os parceiros nas fases do ciclo de vida do café.

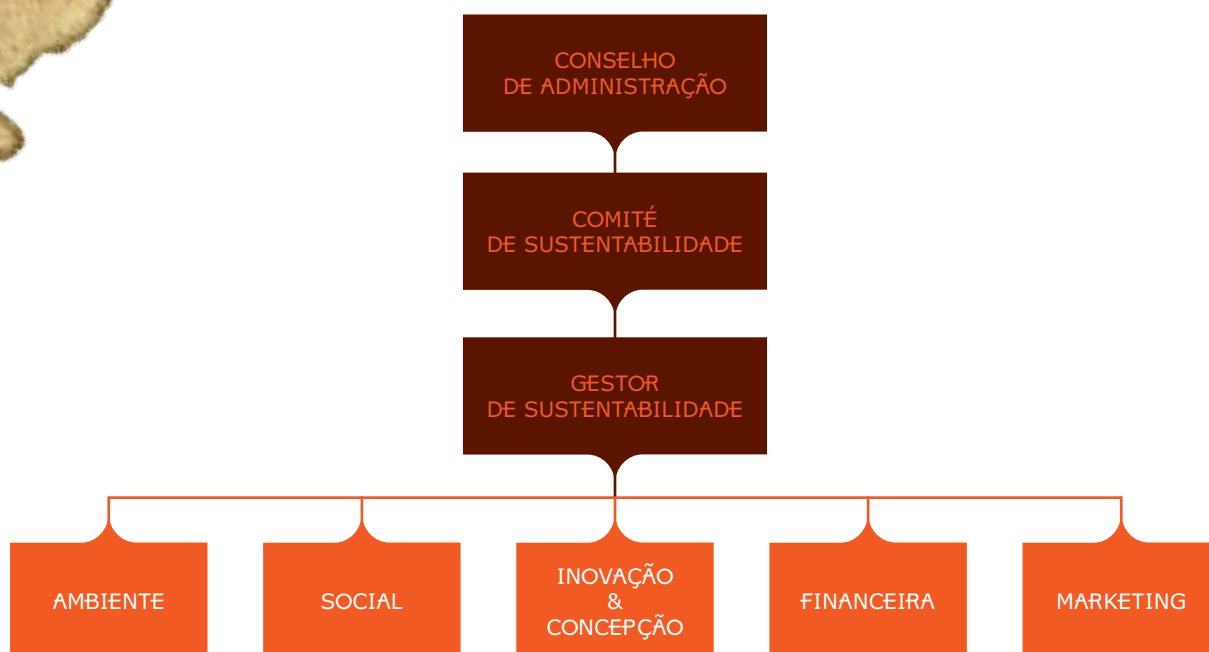
O sistema de gestão da Delta Cafés esta baseado na pluralidade de interesses e assente numa rede de conhecimento aberta que permite uma motivação convergente, assegurando a criação de valor para todos as partes interessadas.

Um dos mecanismos que favorece a criação de valor da Delta de forma sustentada é a cultura familiar enraizada desde a sua fundação. A vantagem da Cultura Delta, é a proximidade entre, Clientes, Colaboradores, Fornecedores, Administração, e restantes partes interessadas. O Conselho de Administração é constituído pela família Nabeiro e estão representados os accionistas da Delta Cafés, fomenta o relacionamento próximo entre a Administração e Colaboradores em todas as hierarquias na empresa. Esta proximidade está visível pelo sistema de gestão integrado, as reuniões periódicas e como não podia deixar de ser face à cultura Delta, a informalidade nas relações e contactos diários entre colaboradores e Administração.

CRIAÇÃO DE VALOR SUSTENTÁVEL



GESTÃO DA SUSTENTABILIDADE



De forma a agilizar o processo de decisão e facilmente operacionalizar os projectos e acções pretendidas a Delta Cafés fez cessar as funções e responsabilidades do CODES (Conselho para o Desenvolvimento Sustentável) e desenvolveu um novo modelo de Gestão da Sustentabilidade.

O CODES era o grupo multidisciplinar que agrupava todas as partes interessadas da Delta Cafés e deu origem a dois órgãos diferentes: o Comité de Sustentabilidade e a Equipa da Sustentabilidade da Delta.

O Comité, é constituído pelas Direcções de Sistemas Integrados, Sustentabilidade, Marketing, I&D, Financeiro, Recursos Humanos, Coração Delta e representante dos trabalhadores da Delta Cafés. Este comité é constituído por 12 elementos e reúne-se de três em três meses, no sentido

de aprovar a estratégia de Sustentabilidade da Delta Cafés, os objectivos a monitorizar e o respectivo desempenho. O presidente do Comité, o Director Geral da Delta Cafés, é o responsável pela comunicação e interacção com a Administração. A Equipa é constituída por seis elementos e é responsável pela gestão da sustentabilidade da Delta. A Equipa pode convocar os membros do Comité caso seja necessário intervir numa área específica ou constituir equipas multidisciplinares com o Comité de Sustentabilidade.

A gestão de rosto humano da Delta assenta no ser humano e tem como premissa o diálogo apostando na criação de parcerias, em redes de conhecimento e valor, que integram todas as partes interessadas, conseguindo desta forma agilizar os processos de mudança necessários para enfrentar a complexidade acrescida dos novos desafios da sociedade.

COMPOSIÇÃO DO GOVERNO DA SUSTENTABILIDADE DA DELTA CAFÉS

ÓRGÃO	MEMBROS	FUNÇÕES	REÚNE
Presidente do Comité de Sustentabilidade	Director Geral	Aprovação das linhas estratégicas com a Administração.	Aprovação Anual
Comité da Sustentabilidade	Direcção Financeira, Direcção Sistemas Integrados, Direcção de Marketing, Direcção Recursos Humanos, Direcção do Coração Delta, Direcção de Inovação, Direcção Sustentabilidade Representante dos trabalhadores	Análise dos indicadores GRI, Benchmarks e outras análises relevantes. Construção das linhas mestres e objectivos estratégicos. Elaboração do Plano de acção.	Trimestral
Gestor da Sustentabilidade	Director da Sustentabilidade	Acompanha a implementação do Plano de acção. Convoca as Reuniões. Coordena a gestão da sustentabilidade corrente.	Acompanhamento diário
Equipa da Sustentabilidade	Direcção Financeira, Direcção Sistemas Integrados, Direcção de Marketing, Direcção Recursos Humanos, Direcção do Coração Delta, Direcção de Inovação, Direcção Sustentabilidade	Cada Responsável de área terá que implementar o plano de acção, monitorizar e reportar ao Gestor de Sustentabilidade.	Quinzenalmente

PARTES INTERESSADAS E RESPECTIVOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO

GRUPO DE PARTES INTERESSADAS	SUB-GRUPOS DE PARTES INTERESSADAS	CANAIS/INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO
INVESTIDORES	<ul style="list-style-type: none"> – Família Nabeiro 	<ul style="list-style-type: none"> – Reuniões regulares
CLIENTES/ /CONSUMIDORES	<ul style="list-style-type: none"> – Horeca – retalho – Grossista – Consumidor final 	<ul style="list-style-type: none"> – Linha de Atendimento – Feiras – Lojas – Site – Revista Deltamagazine – Inquéritos
COLABORADORES	<ul style="list-style-type: none"> – Conselho de Administração – Directores/Chefias – Comerciais – Técnicos – Administrativos – Operários 	<ul style="list-style-type: none"> – Reuniões regulares – Comissão dos trabalhadores – Portal Interno – Revista Deltamagazine – Inquérito ao clima organizacional
COMUNIDADE	<ul style="list-style-type: none"> – Comunidade (Campo Maior) – Comunidades onde o Grupo tem presença directa – Comunidades onde o Grupo tem presença indirecta 	<ul style="list-style-type: none"> – Linha de Atendimento – Visitas Centro Educativo Alice Nabeiro – Centro Internacional Pós-Graduação Comendador Rui Nabeiro – Site – Revista Deltamagazine – Relatório de sustentabilidade e Relatório & Contas
ESTADO	<ul style="list-style-type: none"> – Autarquia local – Autarquia regional – Institutos públicos/Ministérios 	<ul style="list-style-type: none"> – Carta – Reuniões
ONG's E INSTITUIÇÕES	<ul style="list-style-type: none"> – Saúde – Comunidade – Ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> – Reuniões – Protocolos – Projectos
FORNECEDORES	<ul style="list-style-type: none"> – Matérias primas – Matérias subsidiárias – Equipamentos – Produtos alimentares – Serviços – Economato e consumíveis 	<ul style="list-style-type: none"> – Princípios Orientadores de Negócio – Consultas de mercado – Relatório de Sustentabilidade e Relatório & Contas – Auditorias

Consulta às partes interessadas – a percepção dos nossos parceiros:

Em 2009, a Delta prosseguiu com as consultas abrangentes a todas as partes interessadas que se relacionam com o seu negócio. O critério para a priorização da consulta foi precisamente a importância que os colaboradores, organizações da comunidade, clientes e fornecedores têm para o negócio da Delta e a importância que o negócio da Delta tem para cada um dos seus parceiros.

Neste sentido, as partes interessadas consultadas fazem parte de uma amostra representativa do universo de parceiros da Delta Cafés.

Esta consulta teve um duplo objectivo de perceber as principais preocupações das partes interessadas e entender quais os assuntos relevantes que as partes interessadas gostariam de ver publicamente disponível.

Esta consulta permitiu a formulação dos desafios futuros para 2010/2011, recolher e organizar a informação que consubstanciam os principais aspectos a reportar no presente relatório de sustentabilidade.

PARTES INTERESSADAS CONSULTADAS

PARTES INTERESSADAS INTERNAS

Colaboradores
de todas as hierarquias

PARTES INTERESSADAS EXTERNAS

Organizações da
Comunidade, públicos
e privados; ONG's;
e Universidades
Clientes
Fornecedores

ASPECTOS QUE AS PRINCIPAIS PARTES INTERESSADAS GOSTARIAM DE VER SELECIONADAS:

PRINCIPAIS ASPECTOS QUE GOSTARIA DE VER REPORTADO

Compromissos formais claros para dois anos, assumido pela Administração

O ciclo de vida do café (das origens ao consumidor)

As empresas que fazem parte do Grupo Nabeiro

Apoios dados a causas sociais

SECÇÃO DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE QUE DÁ RESPOSTA

Desafios Futuros

Sustentabilidade nas Origens do Café

Um Mundo de Rosto Humano

Inovação Social

INFORMAÇÃO ADICIONAL

www.delta-cafes.pt
www.planetadelta.pt

www.planetadelta.pt

www.delta-cafes.pt

www.delta-cafes.pt

{ CRIAÇÃO DE VALOR }

UM CAFÉ POR TIMOR

Primeira empresa em Portugal
certificada SA 8000



LIDERANÇA
DE MERCADO

MUSEU DO CAFÉ

1ª CERTIFICAÇÃO
DA QUALIDADE
NO SECTOR DA
TORREFAÇÃO

ANGONABEIRO

Início do nosso compromisso
com as origens

2000 2002

1999

1998

1994

1986

1984

1981

1961

DELTA

RUI NABEIRO
CRIA A SUA PRÓPRIA
MARCA DE CAFÉS

NOVADELTA

Criação de uma
unidade de negócio
industrial

INTERNACIONALIZAÇÃO
NOVADELTA Espanha

Separação da actividade
comercial, que passou a ser
assegurada pela empresa
Manuel Rui Azinhais Nabeiro, Lda.

CRIAÇÃO DO CARTÃO
CLIENTE/DELTA CAFÉS



CERTIFICAÇÃO
DE PRODUTOS
PARA OS BLENDS

Delta Selecção Diamante
Delta Platina
Delta Ouro



LANÇAMENTO

- Marca Delta Q
- 1º Delta Tejo



ESCOLA DE BARISTAS GRÃO MAYOR



LANÇAMENTO

- Máquina Qosmo,
a 1ª máquina totalmente
portuguesa



2009

2008

2007

2005

CENTRO INTERNACIONAL
DE PÓS GRADUAÇÃO
COMENDADOR RUI NABEIRO

MASTER CAFÉ DELTA

ASSOCIAÇÃO CORAÇÃO DELTA



Coração Delta
ASSOCIAÇÃO DE SOLIDARIEDADE SOCIAL

CENTRO EDUCATIVO ALICE NABEIRO



ADEGA MAYOR



LANÇAMENTO - Red Q



INDICADORES

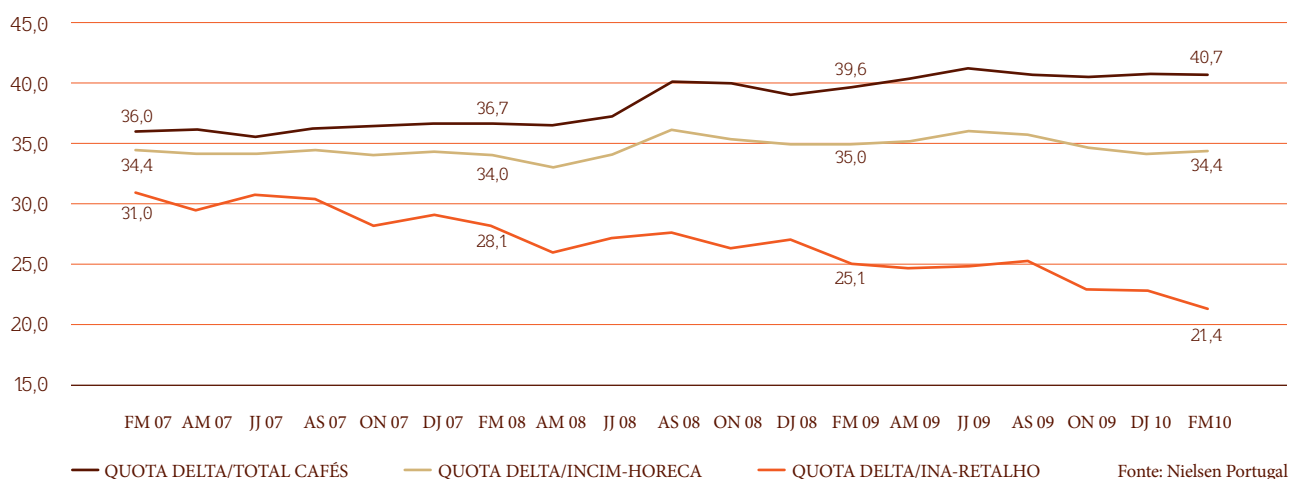
Valores em euros

INDICADORES ECONÓMICOS

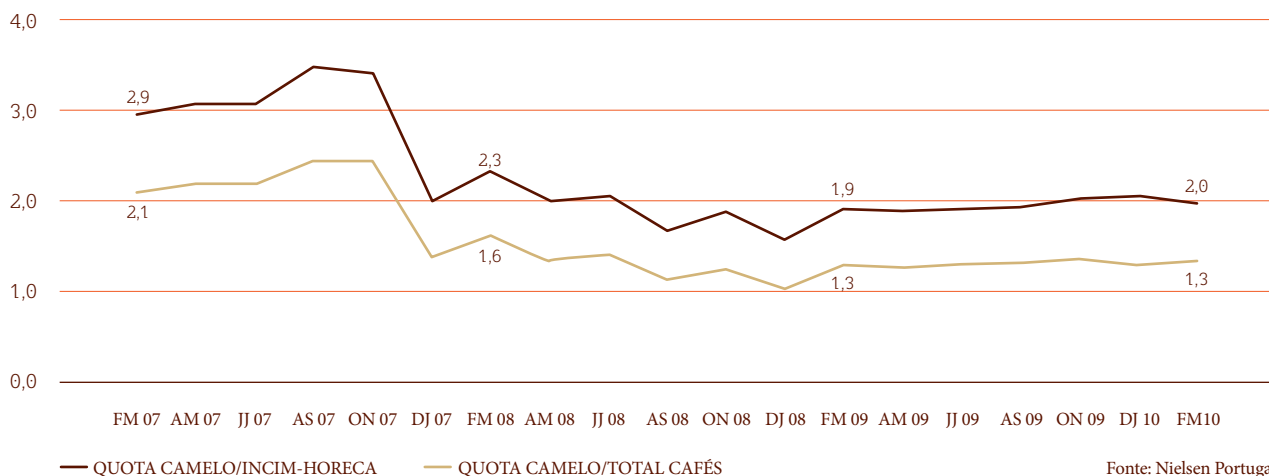
EC 1 - Valor económico directo gerado e distribuído

	2008	2009
Receitas	264.019.034€	275.204.551€
Valor económico distribuído	254.171.324€	266.949.455€
Custos operacionais	191.767.643€	205.289.410€
Salários e benefícios de empregados	48.884.129€	50.826.358€
Pagamento a financiadores	5.627.685€	2.454.007€
Pagamentos ao Estado	6.592.841€	6.942.937€
Investimentos na Comunidade	1.299.026€	1.436.743€

MERCADO CAFÉS PUROS
EV. QUOTAS % BIMESTRAIS VOLUME POR SEGMENTO - DELTA CAFÉS



MERCADO CAFÉS PUROS
EV. QUOTAS % BIMESTRAIS VOLUME POR SEGMENTO - CAMELO



LIGADOS DE VERDADE

O Sistema de Gestão Integrado da Delta permite à empresa gerir os aspectos económicos, sociais e ambientais. Composto por diferentes políticas e respectivos sistemas de gestão, este sistema organiza o funcionamento da empresa, garantindo que os processos e actividades realizadas pela equipa de profissionais da Delta conduzem à sua missão. O Sistema de Gestão Integrado promove uma consciencialização em todas

as camadas da organização, pois promove o trabalho em equipas multidisciplinares, diversificadas.

O principal destaque deste modelo é a sua gestão participada, assente no diálogo com as partes interessadas para a definição de necessidades e objectivos, procurando o equilíbrio responsável entre o desempenho económico, ambiental e social.

CERTIFICAÇÕES IMPLEMENTADAS

NORMAS	EMPRESAS CERTIFICADAS	EMPRESAS COM SISTEMA GESTÃO DE ACORDO COM OS REQUISITOS DA NORMA
SA 8000:2008	Novadelta, S.A.	Manuel Rui Azinhais Nabeiro, Lda. Delta Cafés Madeira, S.A. Torrefacção Camelo, Lda. Novadelta Espanha, S.A. SIEC, SL Novadelta França, SARL
ISO 22000:2005	Novadelta, S.A.	Manuel Rui Azinhais Nabeiro, Lda. Torrefacção Camelo, Lda. Delta Cafés Madeira, S.A. Novadelta Espanha, S.A. SIEC, SL Novadelta França, SARL
NP EN ISO 14001:2004	Novadelta, S.A.	Torrefacção Camelo, Lda. Manuel Rui Azinhais Nabeiro, Lda. Delta Cafés Madeira, S.A. Novadelta Espanha, S.A. SIEC, SL Novadelta França, SARL
OHSAS 18001:2007	Novadelta, S.A.	Manuel Rui Azinhais Nabeiro, Lda. Delta Cafés Madeira, S.A. Torrefacção Camelo, Lda. Novadelta Espanha, S.A. SIEC, SL Novadelta França, SARL
EMAS	Novadelta, S.A.	
NP EN ISO 9001:2008	Novadelta, S.A.	

LIGADOS DE VERDADE BOAS PRÁTICAS AO LONGO DO CICLO DE VIDA DO CAFÉ

AS ORIGENS DO CAFÉ

- Os principais orientadores de negócio da Delta contribuem para a produção de café de forma responsável nas vertentes económica, social e ambiental.
- De forma a promover a biodiversidade, a Delta está a fomentar o cultivo de café de forma sustentável.
- A Delta adquire café de Comércio Sustentável com o objectivo de incrementar as condições de vida dos produtores.
- A Delta promove a biodiversidade garantindo a compra de mais de 60 origens de café que são utilizadas na criação dos seus lotes de café.
- Em Angola, a Angonabeiro tem desenvolvido várias acções para promover a capacitação dos produtores.

IMPACTES POSITIVOS

- Contribui para a competitividade dos países em vias de desenvolvimento;
- Criação de Emprego;
- Crescimento económico das comunidades;
- Fomentar o associativismo dos produtores;
- Melhoria condições sociais.

IMPACTES NEGATIVOS

- Efeitos colaterais negativos do crescimento económico;
- Abandono das terras;
- Perda de biodiversidade;
- Preço do café;
- Consumo de recursos (água e energia).

PARTE INTERESSADA IMPACTADA

- Fornecedores;
- Produtores;
- Comunidade.

TRANSPORTE DO CAFÉ

- Para o transporte do café entre o porto de Lisboa e Campo Maior, a Delta substituiu os camiões pelo comboio, reduzindo a energia gasta e os níveis de poluição.

IMPACTES POSITIVOS

- Contribuição para o desenvolvimento dos Parceiros de Negócio da região.

IMPACTES NEGATIVOS

- Poluição atmosférica e sonora.

PARTE INTERESSADA IMPACTADA

- Fornecedores;
- Comunidade.

A TRANSFORMAÇÃO DO CAFÉ

- O processo de transformação do café é feito com a preocupação de otimizar o consumo de recursos.
- As condições de trabalho na Delta visam proteger e garantir a saúde, a segurança e o bem-estar dos colaboradores, face aos principais riscos profissionais do seu trabalho.
- A Delta faculta a todos os seus colaboradores de forma gratuita um seguro de saúde.
- A Delta tem um sistema de gestão integrado que incorpora a Qualidade, a Segurança Alimentar, o Ambiente, a Responsabilidade Social, e a Saúde e Segurança dos Colaboradores.
- A Delta realiza o adequado tratamento de resíduos gerados pela sua actividade.

IMPACTES POSITIVOS

- Criação de emprego directo e indirecto local;
- Melhoria das condições sociais e económicas da comunidade local;
- Criação de valor na cadeia nacional e local;
- Desenvolvimento do tecido empresarial local;
- Aumento da competitividade da comunidade local.

IMPACTES NEGATIVOS

- Consumo de recursos (água e energia);
- Poluição atmosférica e sonora;
- Produção de resíduos;
- Consumo de materiais.

PARTE INTERESSADA IMPACTADA

- Fornecedores;
- Comunidade local;
- Colaboradores;
- Estado.

A COMERCIALIZAÇÃO DO CAFÉ

- A Delta oferece aos seus clientes e consumidores uma gama muito variada de produtos e serviços, desenvolvendo produtos e serviços personalizados à medida das necessidades dos seus clientes.
- Disponibiliza aos seus clientes vários canais de comunicação:
 - Contacto directo com o gestor de comercial
 - Linha de Atendimento
 - Assistência técnica
 - Site
 - Revista DeltaMagazine.
- A Delta tem apoiado a modernização do sector da restauração através da formação de novos produtos e serviços reflectindo-se na produtividade, qualidade e segurança dos serviços e produtos servidos aos consumidores.
- A Delta desenvolveu uma gama de cafés sustentáveis para promover o consumo sustentável:
 - Café biológico
 - Café Comércio Justo
 - Gama das Origens (contém 30% Rainforest Alliance).
- A Delta foi pioneira em comercializar produtos neutros em carbono.

IMPACTES POSITIVOS

- Criação de emprego directo e indirecto;
- Melhoria das condições sociais e económicas da comunidade;
- Desenvolvimento do tecido empresarial;
- Aumento da competitividade da comunidade.

IMPACTES NEGATIVOS

- Consumo de recursos (água e energia);
- Poluição atmosférica e sonora;
- Produção de resíduos;
- Consumo de materiais.

PARTE INTERESSADA IMPACTADA

- Fornecedores;
- Comunidade local;
- Colaboradores;
- Estado;
- Clientes.

LIGADOS DE VERDADE

- A Delta tem apoiado actividades promotoras do bem-estar de crianças e idosos, proporcionando um desenvolvimento equilibrado de saúde e bem-estar.
- A Delta investe na segurança dos produtos e aposta na rastreabilidade total da cadeia alimentar.
- A Delta tem realizado vários protocolos com instituições de ensino para incrementar a oferta de formação para os seus colaboradores e comunidade.
- O Centro Internacional de Pós-Graduação Comendador Rui Nabeiro disponibiliza as suas instalações para realização de acções de formação para a comunidade.
- Promoção do Voluntariado Empresarial, através da Associação Coração Delta.
- A Delta aposta na formação dos jovens, através da criação do Centro Educativo Alice Nabeiro, uma infra-estrutura aberta à comunidade, com capacidade para 115 crianças.

IMPACTES POSITIVOS

- Promoção do desenvolvimento da comunidade;
- Fomento do espírito empreendedor e de cidadania das crianças e jovens;
- Formação contínua aos colaboradores e comunidade.

PARTE INTERESSADA IMPACTADA

- Clientes;
- Colaboradores;
- Comunidade;
- Estado.

02

OS COMPROMISSOS DA DELTA





1.

SUSTENTABILIDADE NAS ORIGENS

O comércio sustentável é um meio fundamental para integrar as economias e combater as assimetrias globais entre as diferentes regiões do mundo e permitir uma distribuição mais justa e equitativa dos recursos.

Este comércio constitui uma alternativa ao comércio convencional e rege-se por valores éticos, sociais e ecológicos. Pretende fomentar a capacitação dos trabalhadores locais e a criação de boas condições ambientais sociais e económicas, promovendo a aplicação da legislação e das convenções internacionais. Em matéria de Direitos Humanos, a Delta Cafés ambiciona incentivar práticas ambientalmente responsáveis, nomeadamente, a conservação dos solos, a gestão sustentada da plantação, a poupança de água e o recurso às energias renováveis, de modo a não condicionar o futuro das gerações vindouras.

1.1 – COMÉRCIO JUSTO

A Delta Cafés defende a celebração de protocolos com o terceiro sector para o estabelecimento de parcerias e redes de Comércio Justo, as quais garantem o pagamento de um preço justo ao produtor e apoiam projectos de desenvolvimento das comunidades produtoras para fomentar a sustentabilidade ambiental e promover práticas amigas do ambiente.




Zica Capristano

Com vista a promover a comercialização de café de comércio justo em Angola, a Delta estabeleceu uma parceria com a ONG Equação e o consórcio CTM-Altromercato.

O levantamento local das condições necessárias para o desenvolvimento do programa e o diagnóstico foram efectuados pela CTM-Altromercato em Angola, estando neste momento a segunda fase de desenvolvimento em processo de maturação.

Em Portugal a Delta Cafés continua a investir na promoção e comercialização do Café Delta de Comercio Justo, tendo conseguido a sua entrada na distribuição moderna portuguesa.



A DELTA CAFÉ FOMENTA
A CAPACITAÇÃO DOS
TRABALHADORES LOCAIS
E A CRIAÇÃO DE BOAS
CONDIÇÕES AMBIENTAIS,
SOCIAIS E ECONÓMICAS.



Zica Capristano

1.2 – ORIGENS SELECCIONADAS DELTA

O empenho da Delta em dar continuidade ao seu modelo de sustentabilidade nas origens conduziu a que os produtos da gama “Origens Seleccionadas Delta” incorporassem 30% de café certificado pela *Rainforest Alliance*. A *Rainforest Alliance*, Organização Não Governamental com dimensão Internacional, assegura que os agricultores cumprem os *standards* de conservação dos recursos naturais, os direitos dos trabalhadores e promovem o bem-estar da comunidade local, com o principal objectivo de proteger os ecossistemas.

A gama “Origens Seleccionadas Delta Cafés” faz parte dos compromissos assumidos entre a Delta Cafés e o Instituto da Conservação da Natureza e da Biodiversidade, que visam fomentar a biodiversidade ao longo do ciclo de vida do café.

A preocupação com as origens, nos países produtores, levou a Delta Cafés a definir um objectivo relativamente à compra de café verde, proveniente de práticas agrícolas e sociais sustentáveis. Assim, para 2008/2009 a Delta Cafés superou o objectivo definido em 180.000 kg, tendo adquirido 20 contentores, aproximadamente 380.000 kg.

ACOMPANHAMENTO DA COMUNIDADE PRODUTORA EM ANGOLA (ANGONABEIRO)

A Angonabeiro, empresa do Grupo Nabeiro/Delta Cafés, desde o início da sua actividade, tem desenvolvido acções junto de produtores e comunidades produtoras de café, permitindo assim formar e capacitar os produtores, incentivando e premiando os cafés com qualidade superior através de formação técnica, financiamento e estabelecimento de contratos a longo prazo, que permitem por um lado fomentar a produção com a criação de incentivos e por outro impulsionar a qualidade do café verde.

Os técnicos da Angonabeiro acompanham de perto as plantações de café, de modo a seleccionar os melhores cafés e são disponibilizados alguns utensílios/equipamentos que ajudam na fase da cultura e apanha do café.



A GAMA "ORIGENS
SELECCIONADAS DELTA
CAFÉS" FAZ PARTE
DOS COMPROMISSOS
ASSUMIDOS ENTRE A DELTA
CAFÉS E O INSTITUTO DA
CONSERVAÇÃO DA NATUREZA
E DA BIODIVERSIDADE,
QUE VISAM FOMENTAR
A BIODIVERSIDADE
AO LONGO DO CICLO
DE VIDA DO CAFÉ.



Rudi Dalvai

2. A QUALIDADE

A Delta Cafés possui uma política de qualidade global desde a origem até ao consumidor final. Esta política engloba todo o ciclo do café, desde a aquisição das matérias-primas, matérias subsidiárias, a produção, a comercialização, a assistência pós venda e apoio ao cliente.

O sistema de gestão da qualidade integrado evidencia e atesta a competência e capacidade da Delta em fornecer produtos ou serviços com características de qualidade pré-estabelecidas. Este sistema tem como objectivo reforçar a confiança dos clientes, aumentar a competitividade face a concorrentes, reforçar a imagem da empresa e facilitar o acesso a novos mercados.

A Delta Cafés tem uma política de transparência e de porta aberta a todas as partes interessadas. Para a empresa, estes são os melhores auditores na garantia da qualidade dos seus processos, produtos e serviços. Nos anos de 2008 /2009 visitaram a Delta Cafés mais de 36 000 pessoas.

A Novadelta, Comércio e Industria de Cafés, S.A., empresa que se dedica á torrefacção do café marca Delta Cafés desenvolveu um sistema de gestão integrado que incorpora o sistema de qualidade; higiene e saúde alimentar; ambiente; saúde e segurança no trabalho e responsabilidade social. Para além disso, as marcas Delta Diamante, o Delta Platina, o Delta Platinum, o Delta Ouro e o Delta Oro detém certificação de produto.

A qualidade do produto é assegurada ao longo de todo o processo de produção. Ao chegar a matéria-prima é realizada a primeira análise olfactiva e visual do produto. Posteriormente,

é retida uma amostra de café verde representante de 60% dos sacos do contentor, a qual é encaminhada para o laboratório de qualidade. São preparadas três amostras, uma delas para realizar um novo exame olfactivo e visual (NP n.º 1795 de 1989), para a determinação de corpos estranhos e para a determinação de defeitos provenientes do fruto do cafeeiro (NP n.º 1521 de 1985). As outras duas amostras são torradas, uma para degustação, e outra para dar cumprimento ao Decreto-lei n.º 53/89 de 22/02/1989, realizando todas as análises no laboratório de qualidade.

Para degustação, as amostras são torradas numa bateria de quatro torradores de laboratório. Diariamente, a equipa de provadores Delta provam os diversos cafés em momentos diferentes para garantir os resultados. Nesta etapa são verificadas aspectos como odor, cor, acidez, amargor, doçura, salinidade, adstringência, corpo, *flavour*, gosto residual, persistência, etc.

No final da degustação, as observações são discutidas entre a equipa de provadores (nunca menos do que 3 pessoas), concluindo assim se o café está conforme e pode ou não dar entrada na linha de produção. No caso de uma das opiniões não estar de acordo com a dos restantes, realiza-se outra degustação do mesmo café, para se poder obter o resultado final.

Durante a fase de produção, a equipa de controlo de processo garante através de diversas análises que o produto final mantém os padrões de qualidade que os consumidores reconhecem (Ver gráficos).

ANÁLISES REALIZADAS ÀS AMOSTRAS DA MATÉRIA PRIMA



2.1 – POLITICA DE SUGESTÕES E RECLAMAÇÕES

Uma das etapas do rigoroso controlo de qualidade passa pela análise e tratamento das sugestões e reclamações dos clientes. Após o registo, a Delta Cafés dá início a um processo de avaliação de sugestões ou identificação das causas dessa reclamação, e à correcção e prevenção de futuras ocorrências.

Com o objectivo de reforçar a proximidade com os seus clientes, a Delta disponibiliza uma Linha telefónica de apoio (Linha Azul). Esta linha telefónica funciona como um canal de comunicação para difusão do consumo responsável e de apoio a todos os clientes Delta que têm, assim, a possibilidade de estarem mais perto da empresa e de apresentarem as suas sugestões e esclarecerem as suas dúvidas.

Foi criado um call center específico para a Delta Q onde são registadas todas as dúvidas e reclamações associadas a este conceito. Até 2009 foram vendidas mais de 100.000 máquinas, garantindo a entrada em 100.000 casas portuguesas, o que explica o aumento das sugestões e reclamações verificado em 2009.

NÚMERO DE SUGESTÕES E RECLAMAÇÕES

	2007	2008	2009
Total	177	170	196

2.2 – SEGURANÇA ALIMENTAR

Com a evolução da legislação e com o maior esclarecimento dos consumidores, a segurança alimentar tornou-se um factor determinante para o desenvolvimento de qualquer negócio no sector alimentar. Além das boas práticas de fabricação e comercialização, tornou-se obrigatório garantir a rastreabilidade do produto na cadeia de fornecimento. Ou seja, as empresas têm de saber a proveniência e o destino final de cada lote de produção.

A responsabilidade da Delta Cafés no mercado fez com que esta se antecipasse nesta matéria e tivesse implementado desde 1999 o sistema HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Points*) relativo à segurança alimentar e o módulo de qualidade no seu sistema de informação SAP. A Novadelta certificou-se em 2003 de forma voluntária pela norma dinamarquesa DS 3027 e conseguiu garantir a rastreabilidade dos seus produtos na cadeia de fornecimento, desde a matéria prima e subsidiária até ao cliente final, fazendo o *upgrade* para a norma europeia ISO 22.000 em 2006. O objectivo deste sistema é garantir a segurança alimentar de todos os produtos transformados e comercializados pela empresa.

ANÁLISES REALIZADAS ÀS AMOSTRAS DO PRODUTO ACABADO



3. A ECO-EFICÊNCIA


O desenvolvimento integrado das comunidades, com vista à melhoria da qualidade de vida dos cidadãos, implica para além da sustentabilidade económica a gestão racional dos recursos naturais e preservação da qualidade ambiental. A Delta Cafés, criou um Sistema de Gestão Ambiental específico, englobado no sistema de gestão integrado.

O **Sistema de Gestão Ambiental** é o conjunto de processos, práticas, métodos e meios que permitem à organização estabelecer uma política e objectivos ambientais, identificando e gerindo os impactos das suas actividades, produtos e serviços no meio ambiente.


Como sinónimo das preocupações ambientais, a Novadelta tem superado, os standards exigidos pela Certificação Ambiental, segundo a norma NP EN ISO 14001, alcançada em 2007.

Em 2009 a Novadelta iniciou o processo de certificação do seu sistema de gestão ambiental de acordo com os requisitos do EMAS. O EMAS é o Sistema Comunitário de Eco-gestão e Auditoria, promovido pela Comissão Europeia, aplicável a todas as organizações interessadas em mitigar e diminuir o seu impacto ambiental.

A implementação do EMAS possibilita à organização evidenciar, perante terceiros e de acordo com os respectivos referenciais, a credibilidade do seu sistema de gestão ambiental e do seu desempenho ambiental. O EMAS tem como objectivos a avaliação e melhoria do desempenho ambiental da organização e a prestação de informações relevantes ao público e a outras partes interessadas. Esta exigência do EMAS implica um maior esforço de transparência por parte da Organização, na comunicação dos dilemas, sucessos e insucessos, através de uma declaração ambiental anual.



COMO SINÓNIMO
DAS PREOCUPAÇÕES
AMBIENTAIS, A NOVADelta
TEM SUPERADO
OS STANDARDS EXIGIDOS
PELA CERTIFICAÇÃO
AMBIENTAL ISO 14001
E EMAS.



3.1 – GESTÃO AMBIENTAL NA DELTA CAFÉS

3.1.1 – REDE DE EMBAIXADORES DE SUSTENTABILIDADE E JOVENS AUDITORES

Com o objectivo de disseminar as boas práticas ambientais e promover a diminuição dos impactes ambientais foi constituída uma rede voluntária e interna de comunicação, disseminação e implementação dos conceitos inerentes à política de sustentabilidade da Delta Cafés que contempla um embaixador em cada uma das empresas e departamentos comerciais em Portugal e Espanha.



Como marco distintivo, para implementar este projecto, foi efectuada uma convenção, para a qual foram convidados todos os embaixadores da Delta Cafés.

A Rede permitiu consolidar a política de sustentabilidade, reforçar o sentimento de pertença na Delta Cafés e facilitar a implementação do projecto Ambiente Delta, que tem como principal objectivo, concretizar o compromisso de redução dos impactes ambientais.

Numa lógica de gestão das partes comuns do planeta, foi desenvolvido um programa de Jovens auditores do ambiente em espaços industriais da Delta Cafés podendo desta forma as crianças serem o veículo de transmissão de boas práticas

ambientais a todos os colaboradores incentivando à mudança.

As crianças avaliam os resultados aplicando uma grelha onde se questionam os seguintes temas: água, resíduos, energia, ruído, espaços verdes e higiene e segurança. Do resultado deste estudo, as crianças realizam uma nova visita para sinalizar as mudanças propostas em painéis criados por elas nos locais auditados. A última fase surge 2 meses depois da aplicação do resultado, realizando uma nova auditoria para verificar as melhorias e as correcções solicitadas pelas crianças. O projecto termina com a apresentação dos resultados aos administradores do Grupo Nabeiro e colaboradores envolvidos.

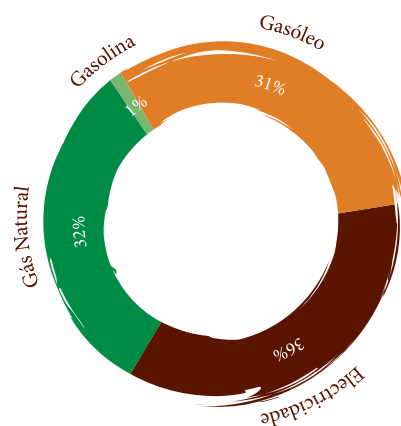
3.1.2 – ENERGIA E EMISSÕES DE CO₂

As áreas produtivas, comerciais e administrativas constituem o consumo energético total da Delta Cafés SGPS, sendo que as fontes de energia mais utilizadas são o gás natural, o gasóleo e a electricidade.

Em 2009 em termos absolutos, o consumo de energia total (directa e indirecta) registou um aumento de 1%, face aos consumos de 2008. Este acréscimo é explicado pelo aumento da actividade e alargamento do negócio.

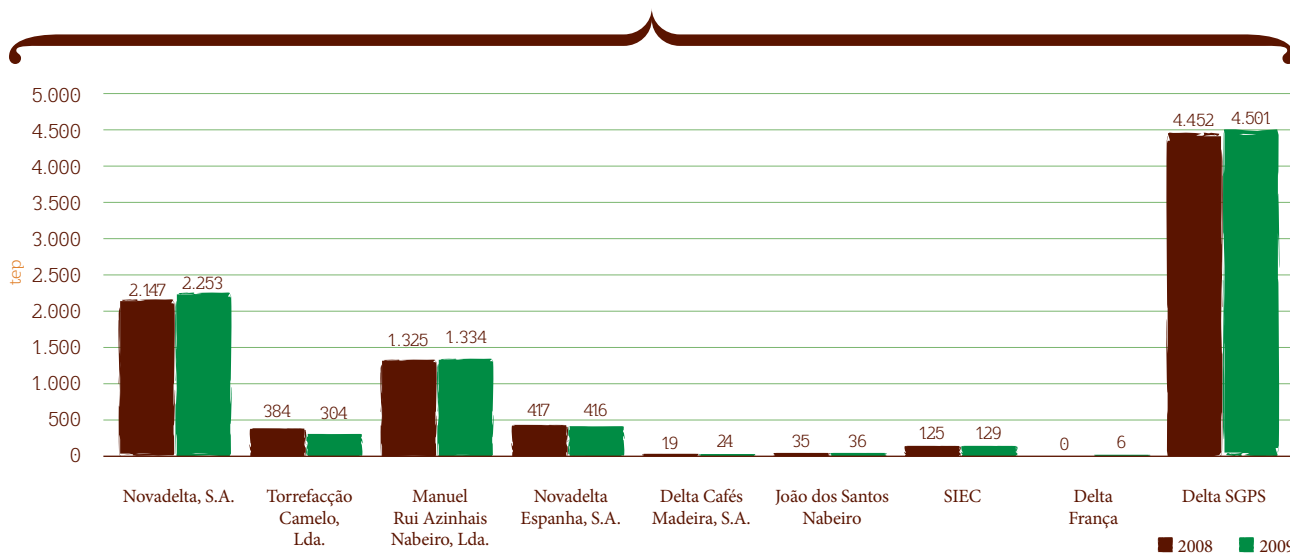
Apesar do acréscimo do consumo total de energia, a implementação do plano de acção para a eficiência energética conseguiu atingir os objectivos previstos originando uma redução do consumo específico (tep/vendas de café em toneladas), em 9%. Evidenciamos o facto de a Novadelta, S.A., empresa com maior consumo de energia, ter diminuído em 16%.

PERFIL ENERGÉTICO
DA DELTA CAFÉS SGPS, EM 2009

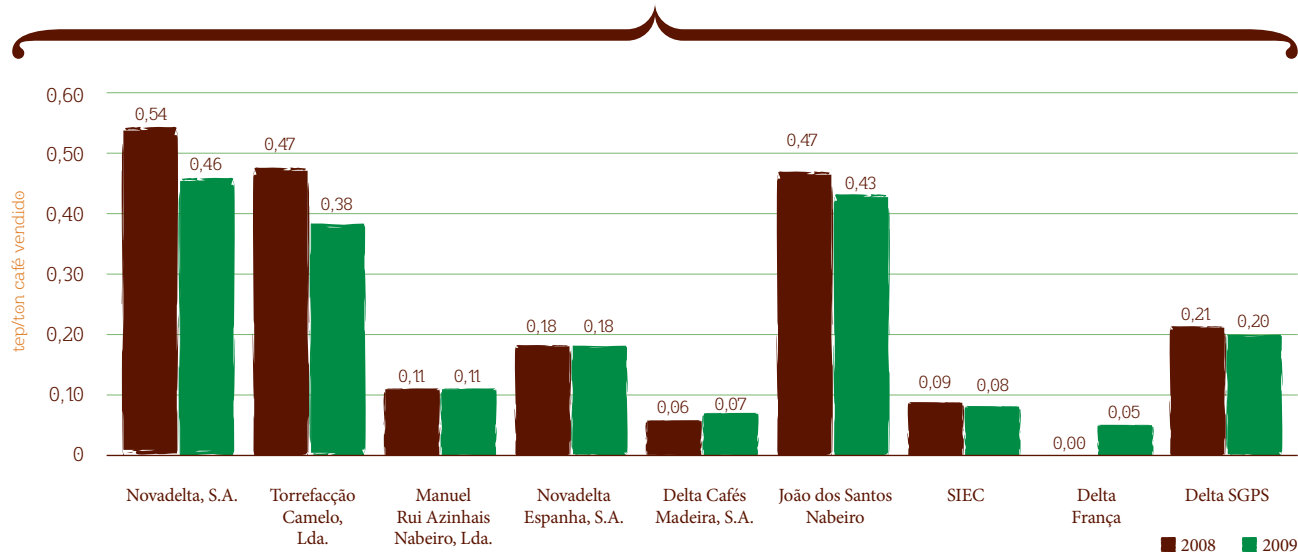


As emissões atmosféricas, representadas em toneladas de dióxido de carbono, estão associadas ao consumo de energia das empresas da Delta, consequentemente a evolução acompanha a mesma verificada nos consumos energéticos (Ver gráficos).

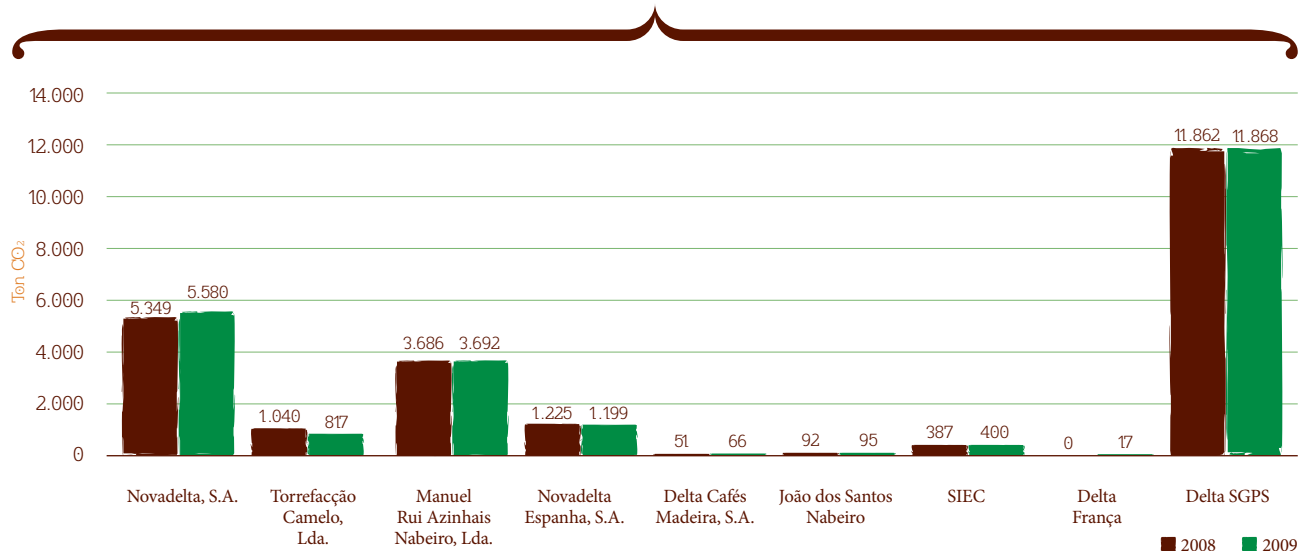
CONSUMO TOTAL DE ENERGIA



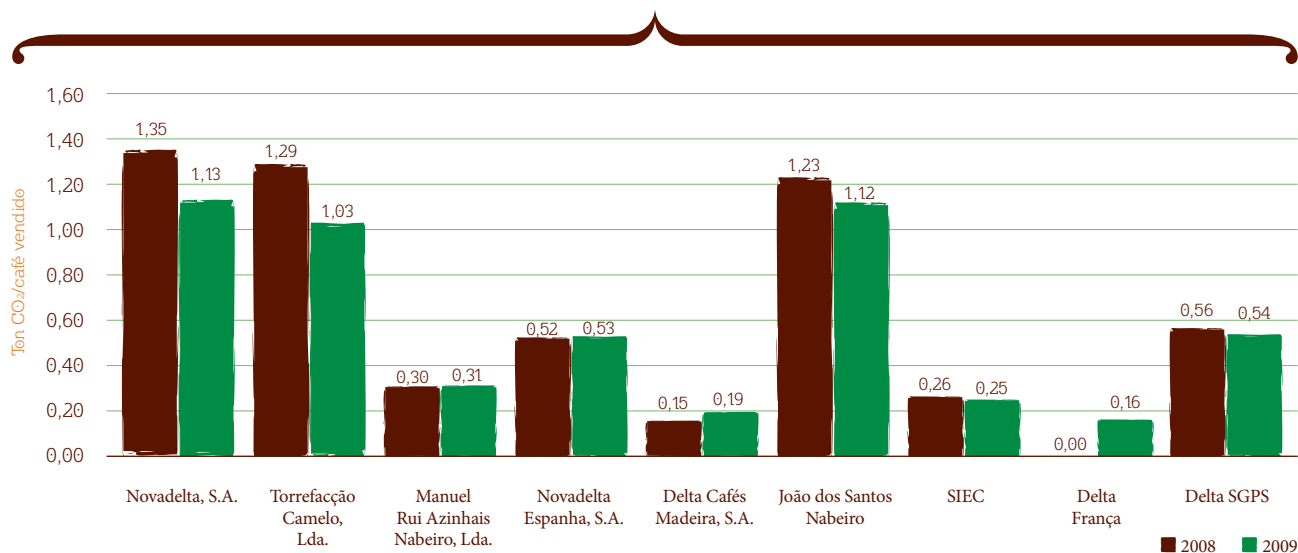
ENERGIA POR CAFÉ VENDIDO



TOTAL DE EMISSÕES (TON CO₂)



EMISSIONS (TON CO₂/CAFÉ VENDIDO)



3.1.3 – CONSUMO DE ÁGUA

Exceptuando a Novadelta, S.A., todas as empresas da Delta consomem água da rede pública. A água consumida na Novadelta, S.A. tem origem em quatro furos de captação localizados nas instalações da empresa. Toda a água consumida é submetida a tratamento por osmose inversa na ETA (Estação de tratamento de águas) e a sua qualidade é garantida por verificações periódicas externas.

Relativamente ao consumo total de água em 2008 face a 2009, registou-se um aumento de 9% nas empresas da Delta. No entanto se compararmos o consumo global com o total de colaboradores registou-se um aumento menos significativo de 6% (m³/n.º de colaboradores) (Ver gráficos).

Foi na Novadelta que se registou um maior acréscimo, visto o sistema de tratamento de água por osmose inversa ter sido objecto de uma intervenção, pois foi adjudicada uma ampliação da ETA de forma a aumentar o rendimento de água tratada.

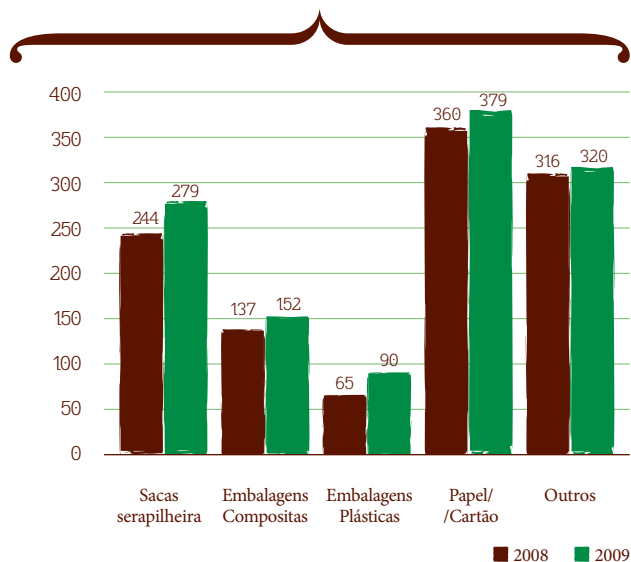
3.1.4 – EFLUENTES

Todos os efluentes produzidos na Novadelta (doméstico e industrial) são monitorizados e são tratados na Estação de Tratamento de Águas Residuais (ETAR) recuperando parte dos efluentes produzidos através da rega de espaços verdes da empresa. Em 2009, dos 18.424 m³ de efluentes produzidos, cerca de 30% foram reutilizados na rega.

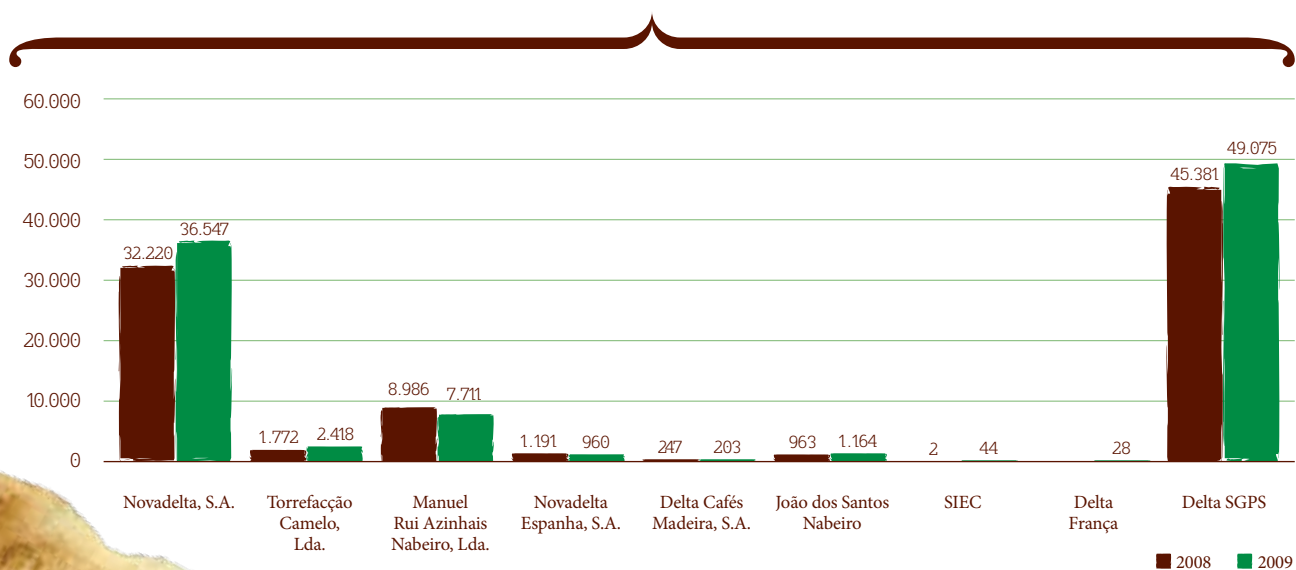
3.1.5 – RESÍDUOS

A gestão dos resíduos é uma constante ao longo da cadeia de valor do café, a qual tem vindo a ser reforçada na inovação e desenvolvimento de novos produtos, serviços e processos. Durante 2009, foram efectuadas diversas acções de sensibilização para se conseguir a separação e triagem dos resíduos nas áreas administrativas, tendo sido distribuídos eco-pontos para todos as empresas e departamentos.

TOTAL DOS RESÍDUOS PRODUZIDOS (TON)

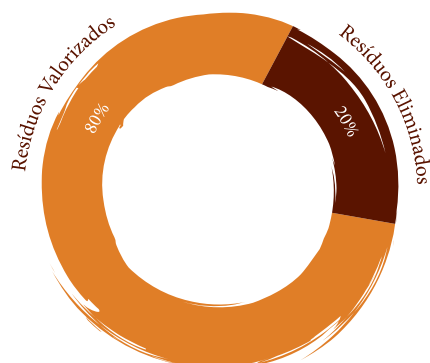


CONSUMO TOTAL DE ÁGUA (m³)

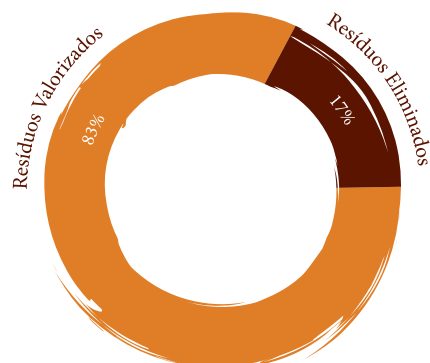


No entanto, apesar do esforço realizado através da utilização de novos materiais, da monitorização da produção destes resíduos e ainda da optimização de referências de produtos já existentes, as toneladas de resíduos produzidos aumentaram, devido às tendências de mercado que têm exigido uma renovação constante das embalagens e uma maior adaptação do próprio produto para o canal de distribuição e respectivo consumidor. Este aumento superou os nossos esforços em garantir a redução dos resíduos.

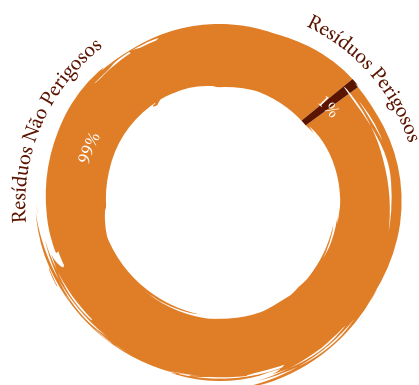
DESTINO FINAL DOS RESÍDUOS
2008 (TON)



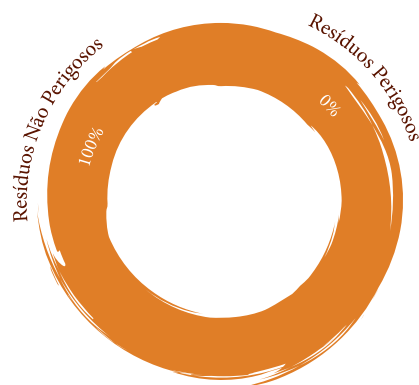
DESTINO FINAL DOS RESÍDUOS
2009 (TON)



TIPOLOGIA DOS RESÍDUOS PRODUZIDOS
2008



TIPOLOGIA DOS RESÍDUOS PRODUZIDOS
2009



3.2 – ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS E BIODIVERSIDADE

A Delta Cafés encontra-se comprometida com as alterações climáticas e a correspondente perda de Biodiversidade.

O “segredo” do seu processo produtivo tem como base, a obtenção de uma diversidade de matérias primas de elevada qualidade, sendo essencial minimizar as consequências inerentes da sua pegada carbónica, pois a escassez de determinados nutrientes do solo, bem como o aumento da temperatura resultará em perdas de solo arável, restringindo a diversidade de espécies de café fundamentais na constituição de alguns lotes característicos de Portugal e da marca Delta Cafés.

3.2.1 – A COMUNICAÇÃO DO PLANETA DELTA

O Planeta Delta é um *Web-site*, que comunica de forma interactiva a sustentabilidade da Delta, destacando 3 áreas de intervenção:

- O **Planeta Delta** comunica interactivamente as preocupações da Delta ao longo do ciclo de vida do café, em benefício do meio ambiente, da biodiversidade e da inovação social;
- A **Inovação**, onde é feito o enquadramento do projecto *Rethink*, com a comunicação dos parceiros, principais objectivos e conquistas até ao momento;
- O **Festival Delta Tejo**, apresentando o evento e a sua importância para a manutenção da diversidade cultural e artística procurando transmitir valores ambientais.

3.2.2 – CÁTEDRA BIODIVERSIDADE RUI NABEIRO/ DELTA CAFÉS

A empresa Delta Cafés e a Universidade de Évora instituíram em finais de 2008 a Cátedra Rui Nabeiro destinada ao desenvolvimento científico, à promoção da formação avançada e à divulgação científica no domínio da Biodiversidade encarada no contexto das alterações climáticas.

O objectivo primordial da Cátedra Rui Nabeiro é a promoção da investigação científica, de qualidade, na área da biodiversidade e alterações globais.

Importa de destacar alguns dos eventos mais importantes promovidos em 2009 pela Cátedra:

- Foram publicados 13 artigos em revistas internacionais sujeitas a arbitragem científica e indexadas pelo ISI (*Institute of Scientific Information*);
- Foi publicado 1 relatório científico sobre áreas protegidas e alterações climáticas para o Conselho da Europa;
- Foi elaborado e financiado 1 projecto científico pela FCT sobre modelação de impactos das alterações climáticas na biodiversidade (projecto *RangeShift*);
- Foi elaborado e financiado 1 projecto de cooperação científica com a Universidade Federal de Goiás financiado pela CAPES-FCT;
- Organização de diversas palestras sobre a biodiversidade em Portugal.

3.2.3 – PROJECTO “INOVAÇÕES”

Os ecossistemas constituem importantes reservatórios de biodiversidade, fornecem bens essenciais como alimentos, fibras, madeira e serviços ecológicos essenciais, contribuindo para a conservação da água e do solo, bem como da qualidade do ar.

Algumas das actividades desenvolvidas pela Delta Cafés implicam a gestão de parcelas de território, que apresentam diferentes tipos de valores naturais, identificados através do tipo de habitats e espécies presentes.

Neste contexto a Delta Cafés elaborou em parceria com a Ambiodiv, um levantamento e caracterização da biodiversidade na envolvente externa da Novadelta e da Adega Mayor em Campo Maior, localizada na Herdade dos Adães Novos. Deste levantamento resultou um plano de acção para a conservação dos habitats e das espécies, garantindo a preservação do valor dos ecossistemas e diferentes serviços que disponibilizam para a nossa actividade, mantendo simultaneamente a biodiversidade do local.

No âmbito da protecção da Biodiversidade neste local, a Delta Cafés irá também fomentar um sistema agrícola de produção de alimentos de alta qualidade, utilizando os recursos naturais em substituição de factores de produção prejudiciais ao ambiente, de modo a assegurar a longo prazo uma agricultura sustentável em consonância com a envolvente externa.

Com este diagnóstico e plano de acção, a Herdade dos Adões Novos assume-se como um caso diferenciador no que se refere à gestão, preservação e rentabilização de forma sustentável dos valores naturais presentes no território nacional.

Paralelamente e utilizando como meio as saquetas de açúcar, realizaram-se campanhas de sensibilização sobre a problemática em questão, bem como a oferta de lâmpadas eco-eficientes na aquisição de *packs* duplos de Cafés Delta. A oferta de uma carrinha, à ONG Quercus para transporte de árvores, foi também uma das acções que visou compensar a pegada carbónica, pois a mesma potencializou a plantação de elevado numero de árvores endémicas, colaborando desta forma com o projecto “Criar Bosques”.



O “SEGREDO” DO PROCESSO PRODUTIVO DA DELTA CAFÉS TEM COMO BASE A OBTENÇÃO DE UMA DIVERSIDADE DE MATÉRIAS PRIMAS DE ELEVADA QUALIDADE, SENDO ESSENCIAL MINIMIZAR AS CONSEQUÊNCIAS INERENTES DA SUA PEGADA CARBÓNICA.

4. INOVAÇÃO RESPONSÁVEL – UMA MARCA DE CONFIANÇA

A Delta Cafés tem vindo a adoptar uma estratégia de inovação aberta, de carácter activo, o que exigiu a formação de uma equipa, o NI&C (Núcleo de Investigação e Concepção), a qual através de uma rede de parcerias aposta nos princípios de eco-design, redução, reaproveitamento e reciclagem, de modo a garantir melhorias e a criação de novos produtos, serviços e processos.

DELTA CAFÉS: A MARCA DE CONFIANÇA

A Delta Cafés regista 68% na confiança dos portugueses, que a elegem pelo 9º ano consecutivo Marca de Confiança. Este resultado, que surge na sequência da décima edição do Estudo *Europeu Trusted Brands* é realizado pelas Selecções do Reader's Digest e avalia os níveis de confiança dos europeus, nos respectivos países, relativamente a instituições, profissões e marcas. A Delta Cafés voltou a destacar-se no inquérito que decorreu entre Setembro e Novembro de 2009, e que engloba 35 categorias, uma delas o café.

O reconhecimento do esforço da inovação da marca Delta em Espanha ao longo das últimas décadas tem sido inúmeras vezes distinguido na pessoa do Presidente do Conselho de Administração da Delta Cafés, Comendador Rui Nabeiro.

Em 2008 foi distinguido pela Guarda Civil da Extremadura Espanhola com a Cruz da Ordem de Mérito com o Distintivo Branco. No ano seguinte, foi agraciado com o Prémio Génio Protector da Colónia Augusta Emérita também de Espanha. Ainda no ano de 2009, o Comendador Rui Nabeiro recebeu uma das maiores distinções atribuídas pelo país vizinho. Por indicação de Sua Majestade, Don Juan Carlos Rei de Espanha, foi honrado com a notável insígnia – A Comenda da Ordem de Isabel a Católica.



Com o passar dos anos a marca de Campo Maior conquistou a península ibérica e não só. Valores intrínsecos à Delta Cafés como a Responsabilidade Social, Honestidade, Lealdade, Solidariedade e Cidadania determinam a preferência dos consumidores, e mais estes votos de confiança.

4.1 – INOVAÇÃO DE PRODUTO

4.1.1 – DELTA Q, O CAFÉ DOS CAFÉS

A história da Delta Q ainda se conta em poucos capítulos, mas as conquistas feitas pela marca posicionam-na como um importante player no segmento de café em cápsulas. Com dois anos de existência, Delta Q tem tido um crescimento em flecha, afirmando-se cada vez mais no topo das escolhas dos consumidores portugueses, o que dá ainda mais alento à Delta Cafés para enfrentar novos desafios.

O conceito Delta Q permite que o consumidor possa saborear um verdadeiro expresso em casa. Para ir ao encontro das necessidades dos verdadeiros apreciadores de café, Delta Q oferece 7 lotes diferentes, todos eles com características únicas mas que em comum possuem a qualidade Delta. Aliado ao eco-design e à facilidade de utilização, está também o conceito de acessibilidade o que levou a Delta Cafés a colocar as máquinas e cápsulas à venda na grande distribuição, uma forma de permitir aos consumidores durante as habituais compras semanais poderem facilmente aceder às cápsulas Delta Q.

A pensar nos consumidores e numa maneira de estar mais presente junto dos verdadeiros apreciadores de café, Delta Q criou uma loja própria no centro de Lisboa, onde os clientes têm acesso a bebidas inovadoras e a um atendimento personalizado pelos baristas profissionais da Delta Cafés, um modo diferente de experimentar o verdadeiro expresso, já que o cliente deixa de ser um mero espectador para passar a ser parte integrante da acção.



A DELTA CAFÉS REGISTA
68% NA CONFIANÇA DOS
PORTUGUESES, QUE
A ELEGEM PELO 9.º ANO
CONSECUTIVO MARCA
DE CONFIANÇA.



4.1.2 – MÁQUINA QOSMO

A mais recente inovação da marca foi o desenvolvimento e a criação da primeira máquina de café de cápsula totalmente portuguesa, a Qosmo, uma máquina com um design minimalista e moderno que se adapta a todo o tipo de ambientes.

Este projecto foi desenvolvido com dois parceiros especializados originando uma máquina com um design moderno, direccionada para consumidores que gostam de aliar o sabor do melhor café com a estética do produto e a funcionalidade: tem uma pega incorporada que permite o seu transporte para qualquer lugar e a sua grelha é adaptável de acordo com a dimensão da chávena, permitindo a utilização de chávenas grandes ou pequenas na extracção do café.

Esta aposta tem uma importância fulcral, no segmento de café em cápsulas, dado que a máquina e as características da mesma, influenciam a decisão de compra dos consumidores.





4.1.3 – RED Q

O pioneirismo da Delta Cafés, resultado da forte aposta da Delta na inovação, conduziu em 2009 ao lançamento do primeiro chá expresso do Mundo em cápsulas resultante de uma parceria com a empresa sul-africana Red Espresso®. O ciclo de desenvolvimento deste produto implicou a selecção da matéria-prima nas origens, adaptação da moagem, temperaturas e pressão de extracção.

Este inovador chá Delta Q, é feito a partir da folha de Rooibos, um arbusto cultivado exclusivamente na região inóspita do Monte Cedarberg, na África do Sul e que é também conhecida

como a “Erva da Eternidade”, dadas as suas propriedades ricas em antioxidantes naturais capazes de prevenir e combater as agressões dos radicais livres que provocam o envelhecimento. A sua popularidade deve-se à isenção de teína ou cafeína, e ao sabor naturalmente adocicado do mesmo.

4.1.4 – ICE COFFEE

Foi a pensar no passado com uma visão futurista que a Delta Cafés e a Sociedade Central de Cervejas e Bebidas, ambas líderes de mercado no seu sector de actividade, decidiram criar uma parceria e recriar o antigo mazagrã, uma bebida tradicional portuguesa que ao longo de vários anos tem sido a bebida eleita por diversos portugueses para saciar a sua sede. O resultado desta acção conjunta foi o Ice Coffee Luso Delta, uma bebida refrescante e 100% natural, à base de Água Mineral Natural de Luso e extracto de Café Delta, a maneira ideal de juntar dois produtos tão bem conhecidos dos portugueses e combiná-los numa única bebida.

4.1.5 – CAFÉ & SAÚDE

No âmbito do programa Café & Saúde, desenvolvido pela Associação Industrial e Comercial do Café, a Delta está a promover

junto dos consumidores e clientes diversas campanhas com informação sobre os benefícios do café.

Existe ainda uma generalizada falta de informação quanto aos benefícios do café, persistindo muitos mitos e preconceitos sobre a relação entre consumo de café e a saúde do indivíduo. A ausência de conhecimento comum e uniforme entre os profissionais de saúde justifica, por isso, a constituição de canais estruturados que comuniquem, de forma esclarecida, sobre o tema. É neste sentido, que a Delta Cafés tem desenvolvido campanhas de comunicação através dos meios ao seu dispor, nomeadamente as saquetas de açúcar e a Revista DeltaMagazine.

4.2 – INOVAÇÃO DE SERVIÇO

A estratégia comercial da Delta Cafés segue uma lógica presencial e de proximidade física com o cliente, seguindo a célebre máxima do Comendador Rui Nabeiro, “um cliente, um amigo”. O contacto directo permite uma melhoria de serviço e uma resposta pronta às necessidades dos clientes. Porém, a proximidade implica um grande esforço na criação de infra-estruturas que possibilitem esta interacção, mas com resultados inquestionáveis: a Delta é líder em Portugal no segmento de consumo imediato e já conquistou uma forte presença em Espanha, possuindo 36 departamentos comerciais na Península Ibérica.

Nos restantes mercados, para replicar este modelo recorreu à construção de uma rede de parcerias que asseguraram o contacto com os nossos clientes, sendo que em França, desde 2009, a Delta Cafés dispõe de uma estrutura própria.

PORTUGAL

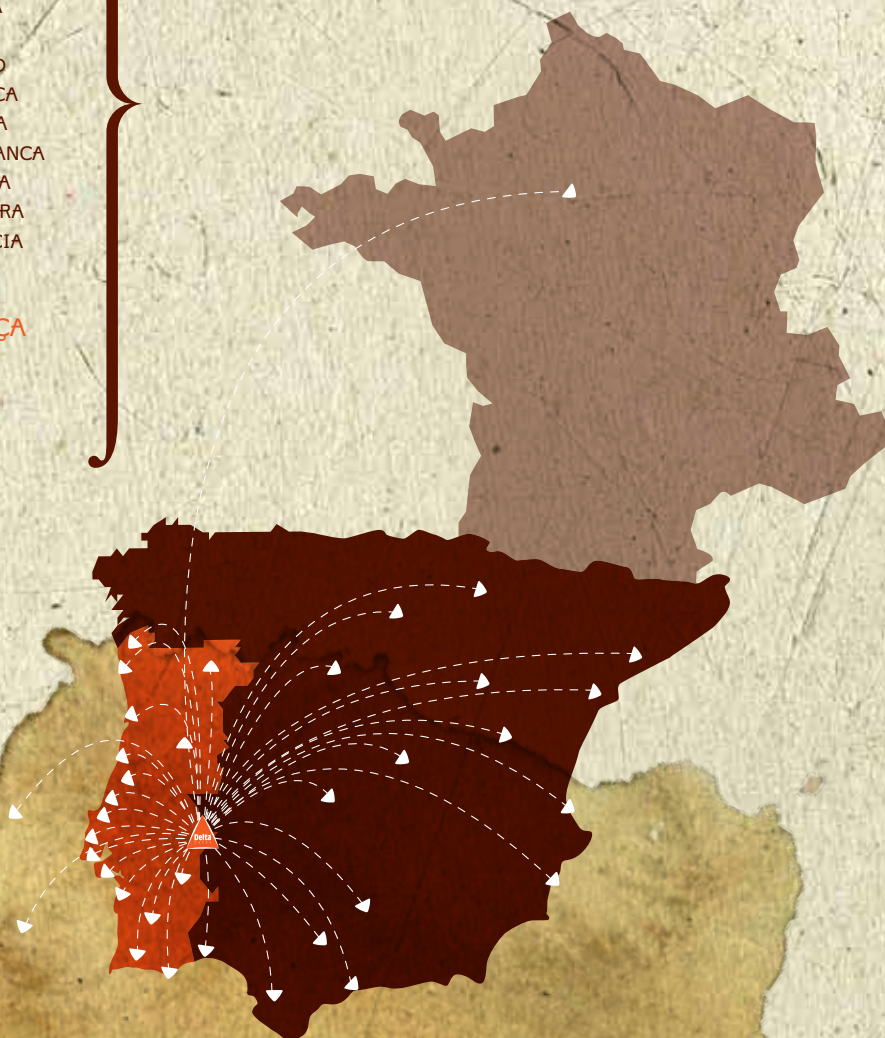
AÇORES
AVEIRO
BEJA
BRAGA
CASTELO BRANCO
CAMPO MAIOR
COIMBRA
ÉVORA
FARO
LEIRIA
LISBOA
MADEIRA
MIRANDELA
PORTIMÃO
PORTO
QUELUZ
SANTARÉM
SANTIAGO DO CACÉM
SETÚBAL
TORRES VEDRAS
VISEU
VIANA DO CASTELO

ESPAÑA

ALICANTE
BADAJOZ
BARCELONA
CÁCERES
CÁDIZ
CÓRDOBA
HUELVA
LUGO
MADRID
MAIORCA
MÁLAGA
SALAMANCA
SEVILHA
TALAVERA
VALENCIA
VIGO

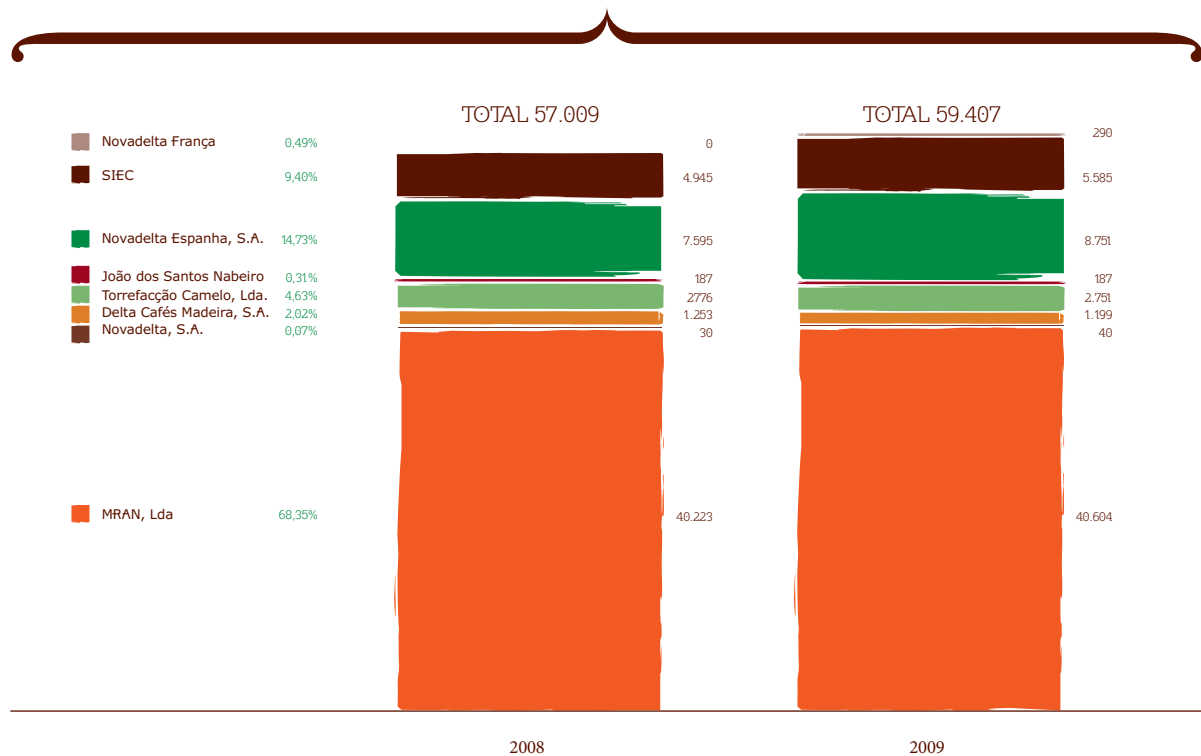
FRANÇA

PARIS

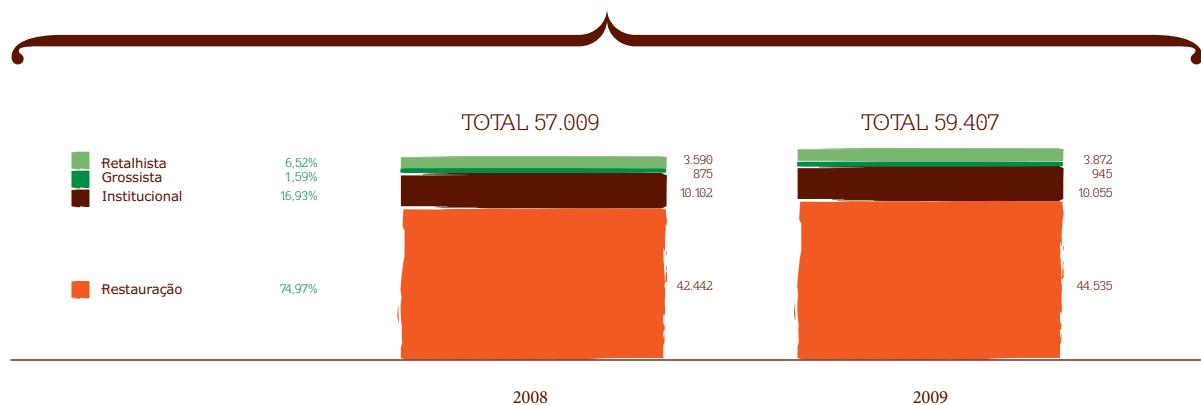


RESUMO CLIENTES DELTA CAFÉS SGPS

N.º DE CLIENTES POR EMPRESA



N.º DE CLIENTES POR CANAL DISTRIBUIÇÃO



4.2.1 – ESCOLA BARISTAS GRÃO MAYOR

A aposta na fidelização dos clientes, partilhando as suas necessidades e expectativas, conduziu à formação de uma Escola Profissional na área da Cafetaria: a Escola Barista Delta – Grão Mayor. Esta escola inovadora tem como objectivo qualificar/formar os clientes e aumentar o nível de qualidade dos produtos/serviços fornecidos, promovendo desta forma um aumento da rentabilidade do negócio. Ou seja, ajudar os clientes a melhorar e implementar várias formas de beber café, quer seja o café expresso ou outras bebidas à base do produto, tendo a referência de que existe sempre um café para cada hora do dia. Desde 2006, o volume de formação ultrapassou as 18.000 horas, um total de 1450 formandos, não só a clientes mas também a colaboradores e alunos das diversas Escolas Profissionais de Hotelaria e Turismo.

A incorporação da criatividade e da inovação de serviço, nas cafetarias, conduziu à criação do conceito Del'Art, o qual assenta na criação de uma carta de cafés para aumentar a oferta de bebidas e experiências com base no café. Este conceito foi introduzido em Espanha, porque se verificou neste mercado



esta oportunidade de negócio, dado às preferências dos consumidores espanhóis.

Neste âmbito, em 2008 a Delta Cafés promoveu a realização da I Edição do Campeonato de Baristas na Extremadura espanhola, e em 2009, organizou conjuntamente com o Fórum do Café o I Campeonato de Baristas em Portugal. No Campeonato Baristas na Extremadura disputaram o título de vencedor 6 participantes, e em Portugal participaram 12 profissionais de todo o país, que tiveram formação na Escola Grão Mayor, dando a conhecer as suas competências e habilidades na criação de um expresso perfeito. Deste modo, o campeonato de baristas pretende ser um evento dinamizador da cultura do café, envolvendo clientes, profissionais da hotelaria e alunos deste sector.



A DELTA CAFÉS
EM PARCERIA
COM A UNIVERSIDADE
CATÓLICA PORTUGUESA,
ORGANIZOU EM 2009
UM SEMINÁRIO JUNTO
DOS SEUS CLIENTES,
COM O TEMA
"VENCER A CRISE".



4.2.2 – CONVENÇÃO PARA CLIENTES NA UNIVERSIDADE CATÓLICA

A Delta Cafés, em parceria com a Universidade Católica Portuguesa, organizou em 2009 um seminário junto dos seus clientes, com o tema "Vencer a crise". Uma forma de ajudar a compreender a crise e ensinar estratégias para vencê-la.

O Fórum foi dividido em duas sessões, a primeira subordinada à temática "Marketing & Vendas em Tempo de Crise: Um Guia de Acção" e a segunda com o mote "Sucesso em Tempo de Crise". Participaram na Convenção realizada em Lisboa e no Porto 436 clientes no total de 2.280 horas.





4.3 – ECO-INOVAÇÃO

A Delta Cafés aposta na inovação e melhoria contínua nos produtos, serviços e processos, de modo a otimizar o consumo de recursos, reduzir ineficiências e atenuar impactos no meio ambiente.

Dos vários projectos, destaca-se a gama de origens, Timor, Mussulo, Manaus e Colômbia, a qual passou a contar com uma nova embalagem, mais prática e menos poluente. A alteração deste produto foi duplamente inovadora, por um lado, o tipo de embalagem permitiu a eliminação do cartão e do retráctil e a uniformização das unidades de transporte, reduzindo assim resíduos ao limitar número de materiais utilizados e facilitando a separação dos mesmos; e por outro lado, o lote passou a contar com cafés sustentáveis certificados Rainforest Alliance.

Outro projecto, desenvolvido em 2009, foi a redução da gramagem e do tamanho das saquetas de açúcar, a qual permite evitar desperdícios de matéria-prima e de embalagens.

4.3.1 – MISSÃO RECICLAR MÁQUINAS

A Missão Reciclar surge como uma iniciativa que visa inverter o ciclo linear dos produtos, que de forma geral, terminam em aterros e lixeiras, degradando as paisagens e poluindo os solos. A Delta Cafés está consciente da responsabilidade enquanto fornecedora de equipamentos, relacionados com o negócio de café. Assim, através da Missão Reciclar pretende sensibilizar os consumidores para a necessidade da separação e colocação dos seus electrodomésticos nos locais adequados, garantindo deste modo o tratamento adequado e a reciclagem dos resíduos, o que contribui para uma gestão mais racional dos recursos naturais.

A Delta Q em parceria com a Amb3E desenvolveram uma campanha de sensibilização durante mais de dois meses, passando por 22 municípios de Norte a Sul do continente, chegando inclusive a três municípios na Madeira. No final desta longa jornada, foram depositados 2000 equipamentos em fim de vida no electrão. A valorização deste resíduo contribuiu para a plantação de árvores, no município de Portalegre, que a médio prazo vão beneficiar todo o ecossistema local e acrescer aos espaços de lazer, melhorando a qualidade de vida dos habitantes desta região.

4.3.2 – RECICLAGEM DE CÁPSULAS

A recolha e reciclagem das cápsulas é mais uma iniciativa da Delta Cafés, a qual tem como finalidade a sensibilização dos cidadãos para a problemática das alterações climáticas e para a perda da biodiversidade, reduzindo assim a sua pegada carbónica.

O próprio consumidor deve ser o motor impulsionador de uma mudança de comportamentos, e por essa razão a Delta desenvolveu um sistema de recolha e valorização dos principais resíduos provocados pela sua actividade.

A cápsula, dado o seu formato de unidade fechada e limpa, apresenta a oportunidade para pôr em prática processos de recolha para reciclagem e reutilização, não só pela sua facilidade de armazenamento, que não envolve grandes cuidados de manutenção, mas também devido à sua lenta e controlada decomposição.

O processo de recolha de cápsulas de café para reciclagem e reutilização, iniciado nas Lojas DELTAQ, integra duas fases distintas: a primeira, em ambientes 100% controlados pela Delta para testar todos os elementos envolvidos e, a segunda visa entrar no ambiente doméstico.

Todos os recursos utilizados na recolha das cápsulas, incluindo o transporte das mesmas, até à chegada à Fábrica em Campo Maior, têm impacto zero, visto que os transportes e os circuitos envolvidos são já utilizados na entrega de outros produtos Delta. Desta forma é reduzida a pegada carbónica da Delta Cafés, pois rentabiliza o processo logístico já existente.

Neste âmbito, a Delta Cafés fechou uma parceria com a Valnor, que permite assegurar o melhor fim para cada material presente na cápsula. A borra, devido às suas propriedades, neste momento é transformada em composto orgânico, sendo estudadas outras aplicações num consórcio constituído pela Delta Cafés e outros parceiros ligados à investigação. Enquanto, o plástico inicia um novo ciclo de vida, dando origem a novos produtos, podendo alguns deles vir a fazer parte da oferta de produtos Delta Cafés.



4.3.3 – DELTA TEJO

Inovando na forma de relacionamento com a marca, desde 2007 tem-se vindo a promover o Festival Delta Tejo, durante 3 dias no Alto da Ajuda, em Lisboa. O Delta Tejo pretende ser um espaço lúdico multifacetado que aposta na cultura musical como plataforma difusora de boas práticas ambientais e sociais, contribuindo para o desenvolvimento de uma cultura de cidadania responsável.

A aposta em bandas provenientes de países produtores de café visa dinamizar a cultura musical alternativa, criando no mesmo espaço, ao alcance de todos, diversas áreas e actividades promotoras da diversidade e do multiculturalismo, pretendendo assim criar um lugar de inclusão global.

A nível ambiental são implementadas um conjunto de boas práticas e iniciativas para sensibilizar as partes interessadas e minimizar os impactos ambientais, nomeadamente para a separação e triagem de resíduos, quantificação e compensação da pegada carbónica.

Como não poderia deixar de ser, as noites são aromatizadas pelas notas quentes do café Delta, provenientes de práticas de comércio justo, como forma de dinamizar uma cadeia de fornecimento sustentável e educar a comunidade para o consumo responsável, procurando assim criar pontes entre o consumo responsável, a música e o café.



4.4 – INOVAÇÃO SOCIAL

Na análise do percurso da Delta Cafés, encontramos duas constantes: a preocupação em promover o desenvolvimento local e a proximidade com os clientes, traduzida no conceito “um cliente um amigo”.

Relativamente ao desenvolvimento local, o negócio do Grupo Nabeiro, sediada no interior de Portugal, em Campo Maior aposta na criação de infra-estruturas que potenciam o desenvolvimento local, diminuindo a desertificação. Este modelo de negócio, inicialmente, acarretou algumas dificuldades, nomeadamente para atrair e reter mão-de-obra especializada, mas a permanência do Grupo Nabeiro nesta região tem tido um impacto positivo na comunidade, desenvolvendo competências nos recursos internos, o que permitiu e promoveu o desenvolvimento económico e social da região, assente em comunidades competitivas.

Este modelo de desenvolvimento foi replicado ao longo de toda a Península Ibérica em cerca de 37 comunidades locais.

A principal preocupação é a procura contínua de aliar a actividade empresarial e o desenvolvimento sustentado da Comunidade, através de uma liderança de Rosto Humano e da dinamização de redes de parceria. Estas redes visam suprimir necessidades em termos de infra-estruturas e serviços, estabelecendo relações *win-win* para todos os parceiros interessados na comunidade onde actua.



A ASSOCIAÇÃO CORAÇÃO
DELTA ESTÁ ATENTA
ÀS NECESSIDADES
EMERGENTES,
COLABORANDO COM
INSTITUIÇÕES E CAUSAS.



4.4.1 – ASSOCIAÇÃO CORAÇÃO DELTA

O Coração Delta, a associação de solidariedade social do Grupo Nabeiro, foi criado com o objectivo de desenvolver projectos nas comunidades nomeadamente projectos de voluntariado e de apoio social. São seus associados, as empresas do Grupo Nabeiro e os seus colaboradores.

Actualmente, a Associação Coração Delta criou várias valências/serviços necessárias ao desenvolvimento das comunidades, tais como Centro Educativo Alice Nabeiro (sala de pré-escolar e centro de actividades de tempos livres) intervenção precoce, serviço de apoio a crianças e jovens, voluntariado, empreendedorismo e projectos ambientais e de cidadania.

O CENTRO EDUCATIVO ALICE NABEIRO VISA CRIAR NA PRÓXIMA GERAÇÃO UM LEQUE DE FUTUROS EMPREENDEDORES RESPONSÁVEIS.



4.4.1.1 – CENTRO EDUCATIVO ALICE NABEIRO (CEAN)

O Centro Educativo Alice Nabeiro, inaugurado em 2007, nasceu por vontade dos colaboradores do Grupo Nabeiro e foi de imediato acarinhado pela administração. O Centro aposta na formação integrada e alargada das crianças através de projectos e experiências inovadoras desenvolvendo nas mesmas o espírito empreendedor. Este projecto educativo tem como base a importância que as crianças assumem na construção de um futuro mais justo.

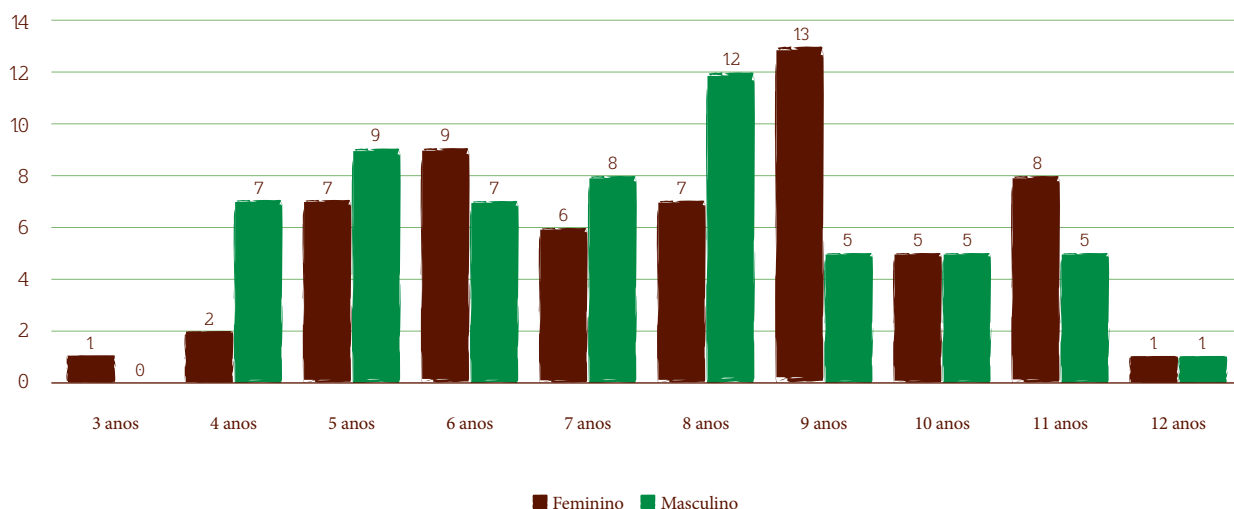
A criação do mesmo potencializa o equilíbrio da vida familiar e profissional dos colaboradores do Grupo Nabeiro.

O **Centro Educativo Alice Nabeiro** tem por finalidade contribuir para que seja facultado às crianças e jovens das comunidades um programa educativo-cultural integral que cubra a totalidade do leque de necessidades de formação e vectores vocacionais do universo de educandos a que se dirige.

Pretende-se que o Centro Educativo não seja composto por um conjunto de actividades que obedeçam a um programa curricular rígido, mas sim, um espaço de aprendizagem através da experiência e da interacção das crianças com diferentes realidades. O Centro Educativo assenta num modelo pedagógico inovador, que aposta na máxima “só verdadeiramente aprende aquele que faz”.

Este espaço, com capacidade para 115 crianças dos 3 aos 12 anos, visa criar na próxima geração um leque de futuros empreendedores responsáveis.

CRIANÇAS NO CEAN, EM 2009



4.4.1.2 – MANUAL DO EMPREENDEDORISMO

Num Mundo de Rosto Humano em que os desafios e oportunidades são uma constante, é urgente desenvolver nos cidadãos uma capacidade de intervenção viva e eficiente que consiga provocar movimentos de resolução das problemáticas que vão surgindo. Torna-se essencial desenvolver personalidades interventivas, criadoras e empreendedoras em número suficiente para que a garantia de um Mundo com futuro sustentável seja mesmo uma realidade ganha.

O Manual de Empreendedorismo – Ter ideias para Mudar o Mundo foi elaborado em 2008 pelo CEAN, e surge da preocupação do Grupo Nabeiro garantir que as crianças desenvolvam e melhorem competências, capacidades e espírito empreendedor. Este projecto piloto foi apresentado ao Ministério de Educação sendo em 2009 dinamizado nas escolas que aceitaram este desafio em Portugal e na Estremadura espanhola.

O *Manual de Empreendedorismo – Ter ideias para Mudar o Mundo*, trabalha as 12 áreas do conhecimento empreendedor, nas crianças dos 3-12 anos, nas áreas seguintes:

TER IDEIAS PARA MUDAR O MUNDO

- Estímulo das Ideias
- Partilha de ideias
- O que é que eu quero fazer?
- Os estados de espírito estarão presentes em todo o projecto
- Aprender a escutar as pessoas
- Narrativas: Aprender a transmitir o nosso projecto aos colaboradores
- Aprender a trabalhar com os colaboradores
- Depois de descobrir o que as pessoas necessitam, faço-lhe ofertas
- Elaboração de protótipos para partilhar o nosso projecto
- Redes de Colaboradores
- Ciclos de trabalho
- Sem liderança não há projecto



4.4.1.3 – ECO-ESCOLAS

O Eco-Escolas é um Programa Internacional que pretende encorajar acções e reconhecer o trabalho de qualidade desenvolvido pela escola, no âmbito da Educação Ambiental/EDS, gerido em Portugal pela ABAE (Associação Bandeira Azul da Europa), o qual fornece fundamentalmente a metodologia, com vista a trabalhar nas escolas as seguintes temáticas: água, resíduos, energia e alterações climáticas, biodiversidade, agricultura biológica, espaços exteriores, ruído e transportes.

O Centro Educativo é hoje um referencial nacional no âmbito do programa Eco-Escolas. Possui a Bandeira Verde de Eco Escola pelas suas práticas inovadoras e sistemáticas em educação ambiental e pela ligação à comunidade e à família.

Numa lógica de condomínio global, onde todos temos responsabilidades a diversos níveis, as crianças e toda a comunidade do CEAN pensam hoje os seus actos enquanto eco cidadãos. Diversos prémios ao nível da recolha de REE, na campanha da Geração Depositário da ERP Portugal (Resíduos eléctricos e electrónicos em fim de vida) ou o 1.º lugar no Concurso Cientistas em acção (Prémio Galopim de Carvalho) promovido pela rede ciência viva, ou ainda o 3.º lugar no Código da energia fomentado pela Galp Energia, são exemplos do sucesso e rigor aplicado no CEAN ao nível do programa.

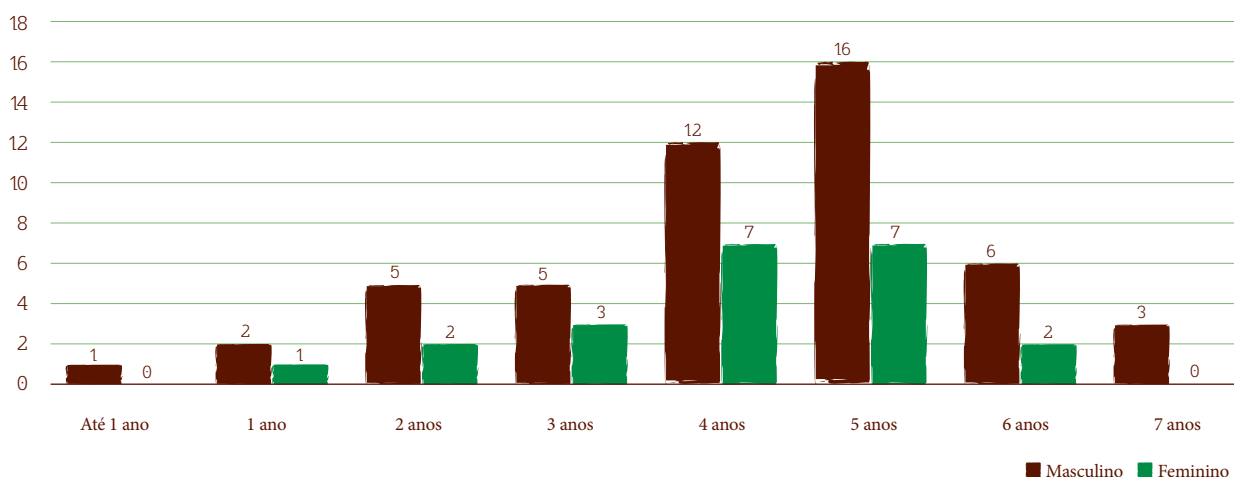


4.4.1.4 – SERVIÇO DE INTERVENÇÃO PRECOCE E SERVIÇO DE APOIO AO DESENVOLVIMENTO A CRIANÇAS E JOVENS

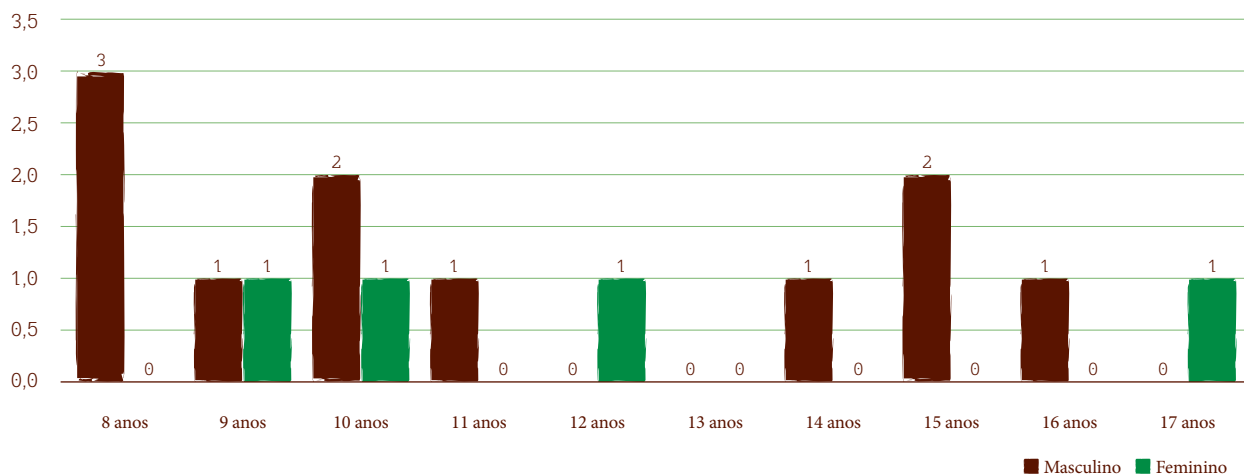
O serviço de intervenção precoce apoia crianças até aos 6 anos de idade com problemas de desenvolvimento nas áreas sócio-educativas e terapêuticas. Este serviço foi desenvolvido por uma equipa técnica pluridisciplinar constituída por uma assistente social, uma psicóloga, duas educadoras de infância, uma terapeuta da fala e um terapeuta ocupacional. O número de crianças apoiadas nos conselhos de Arronches, Monforte e Campo Maior encontra-se descrito na figura seguinte.

Através do serviço de apoio ao desenvolvimento de crianças e jovens foram proporcionadas consultas de avaliação no CADIN a crianças da comunidade com mais de 6 anos. Como resultado desta avaliação foram indicadas para acompanhamento psicológico 39 crianças e jovens.

N.º DE CRIANÇAS BENEFICIÁRIAS DO SERVIÇO DE INTERVENÇÃO PRECOCE, EM 2009



DISTRIBUIÇÃO DOS BENEFICIÁRIOS DO SERVIÇO DE APOIO AO DESENVOLVIMENTO DE CRIANÇAS E JOVENS, POR IDADE E POR GÉNERO





4.4.1.5 – VOLUNTARIADO “UM CORAÇÃO CHAMADO DELTA”

O Voluntariado Empresarial no Grupo Nabeiro surgiu de uma forma natural, fruto do contágio da forma como o Sr. Rui Nabeiro tem encarado o seu negócio, sempre atento às necessidades da comunidade e dos mais carenciados. Assim, em Março de 2000 formou-se o projecto “Um Coração Chamado Delta”.

O grupo de voluntários tem vindo a crescer sendo actualmente constituído por 35 elementos e tem como missão “promover a humanização, a boa vontade e a paz, por meio de ajudas a iniciativas por um mundo melhor, no combate contra a indiferença”.

Com este projecto, pretende-se contribuir para a melhoria da qualidade de vida e do bem-estar da comunidade. Durante estes anos, o grupo de voluntariado foi sendo reestruturado, tendo sido criados pequenos núcleos, em função das necessidades da comunidade e das apetências dos voluntários, tendo como base a formação continua.

No final de 2009 o voluntariado contemplou uma acção mais alargada no Concelho de Campo Maior, realizando um voluntariado de proximidade e protocolando diversas acções com os hospitais da região.

A Associação Coração Delta está atenta às necessidades emergentes colaborando com outras instituições e causas, nomeadamente no Projecto Mão-na-Mão (Ver gráficos).

O GRUPO DE VOLUNTÁRIOS
"UM CORAÇÃO CHAMADO DELTA"
SURTIU NATURALMENTE
POR CONTÁGIO DO MODELO
DE NEGÓCIO PRECONIZADO
PELO SR. RUI NABEIRO, SEMPRE
ATENTO ÀS NECESSIDADES
DA COMUNIDADE.



4.4.1.6 – PRÉMIO PARCERIAS EM SAÚDE DO HOSPITAL DO FUTURO – OUVIR O ALENTEJO

O Coração Delta recebeu o Prémio Hospital do Futuro, parcerias em saúde, no ano de 2009 como reconhecimento do trabalho desenvolvido entre os anos de 2007 e 2009.

Este projecto surgiu em 2006 como um desafio do Grupo de Rastreio e Intervenção de Surdez Infantil (GRISI), para que o Grupo Nabeiro colaborasse na doação de equipamentos de rastreio auditivo neonatal, para as três maternidades do Alentejo (Portalegre, Évora e Beja). Estes aparelhos permitem rastrear os recém-nascidos nas maternidades do Alentejo, detectando precocemente casos de audição não normal e permitindo o apoio médico atempado.

Posteriormente o objectivo foi alargado, visando rastrear no concelho de Campo Maior, crianças entre os 4 e 6 anos de idade (antes da entrada para o 1.º ciclo). Até final de 2009 foram rastreadas e consultadas 207 crianças.

4.4.1.7 – EMPREENDER COM TECNOLOGIA – EX.I.T.E.

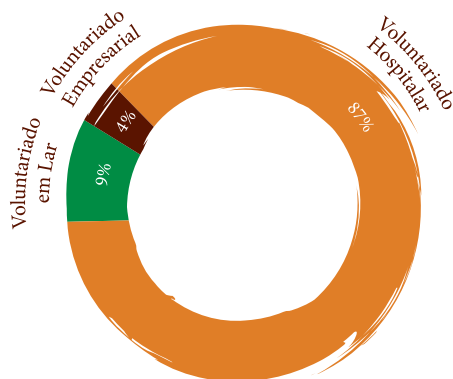
No seguimento do protocolo entre a Associação Coração Delta e a IBM, foi desenvolvido em Campo Maior de 6 a 10 de Julho de 2009 a iniciativa EX.I.T.E. – *Exploring Interests in Technology and Engineering*, com 30 raparigas entre os 11 e os 13 anos. Este projecto contou com um conjunto de acções que visaram sensibilizar e despertar nas jovens o interesse por áreas científicas e tecnológicas.

Procura-se proporcionar às jovens um olhar mais profundo sobre a tecnologia, a ciência e a engenharia através de actividades lúdicas e práticas, criando um entusiasmo que as leve a ponderar e a optar, no futuro, por uma carreira técnica.

O objectivo passa por desmistificar a ideia do mundo das TIC e das ciências como uma esfera sobretudo masculina e esclarecer algumas das dúvidas com que as jovens desta faixa etária se deparam.

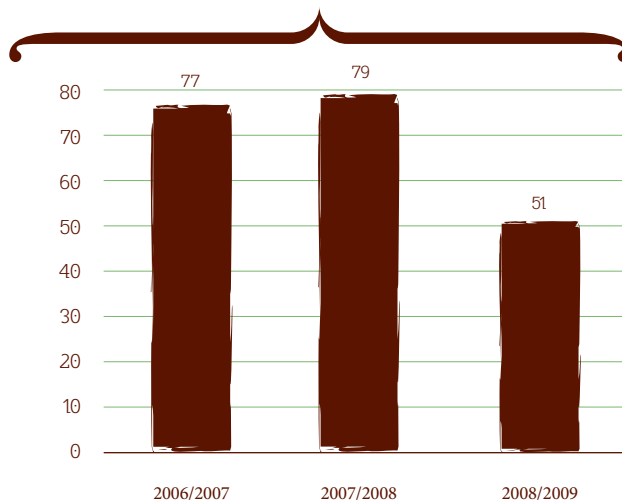
Tal como no campo de Lisboa, em Campo Maior durante uma semana, as jovens participaram em projectos variados de engenharia e de ciência e ficaram com o conhecimento da importância que a tecnologia tem no quotidiano e no modo como pode ser utilizada para resolver questões práticas do dia-a-dia.

HORAS DE VOLUNTARIADO EM 2009



Total de horas de voluntariado – 2.539

N.º DE CRIANÇAS RASTREADAS NO PROJECTO "OUVIR O ALENTEJO"



A DELTA CAFÉS EM PARCERIA COM A SIC ESPERANÇA DESENVOLVEU O PROJECTO “TEMPO PARA DAR” COM O OBJECTIVO DE COLMATAR A SOLIDÃO DO IDOSO, APOIANDO ALGUMAS DAS INSTITUIÇÕES DA REDE DA SIC ESPERANÇA QUE EXERCEM UM VOLUNTARIADO DE PROXIMIDADE.

4.4.2 – PROTOCOLO COM O MINISTÉRIO DA JUSTIÇA

Dando continuidade às iniciativas para o desenvolvimento sustentável das comunidades, a Delta Cafés realizou um protocolo com o Estabelecimento Prisional de Lisboa para a implementação de uma oficina de reparação de máquinas de café, moinhos e máquinas de loiça para a restauração.

Desta forma foi administrada formação, com o objectivo de promover a reinserção social dos reclusos no mercado de trabalho. Os serviços prestados são remunerados pela Delta Cafés, com o objectivo de melhorar a sua auto-estima criando competências para um futuro mais próximo.

4.4.3 – “TEMPO PARA DAR”

Numa sociedade cada vez mais envelhecida e focalizada no imediato, a população sénior, incapaz de acompanhar as mudanças do dia-a-dia com a mesma rapidez que os jovens, é progressivamente posta de parte e o problema da solidão aprofunda-se diariamente.

A Delta Cafés em parceria com a SIC Esperança desenvolveu o projecto Tempo para Dar com o objectivo de colmatar



a solidão do idoso, apoiando algumas das instituições da rede da SIC Esperança que exercem um voluntariado de proximidade.

Este objectivo traduziu-se na aquisição de equipamento adequado que potenciase o desempenho de voluntariado efectuado por essas instituições. A angariação das verbas foi conseguida através das vendas do Lote Chávena em ¼ kg que apadrinhou esta causa com uma imagem/ rotulagem alusiva ao Tempo para Dar.

Esta iniciativa, decorreu entre Setembro e Dezembro de 2009, tendo angariado cerca de cem mil euros, beneficiando 3 instituições: Associação Coração Amarelo – Compra de uma carrinha de 9 lugares, com elevador; CENSO – Centro Social e Paroquial Padre Agostinha Caldas Afonso – Compra de 120 pulseiras de Tele-assistência, com ligação à GNR e Bombeiros; Centro Social e Paroquial de Paderne – Compra de uma viatura de 9 lugares.

O Tempo para Dar culminou na Gala de Natal com transmissão na SIC, com o nome “Natal de Esperança”, e incentivou mais de 300 pessoas a voluntariarem-se para o trabalho com seniores.



4.4.4 – FÁBRICA DOS SONHOS

Porque um sorriso vale tudo, a Delta Q e a Sonae Sierra conceberam durante o período do Natal uma parceria e criaram a Fábrica dos Sonhos, projecto com o principal objectivo de divulgar e apoiar a Terra dos Sonhos, uma organização não-lucrativa que aposta na melhoria da qualidade de vida das crianças com doenças crónicas, através da concretização dos seus sonhos que parecem à primeira vista impossíveis de realizar. A acção decorreu no CascaiShopping e NorteShopping ao longo de mês e meio, e conseguiu reunir donativos para a realização de sonhos de 7 crianças, sonhos estes, que foram realizados com a oferta de uma viagem à Disney em Paris.

4.4.5 – MISSÃO DA POPPY

“Poppy, um amigo de confiança”, é uma campanha de angariação de fundos para a única escola de cães guia para cegos em Portugal, com a qual a Delta Cafés desenvolveu uma parceria. O treino de um cão guia é um processo moroso que dura aproximadamente 2 anos, desde o seu nascimento até à sua entrega ao Cego e que custa na sua formação entre 17.000 e 20.000 euros. Através da venda da mascote “Poppy” e do desenvolvimento de um lote de café – Poppy Coffee, foram angariados fundos para apoio da Instituição.

4.4.6 – VACA PACA

Todos os anos a *Cow Parade*, leva às ruas de Madrid um desfile colorido, que este ano contou com uma vaca muito especial patrocinada pela Delta Cafés, a Vaca Paca. Através do site vacapaca, por cada mil utilizadores que se registassem no site e fizessem “mugir” a Vaca Paca, a Delta comprometia-se a dar mil pequenos-almoços para a Asociación Española Contra El Cáncer.

4.4.7 – FUNDAÇÃO DOS JOVENS E DO DESPORTO

A Delta Cafés e algumas empresas espanholas, associaram-se à Junta da Extremadura para criar “A Fundação dos Jovens e do Desporto”. A fundação visa motivar os jovens para a prática de desporto regular, contribuindo para o desenvolvimento das capacidades físicas dos mesmos.

4.4.8 – AIESEC

Preocupada com o futuro e com a preparação dos jovens para o mercado de trabalho, a Delta Cafés cooperou com a AIESEC Portugal, a maior organização a nível mundial gerida por estudantes do ensino superior, plataforma internacional para os jovens descobrirem e desenvolverem o seu potencial de forma a terem um impacto positivo na sociedade.

4.4.9 – CAMPANHAS DE SENSIBILIZAÇÃO E COMUNICAÇÃO PROMOVIDAS NAS SAQUETAS DE AÇÚCAR DELTA

A Delta Cafés abraça diversas causas, oferecendo o espaço de comunicação existente nas saquetas de açúcar a várias organizações e instituições que contribuem positivamente para a sustentabilidade do planeta.

As saquetas de açúcar são um meio privilegiado para a comunicação de mensagens e sensibilização dos consumidores, pois permitem inúmeros momentos de contacto emocional conseguindo na grande maioria vezes chegar ao emprego e à família.

CAMPANHAS NAS SAQUETAS DE AÇÚCAR 2008/2009

- CAMPANHA SAÚDE POSITIVA – NÚCLEO DA SAÚDE DO ALENTEJO
- AJUDA DE MÃE – SOS GRÁVIDAS
- HIPERTENSÃO ARTERIAL – ASSOCIAÇÃO DOS HIPERTENSOS DE PORTUGAL
- 10 ANOS PETI – MINISTÉRIO DO TRABALHO
- PISTA DE TRÂNSITO – ASSOCIAÇÃO INTEGRAR
- PREVENÇÃO DE FOGOS – GNR
- CAMPANHA COMITÉ OLÍMPICO
- AMAMENTAÇÃO – ORDEM DOS ENFERMEIROS
- CUIDADOS PALIATIVOS – HOSPITAL ELVAS
- CÓDIGO DE CONDUTA OIT – ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL TRABALHO
- APSI – ASSOCIAÇÃO PARA A PROMOÇÃO DA SEGURANÇA INFANTIL
- OS DIREITOS DA CRIANÇA – SEGURANÇA SOCIAL
- FUNDAÇÃO S.JOÃO DE DEUS
- CÃES GUÍA – POPPY
- VIOLÊNCIA NO NAMORO – COMISSÃO DA IGUALDADE DE GÉNERO
- APSA – ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE SÍNDROME ASPERGER
- SOS HEPATITES PORTUGAL
- BIODIVERSIDADE – QUERCUS
- PIRILAMPO MÁGICO
- CONSELHOS DE SENSIBILIZAÇÃO GNR – ÁGUA E FOGOS
- FEIRA DO CAFÉ (CAFÉ E SAÚDE) – ASSOCIAÇÃO INDUSTRIAL E COMERCIAL DO CAFÉ
- TEMPO PARA DAR – DELTA E SIC ESPERANÇA
- GRIPE H1N1 – MINISTÉRIO DA SAÚDE
- ASSOCIAÇÃO CAIS
- PREVENÇÃO DA SIDA – ABRAÇO
- CAMPANHA 10 MILHÕES DE ESTRELAS – CARITAS
- CAMPANHA ECO-ESCOLAS
- SOCIEDADE PORTUGUESA CARDIOLOGIA



5. LIGADOS DE VERDADE

5.1. – GARANTIR SORRISOS NOS ROSTOS DELTA

5.1.1 – MODELO GESTÃO RECURSOS HUMANOS

O modelo de Gestão de Recurso Humanos assenta no desenvolvimento pessoal, na igualdade de oportunidades, na garantia da saúde e segurança no trabalho e defesa dos Direitos Humanos.

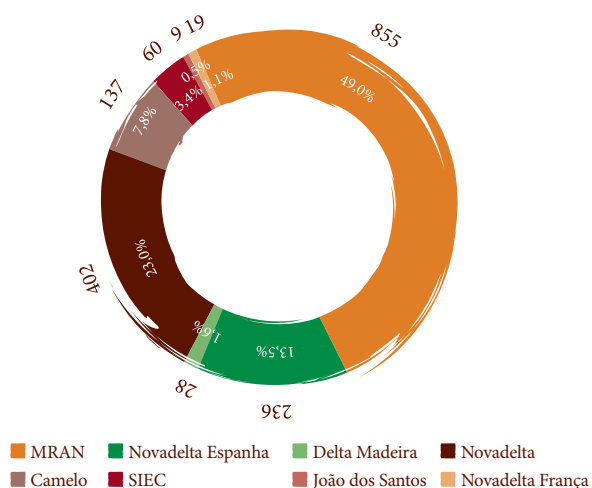
As políticas de selecção, contratação e progressão interna baseiam-se em critérios transparentes de competência, capacidades, dedicação profissional e mérito dos colaboradores. É promovido o desenvolvimento pessoal e profissional dos colaboradores, apostando em programas de formação contínua que fomentem a capacitação e a promoção de talentos e potenciam a pró-actividade dos colaboradores, enquanto cidadãos.

É incentivado o envolvimento de todos os colaboradores nas estratégias da organização, no sentido de fortalecer o seu compromisso e partilhar o entusiasmo para alcançar os objectivos estabelecidos.

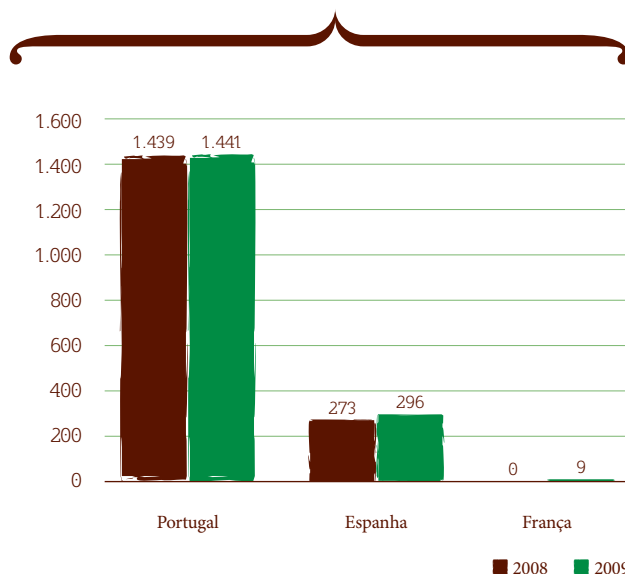
5.1.1.1- CARACTERIZAÇÃO DOS SORRISOS DELTA

No período em análise constatou-se que houve uma criação líquida de 37 postos de trabalho na Delta Cafés. Estes dados reflectem o compromisso da Delta para com a sociedade, pois apesar da conjuntura económica negativa abraçaram-se novos desafios com o intuito de reforçar a liderança da marca e explorar novas oportunidades de negócio.

COLABORADORES POR EMPRESA,
2009

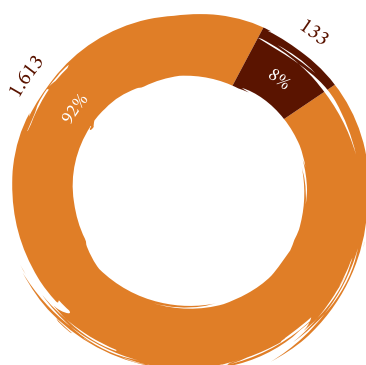


EVOLUÇÃO DO NÚMERO
DE COLABORADORES POR PAÍS



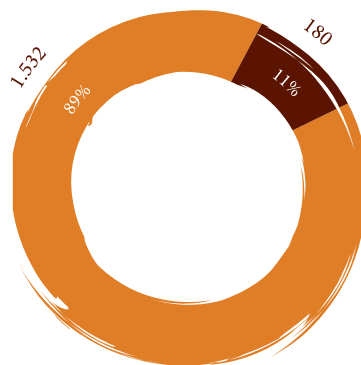


COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO 2009



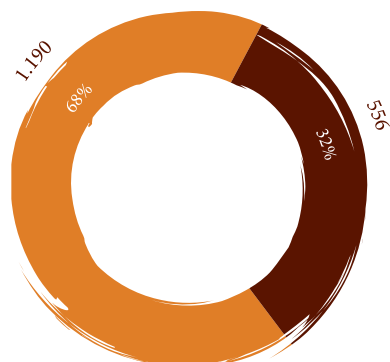
■ Contratados ■ Efectivos

COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO 2008



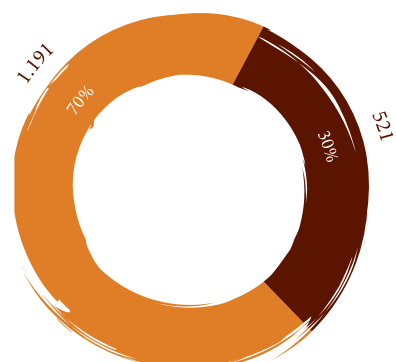
■ Contratados ■ Efectivos

COLABORADORES POR GÉNERO 2009



■ Homens ■ Mulheres

COLABORADORES POR GÉNERO 2008



■ Homens ■ Mulheres

No âmbito da política de gestão de Recursos Humanos, assume uma especial importância o processo de avaliação de Desempenho, como elemento primordial no reconhecimento do mérito de cada colaborador e no desenvolvimento da sua carreira no Grupo.

No que concerne ao número de mulheres admitidas, registou-se um acréscimo de 2% em 2009. Sendo que a maior parte dos colaboradores da Delta são homens, representando 68% do número total de colaboradores.

A política de não discriminação, diversidade e igualdade de oportunidades dos colaboradores é visível também ao nível dos órgãos de governação da empresa. Dos 32 órgãos de governação, 26 são homens e 10 são mulheres que têm uma representatividade de 36%.

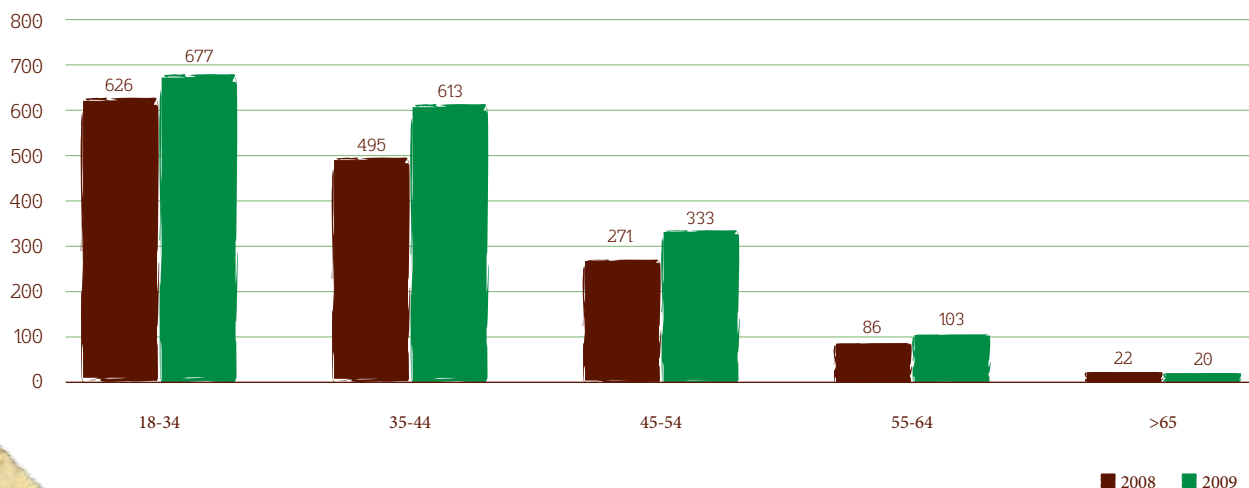
Uma das características da equipa da Delta, consiste em aliar a experiência e o conhecimento prático de alguns colaboradores com experiência com a energia e o dinamismo

	MULHERES	HOMENS
Órgãos de Governação	5	1
Quadros Superiores	5	21

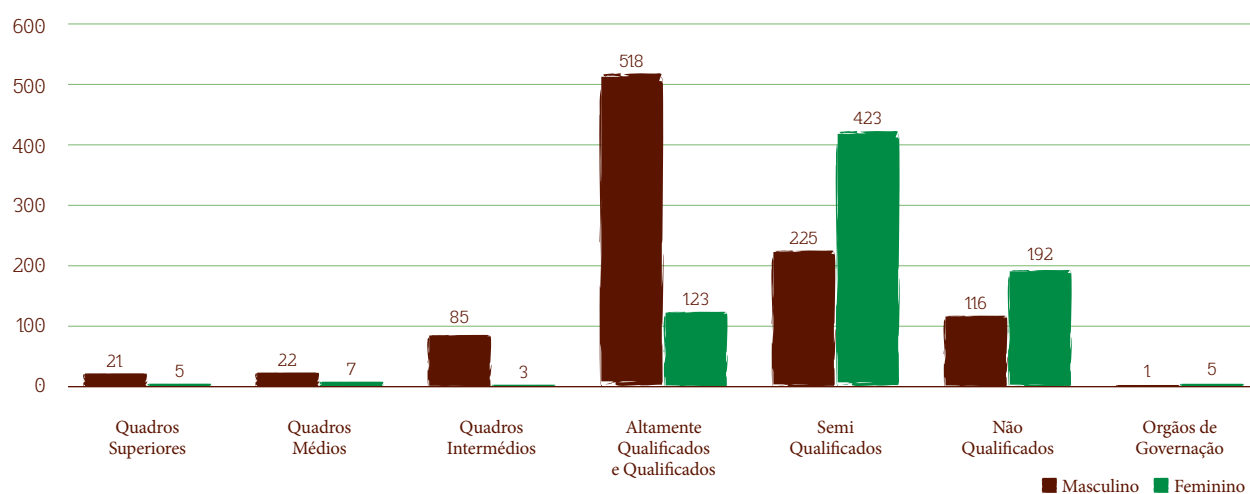
dos jovens colaboradores. Em 2009 a média de idades das pessoas da Delta foi de 39 anos. Cerca de 74% dos colaboradores têm menos de 45 anos, 19% entre 45 e 54 anos, e 7% mais de 55 anos.

A Empresa procurará, no âmbito da sua Política de Gestão de Recursos Humanos, criar as condições que permitam o aproveitamento das potencialidades evidenciadas por cada colaborador, promovendo o seu acesso a funções de maior responsabilidade e complexidade sempre que haja necessidades (Ver gráficos).

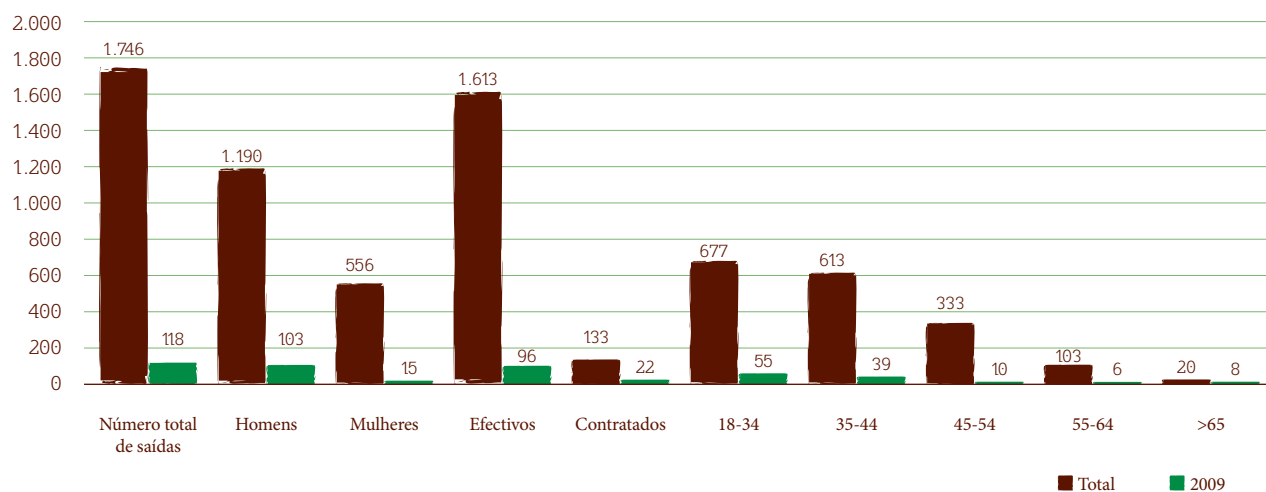
NÚMERO DE COLABORADORES POR FAIXA ETÁRIA



NÚMERO DE COLABORADORES POR NÍVEIS PROFISSIONAIS, 2009



ANÁLISE DE ROTATIVIDADE DO NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS, 2009



Relativamente à remuneração dos colaboradores da Delta, a relação entre o salário mais baixo e a retribuição mínima mensal garantida segundo o Decreto-Lei n.º 246 /2008 de 18 de Dezembro, é apresentada na seguinte tabela:

No que respeita a representação sindical, esta não é significativa, apenas 1,5% dos colaboradores estão sindicalizados. O respeito pelo direito de associação, constitucionalmente consagrado é difundido pelos colaboradores da Delta Cafés no momento da admissão.

2009

	SALÁRIO MAIS BAIXO (EUROS)	RÁCIO SALÁRIO MAIS BAIXO / SALÁRIO MÍNIMO	TOTAL DE COLABORADORES (NÚMERO)	COLABORADORES COM O SALÁRIO MAIS BAIXO (NÚMERO)	COLABORADORES COM O SALÁRIO MAIS BAIXO (%)
Novadelta	482	1,07	402	10	2,51
MRAN	450	1	855	2	0,24
Delta Madeira	550	1,22	28	1	3,6
Torrefacção Camelo	486	1,08	137	5	3,85
Novadelta Espanha	624	0,99	236	1	0,43
SIEC	984	2,19	60	1	1,64
João dos santos	473	1,05	19	1	5
Delta Cafes SGPS	671	1	1746		

	2008	2009
Empregados sindicalizados (%)	1,7%	1,5%
Novadelta	0,8%	0,7%
MRAN	2,1%	2,0%
Delta Madeira	0,0%	0,0%
Camelo	5,7%	4,4%
Novadelta Espanha	0,0%	0,0%
SIEC	0,0%	0,0%
João dos Santos	0,0%	0,0%
Novadelta França	0,0%	0,0%

5.1.1.2 – POLÍTICA DE FORMAÇÃO

Inaugurado em 2005, o Centro Internacional de Pós-Graduação Comendador Rui Nabeiro tem vindo a assumir-se como um verdadeiro “pivot” estratégico de formação para as partes interessadas, antecipando caminhos de futuro e preparando o seu capital humano com as ferramentas e conhecimentos que lhes permitem vencer, com competência, desafios do século XXI. O Centro, para além de ser responsável por implementar o Plano de formação do Grupo Nabeiro, também concebe e desenvolve acções para a comunidade.

A Política de formação está alinhada com os objectivos estratégicos da Delta Cafés, reforçando a sua competitividade baseada na qualidade dos recursos humanos.

O Plano de Formação, elaborado pelo Centro Internacional de Pós Graduação Comendador Rui Nabeiro é analisado e verificado pelo Departamento de Recursos Humanos

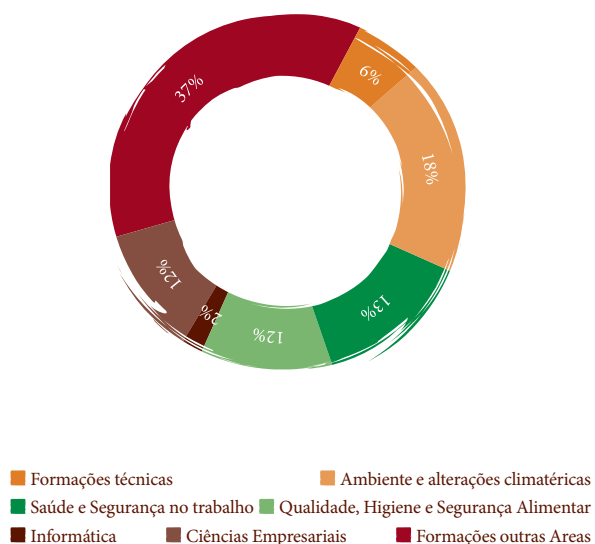
e aprovado pela Administração. Este plano é a expressão das escolhas realizadas pelas direcções das diferentes áreas, das diversas empresas do grupo, após análise prévia das necessidades de formação.

Assim, a Política de formação pretende responder a um triplo objectivo:

- Permitir a adaptação dos colaboradores às modificações da natureza das actividades resultantes da estratégia do Grupo;
- Permitir assegurar e assumir as inovações e as alterações a realizar para garantir o desenvolvimento da Delta Cafés;
- Permitir a qualificação dos colaboradores, assegurando o percurso escolar e profissional.

NÚMERO DE FORMADOS POR ACÇÕES DE FORMAÇÃO

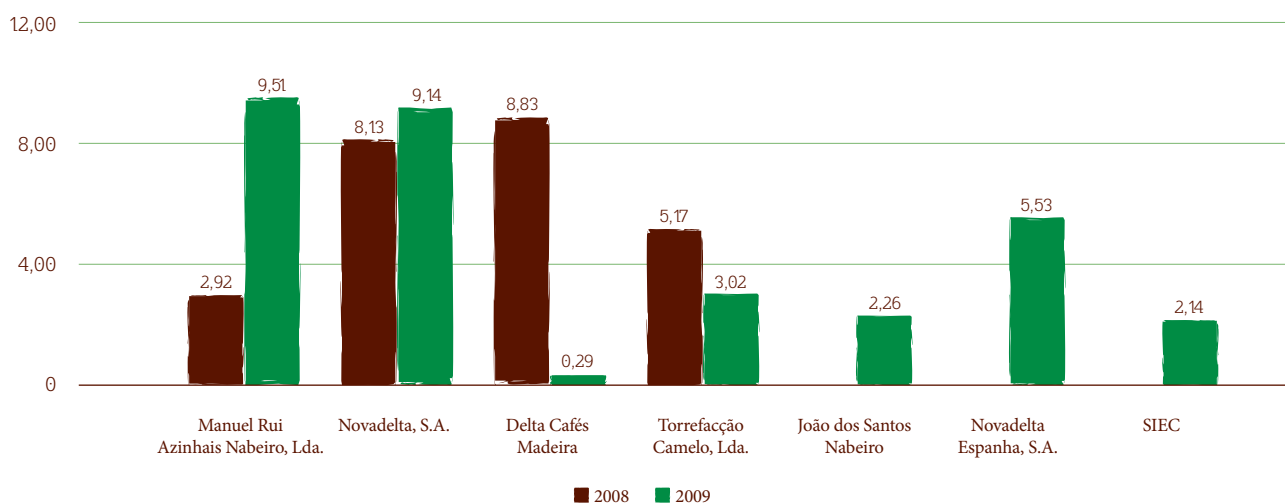
	N.º DE FORMANDOS EM		TOTAL
	2008	2009	
Formação Barista em Sala	273	242	726
Formação Barista no Exterior	138	96	664
Formações Baristas	36	24	60
Técnicas de Venda 1		17	17
Técnicas de Vendas 2		12	12
Energias Solares		11	11
Projecto EXITE – IBM		12	12
Escola Cidadania Jovem		8	8
Formação Inicial de Formadores		30	30
Master	58	47	105
	505	499	1.645

TOTAL DE ACÇÕES DE FORMAÇÃO
POR ÁREA TEMÁTICA

O CENTRO INTERNACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO COMENDADOR RUI NABEIRO TEM VINDO A ASSUMIR-SE COMO UM VERDADEIRO PIVOT ESTRATÉGICO DA FORMAÇÃO PARA AS PARTES INTERESSADAS.

O Centro Internacional de Pós-Graduação Comendador Rui Nabeiro desenvolveu uma oferta bastante diversificada que abrange, a formação especializada em áreas tão distintas como: Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), Marketing, Gestão, Qualidade, Ambiente, Segurança e Higiene do Trabalho, Segurança Alimentar/HACCP, Línguas Estrangeiras, Desenvolvimento Pessoal e, também, toda a formação dirigida aos operadores no sector do café, onde se insere o embrionário e inovador projecto da Escola de Formação “Grão Mayor”.

MÉDIA DE HORAS DE FORMAÇÃO POR COLABORADOR



Considerando que o Grupo Nabeiro reconhece que a qualificação dos colaboradores se revela um recurso fundamental para o desenvolvimento deste sistema, por isso, tem vindo a promover um esforço de formação, a que importa dar visibilidade e continuidade. Dentro deste contexto estabelece um Protocolo entre Agência Nacional para a Qualificação (ANQ) no âmbito da Iniciativa das Novas Oportunidades de forma a uma dinamização conjunta dos dispositivos da educação e formação escolar e profissional com o objectivo de desenvolver os níveis de qualificação dos colaboradores.

Salienta-se o Protocolo de Colaboração recentemente assinado entre Instituto de Emprego e Formação Profissional (I.E.F.P.)

e o Grupo Nabeiro no âmbito da Iniciativa Novas Oportunidades, por forma a dinamizar de forma conjunta cursos de aprendizagem, na óptica do reforço e diversificação das ofertas formativas de dupla certificação de nível secundário e que tem vindo a constituir como uma condição fundamental de suporte às exigências de desenvolvimento das economias baseadas no conhecimento.

Para além do trabalho desenvolvido em contínuo com o Instituto do Emprego e Formação Profissional I.E.F.P. – (Centro de Formação Profissional de Portalegre e com o Centro de Emprego de Elvas), entre outras Entidades Formadoras, o Grupo Nabeiro tem parcerias com:

UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

- Projectos de Formação Avançada para Colaboradores nas mais diversas áreas: Marketing, Recursos Humanos, Distribuição, entre outras.

UNIVERSIDADE DE ÉVORA

- Master Café Delta – Curso de formação (45 horas), destinado a Clientes/Colaboradores. Cerca de 280 participantes foram já formados;
- Mestrado em Empreendedorismo e Inovação – Nos anos lectivos 2006/2008, colaboradores de empresas da NABEIROGEST, S.A. frequentaram este Mestrado;
- Mestrado em Gestão – Nos anos lectivos 2008/2010, colaboradores de empresas da NABEIROGEST, S.A. frequentam este Mestrado;

INSTITUTO POLITÉCNICO DE PORTALEGRE

- Pós-Graduação em Gestão Estratégica no sector Agro-Alimentar

5.1.1.3 – POLÍTICA DE SAÚDE, SEGURANÇA E HIGIENE

Foi criada uma equipa interna de Gestão da Saúde e Segurança no trabalho, que em colaboração com uma empresa de prestação de serviços, trabalham no sentido de assegurar a estratégia definida para a prevenção de riscos profissionais ao nível das Empresas do Grupo Nabeiro. Para garantir a aplicação destes princípios a empresa desenvolveu um sistema integrado de gestão que contempla a Política de Higiene, Saúde e Segurança que é aplicada a todos os colaboradores. Esta pretende contribuir para a prevenção de riscos profissionais, para o aumento da competitividade e a diminuição da sinistralidade.

Entre os princípios fundamentais desta política contam-se:

- Identificação, avaliação e prevenção de riscos para a segurança e promoção da saúde nos locais de trabalho (agentes físicos, químicos e biológicos);

- Planeamento de programas de avaliação de riscos e respectivas medidas preventivas/correctivas para o conjunto das actividades da empresa, assim como, para os riscos profissionais em geral;
- Informação e formação sobre os riscos para a segurança e saúde, bem como, sobre as medidas de protecção e prevenção;
- Organização dos meios destinados à prevenção e protecção colectiva ou individual e coordenação das medidas a adoptar em caso de perigo grave e iminente;
- Afixação da sinalização de segurança nos locais de trabalho.

Os colaboradores representados em Comissões de segurança e saúde no trabalho perfazem 23% do universo da Delta cafés e são um veículo importante para o cumprimento das obrigações legais da organização neste âmbito, contribuindo para identificar e assegurar as condições de segurança e de saúde em todos os aspectos com o trabalho.

N.º DE ACIDENTES, DOENÇAS OCUPACIONAIS E ABSENTISMO

DELTA SGPS	2007	2008	2009
Acidentes	81	84	80
Com baixa	55	47	49
Sem baixa	26	37	31
Taxa de Frequência	16	14	14
Taxa de Gravidade	341	419	457
Taxa de Doenças Ocupacionais	0	0	0
Absentismo (%)	3%	3%	3%
Óbitos	0	0	0



5.1.1.4 – REGALIAS E BENEFÍCIOS SOCIAIS

A Delta Cafés complementa o regime de assistência médico, proporcionado pela segurança social, com a atribuição aos seus colaboradores de um seguro de saúde. Este seguro de saúde garante a todos os colaboradores do grupo o acesso nas comunidades locais a um conjunto de serviços de cuidados de saúde nos quais se inclui uma rede de cuidados médicos primários que garantem serviços de clínica geral e várias especialidades. Esta rede abrange ainda meios auxiliares de diagnóstico, serviços complementares e internamento hospitalar.

Existem alguns protocolos com outras entidades que permitem que os seus colaboradores desfrutem de algumas regalias como por exemplo condições especiais na aquisição para o agregado familiar de bens e serviços, tais como produtos bancários, automóveis, viagens, alimentação, produtos de segurança e protecção activa bem como todos os produtos e serviços do Grupo Nabeiro.

Nas empresas industriais da Delta Cafés existe um serviço de transporte e refeição gratuito para todos os colaboradores.

5.1.2 – CRESCER COM ORGULHO

A necessidade de criar um novo modelo de gestão de Recursos Humanos (R.H.) deu a origem um diagnóstico de clima organizacional. A partir deste estudo foram identificadas determinadas necessidades o que levou a desenvolver o programa Crescer com Orgulho, o qual visa reconhecer e

desenvolver competências nos colaboradores. Este programa tem um horizonte temporal de 3 anos, sendo progressivo.

Na fase inicial foram envolvidos os sectores considerados estratégicos, face às necessidades detectadas no diagnóstico.

Os objectivos do Programa são:

- Melhor conhecimento dos colaboradores e identificação dos aspectos a melhorar;
- Promover a comunicação das chefias com os colaboradores e o feedback dos pontos a melhorar;
- Definição das possibilidades de progressão de carreira;
- Redefinição de procedimentos comuns de Gestão de RH que permita escolher e manter os melhores talentos no Grupo;
- Redefinição de critérios objectivos para avaliar os colaboradores;
- Orientar os colaboradores para uma atitude pró-activa;
- Clareza dos critérios valorizados na estratégia organizacional;

Neste momento, o programa encontra-se numa fase avançada, no sentido em que já foi realizado a avaliação das competências individuais e das equipas, e está a ser desenvolvido e implementado um novo sistema de avaliação de desempenho e de gestão de carreiras.



EM 2009 REALIZOU-SE A CONVENÇÃO DE VENDAS IBÉRICA SOB O TEMA "TODOS SOMOS DELTA", PARA CERCA DE 700 COLABORADORES.



5.1.3 – CONVENÇÃO "TODOS SOMOS DELTA"

A Delta Cafés reuniu todos os seus comerciais, num total de dois dias, na Convenção Ibérica 2009 que contou com 700 participantes e teve como principais objectivos reforçar o espírito de equipa e a comunicação interna. Neste evento, foram reconhecidos e premiados alguns colaboradores da área comercial, face à antiguidade e dedicação à Delta Cafés. Também marcaram presença nesta cerimónia, antigos colaboradores aposentados, que pela sua prestação se destacaram na construção da marca, tendo sido homenageados publicamente.

5.2 – OS NOSSOS PARCEIROS

Ambicionando uma cadeia de fornecimento sustentável, a Delta Cafés procura os parceiros que mais se coadunam com seus princípios. Assim sendo os fornecedores são seleccionados por um processo de qualificação através do qual se comprometem a respeitar os valores contidos nos Princípios Orientadores de Negócio, tentando desta forma evitar casos de conivência em casos de trabalho infantil, trabalho forçado, discriminação laboral e impactes ambientais.

A verificação dos princípios Orientadores de Negócio é efectuada por uma equipa de auditores internos e obedece a um plano anual de auditorias.

É na central de compras do Grupo Nabeiro que residem os serviços integrados de selecção análise das necessidades, qualificação, acompanhamento e negociação com os fornecedores.

Os serviços prestados pela Central de Compras visam otimizar o processo de compras de todas as empresas do Grupo Nabeiro, cumprindo com os requisitos normativos de cada unidade de negócio, de forma a se obter a melhor relação de qualidade/preço.

A responsabilidade da avaliação dos fornecedores depende da direcção de sistemas integrados, garantindo o princípio da transparência entre a selecção e a avaliação.

Em 2009 as compras efectuadas pela Delta Cafés foram 185.711.900 euros, menos 14,72% do que em 2008. Destas 29,9% fora efectuadas a fornecedores locais e em 2008 representavam 28,62%.



Parcerias Estratégicas

Ao longo do tempo o fundador da Delta privilegiou um modelo de crescimento interno assente na criação de empresas de suporte ao modelo de negócio, criando emprego e promovendo a sustentabilidade das comunidades:

Tecnidelta assistência técnica aos clientes directos e indirectos através de sistema de assistência permanente apoiado por uma linha verde acessível 24 horas.

Toldiconfex produção de artigos de *merchandising* como toldos, reclames luminosos e guarda-sóis.

Nabeirorest consultoria no desenvolvimento de unidades de cafetaria.

Controla o sistema de *franchising* do grupo Nabeiro, sendo ainda responsável pela gestão de lojas próprias de restauração e cafetaria.

Nabeirotrans empresa responsável pela logística e macro distribuiçãodo Grupo.

Nabeirimovel gere o património imobiliário do Grupo.

Nabeirauto gere a frota de veículos ligeiros do Grupo.

Nabeirodist gere a gama e as representações dos produtos complementares e as lojas Alentejo.

Nabeirogest holding do Grupo Nabeiro que integra a Delta Cafés SGPS, *sub-holding* para a área do café e todas as outras actividades do Grupo.

Delta Serviços empresa que engloba e coordena as áreas de serviço transversais do Grupo, nomeadamente a consultoria administrativa, financeira, auditoria, recursos humanos, formação, manutenção, qualidade, ambiente, jurídico, marketing, sistemas de informação e cartão cliente.

Como testemunho da proximidade da Delta Cafés às comunidades locais, torna-se imprescindível descrever a maioria dos parceiros com quem a Delta Cafés esta relacionada e que em conjunto permitiu construir Um Mundo de Rosto Humano.

REDE DE PARCERIAS

- AIP – Associação Industrial Portuguesa
- APG – Associação Portuguesa dos Gestores e Técnicos dos Recursos Humanos
- AEP – Associação Empresarial de Portugal
- Instituto Dom Francisco Gomes
- ACP – Automovel Club de Portugal
- Sporting Clube Farense
- Câmara de Comércio Indústria Portugal – Angola
- Clube Desportivo da Cova da Piedade
- Câmara de Comércio Americana em Portugal
- Associação dos Profissionais de Restaurante
- Casa do Menino Jesus
- ADHP – Associação dos Directores de Hotéis de Portugal
- A Voz do Operário
- Comité Português para a UNICEF
- Associação Humanitária dos Bombeiros Voluntários de Vila Viçosa
- CCP – Confederação do Comércio e Serviços de Portugal
- CODIPOR – Associação Portuguesa de Identificação e Codificação de Produtos
- APEF – Associação Portuguesa das Empresas Familiares
- Clube Militar dos Oficiais de Setúbal
- PROSALIS – Projecto de Saúde em Lisboa
- Clube Oriental de Lisboa
- Clube de Futebol União de Coimbra
- Ass. Com. Bombeiros de Coimbra
- Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa
- Confraria dos Enófilos do Alentejo
- Bombeiros Voluntários de Lagoa
- Sociedade Recreativa e Musical de Almoçageme
- Banco Alimentar Contra a Fome – Aveiro
- ALIAC – Associação Luso-Indonésia para a Amizade e Cooperação
- Coração Delta – Associação de Solidariedade Social
- Associação Regional dos Hoteleiros da Costa do Estoril, Sintra, Mafra e Oeiras
- Soc. Historica Portugal
- AICC – Associação Industrial e Comercial do Café
- Associação Filarmónica Flor do Alva
- Associação Humanitária de Bombeiros Voluntários de Évora

- AEP – Associação Empresarial de Portugal
- APAN – Associação Portuguesa de Anunciantes
- APEE – Associação Portuguesa de Ética Empresarial
- APHORT – Associação Portuguesa de Hotelaria, Restauração e Turismo
- APLOG – Associação Portuguesa de Logística
- ARESP – Associação de Restauração e Similares de Portugal
- BCSD Portugal
- CCIPN – Câmara de Comércio e Indústria Portugal-Namíbia
- CCILE – Câmara de Comércio e Indústria Luso Espanhola
- Câmara de Comércio e Indústria Luso-Sul-Africana
- Câmara de Comércio Portugal-Moçambique
- Câmara de Comércio Luso-Belga-Luxemburguesa
- Câmara de Comércio Luso-Ucraniana
- Câmara Hispano-Portuguesa
- Casa de Espanha
- Centro Nacional de Embalagem
- Clube de Empresários de Coimbra
- COTEC Portugal
- CSR Europe
- Fórum Café
- Instituto de Merchandising
- NERPOR – Núcleo Empresarial da Região de Portalegre
- RSE Portugal
- COEBA – Confederación de Organizaciones Empresariales de la Provincia de Badajoz
- Asociacion de Empresarios de Chiclana
- Ecoembalajes España
- Asociacion Empresarios Casco Antiguo Badajoz
- Asociacion Empresarios Malaga
- Asociacion de Empresarios del Poligono
- Chambre De Commerce et D'industrie Franco Portugaise
- CEPYME – Asociacion Provincial de Empresarios de Espectaculos y Hosteleria de Badajoz
- AECOC – Asociacion Española de Codificacion Comercial

03

DESAFIOS FUTUROS







PLANETA DELTA

Os valores e os princípios de negócio do fundador deram origem ao desenvolvimento de uma gestão de rosto humano assente num compromisso, a responsabilidade para com o futuro.

A Delta Cafés assumiu desde sempre que a competitividade depende da capacidade de gerar valor integrando as dimensões económica, social e ambiental e da sua partilha com os diferentes parceiros e partes interessadas.

A Delta Cafés acredita que esta é a forma correcta de contribuir para o desenvolvimento sustentável do planeta.

Os desafios futuros aos quais a Delta se compromete no presente relatório, são fruto de uma aprendizagem contínua da empresa e dos seus colaboradores, de análises às melhores práticas mundiais, de empresas com negócios e desafios semelhantes, são fruto da consulta efectuada às nossas principais partes interessadas e finalmente, são fruto da decisão estratégica do Conselho de Administração, que de acordo com a estratégia, cultura e história da empresa, definiu um compromisso para realizar a dois anos.

LIGADOS DE VERDADE, OS NOSSOS DESAFIOS:

SUSTENTABILIDADE NAS ORIGENS

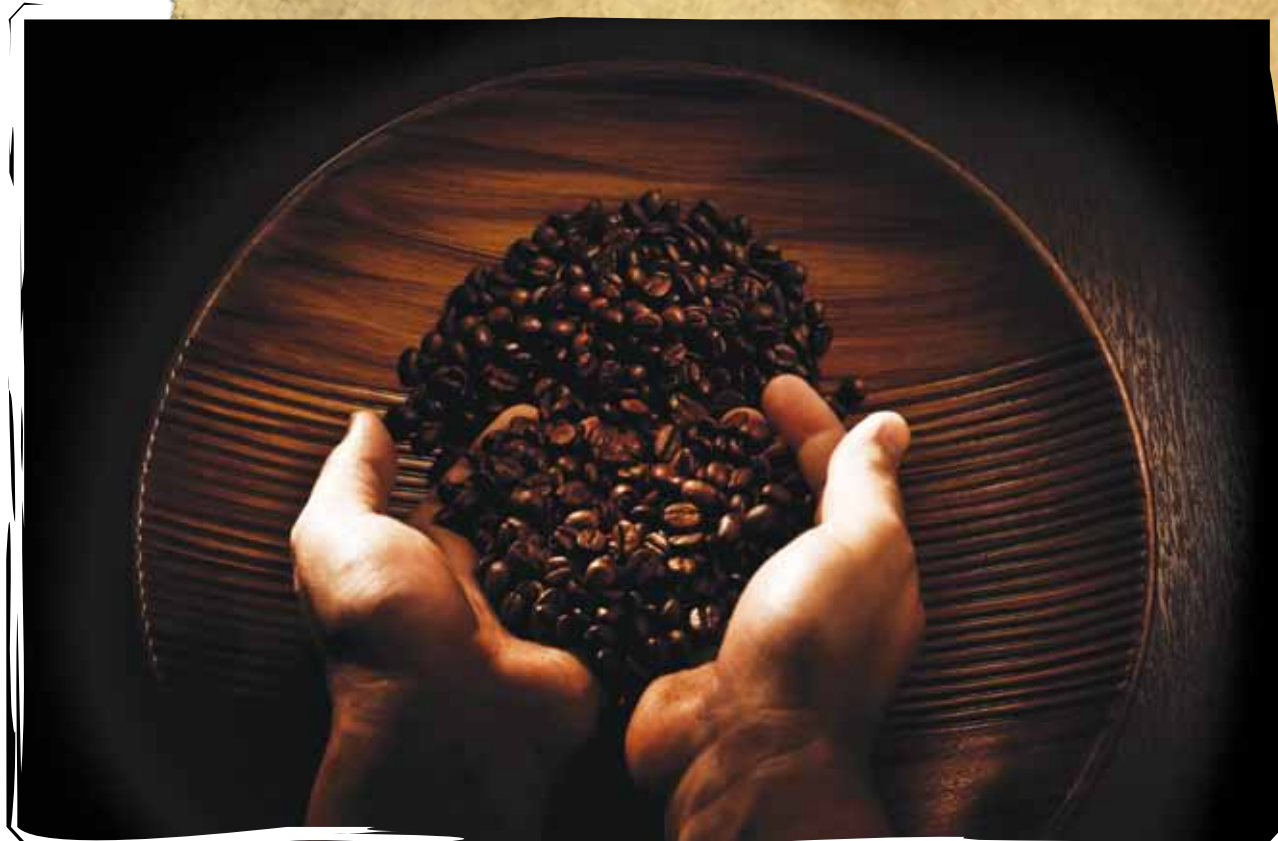
- Desenvolver programas junto de produtores de café do Brasil, de Angola e de Timor com vista à melhoria das suas condições de vida e ao desenvolvimento de práticas de cultivo sustentável.
- Aumentar o volume e compras de café sustentável.

QUALIDADE

- Promover a rastreabilidade e a sustentabilidade na cadeia de fornecimento.
- Manter a diversidade das origens nos diversos lotes de café produzidos pela Delta para obter o padrão de qualidade Delta procurando potenciar a manutenção da economia local e da biodiversidade.

ECO-EFICIÊNCIA

- Reforçar programa para redução do consumo de energia, de água, de papel e de combustível.
- Promover a comercialização de café sustentável, acompanhado de programas de sensibilização junto dos consumidores.



- Desenvolver e apoiar campanhas de sensibilização sobre a importância da manutenção da Biodiversidade.
- Investigar o potencial de utilização de embalagens mais amigas do ambiente.
- Utilizar as embalagens dos produtos para realizar campanhas de comunicação do desempenho e práticas de sustentabilidade da Delta e sensibilização para os temas do Desenvolvimento Sustentável.

INOVAÇÃO RESPONSÁVEL

- Desenvolver campanhas de sensibilização na área da saúde, actividade física e nutrição.
- Reforçar os laços culturais entre as comunidades produtoras de café através da realização do festival Delta Tejo que pretende desenvolver um espaço multicultural e aberto.
- Continuar a apoiar diversas causas que visem colmatar alguns problemas da nossa sociedade e atingir determinados grupos com maiores carências, entre os quais os idosos e as crianças.
- Difundir e implementar o Manual de empreendedorismo do Coração Delta “Ter ideias para mudar o mundo” nas escolas.

- Implementar mecanismos de medição do impacto dos programas desenvolvidos em benefício da comunidade

LIGADOS DE VERDADE

- Expandir o conceito de embaixadores de responsabilidade social a todas as áreas de negócio.
- Desenvolvimento de um programa para a igualdade de oportunidades.
- Desenvolver mecanismos/benefícios adicionais que promovam o bem-estar e qualidade da vida dos colaboradores, nomeadamente no que se refere ao incentivo da prática desportiva regular.
- Reforçar o modelo de avaliação de desempenho e evolução de carreiras
- Alargar o projecto Coração Delta propagando deste modo o espírito do voluntariado nas diversas comunidades locais.
- Desenvolver um plano de comunicação, com vista a melhorar a difusão da informação pelas diversas geografias onde a empresa actua.
- Reforçar a comunicação interna, através dos mecanismos, para sensibilização dos colaboradores sobre boas práticas.

ANEXO 1:

CRITÉRIOS USADOS NO CÁLCULO DOS INDICADORES DE DESEMPENHO AMBIENTAL

Na análise do consumo total de energia, os consumos proveniente das diferentes fontes de energia foram convertidos para a mesma unidade energética. A unidade utilizada foi a tonelada equivalente de petróleo (tep) tendo sido utilizado os seguintes factores de conversão:

Electricidade – 1 kWh = 0,000215 tep
(fonte: DGEG, despacho n.º 17313/2008)

Gás natural – densidade = 0,0008404 toneladas/m³N; 1,077 tep/ton (fonte: DGEG, despacho n.º 17313/2008)

Gasóleo – densidade – 0,000837 toneladas/litro (fonte: Instituto do Ambiente); 1,022 tep/ton (fonte: DGEG, despacho n.º 17313/2008)

Gasolina – densidade – 0,000735 toneladas/litro (fonte: Instituto do Ambiente); 1,063 tep/ton (fonte: DGEG, despacho n.º 17313/2008)

Na contabilização das emissões de dióxido de carbono com origem no consumo de energia, foram utilizados os seguintes factores de emissão:

Electricidade – 0,47 kg CO₂/kWh electricidade
(fonte: DGEG, despacho n.º 17313/2008)

Gás natural – 2683,7 kg CO₂/tep gás natural
(fonte: DGEG, despacho n.º 17313/2008)

Gasóleo – 3098,2 kg CO₂/tep gasóleo
(fonte: DGEG, despacho n.º 17313/2008)

Gasolina – 2897,3 kg CO₂/tep gasolina
(fonte: DGEG, despacho n.º 17313/2008)

TABELA GRI

INDICADORES GRI	PÁGINA GRI	PRINCÍPIO DO GLOBAL COMPACT	JUSTIFICAÇÃO ADICIONAL
1 Estratégia e Análise			
1.1 Mensagem do Presidente	8; 9		
1.2 Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades.	23; 24; 28; 30		
2 Perfil da Organização			
2.1 Denominação da organização relatora.	4		
2.2 Principais marcas, produtos e/ou serviços.	12-13		
2.3 Estrutura operacional da organização e principais divisões, operadoras, subsidiárias e joint ventures.	13-14		
2.4 Localização da sede social da organização.	Verso Capa		
2.5 Número de países em que a organização opera, assim como os nomes dos países onde se encontram as principais operações ou que têm uma relevância específica para as questões da sustentabilidade, abrangidas pelo relatório.	Mundo Delta		
2.6 Tipo e natureza jurídica da propriedade.	Verso Capa		
2.7 Mercados abrangidos (incluindo uma análise geográfica discriminativa, os sectores abrangidos e os tipos de Clientes/beneficiários).	Mundo Delta		
2.8 Dimensão da organização relatora.	Mundo Delta		
2.9 Principais alterações que tenham ocorrido, durante o período abrangido pelo relatório, referentes à dimensão, à estrutura organizacional ou à estrutura accionista.	4-5		
2.10 Prémios recebidos durante o período abrangido pelo relatório.	42; 59		
3 Parâmetros do Relatório			
3.1 Período abrangido para as informações apresentadas no relatório.	4-5		
3.2 Data do último relatório publicado.	4-5		
3.3 Ciclo de publicação de relatórios.	4-5		
3.4 Contacto para perguntas referentes ao relatório ou ao seu conteúdo.	Verso Capa		
3.5 Processo para a definição do conteúdo do relatório.	4-5; 19		
3.6 Limite do relatório.	4-5		
3.7 Refira quaisquer limitações específicas relativas ao âmbito e ao limite do relatório.	4-5		
3.8 Base para a elaboração do relatório, no que se refere a <i>joint ventures</i> , subsidiárias, instalações arrendadas, operações atribuídas a serviços externos e outras entidades, passíveis de afectar significativamente a comparação entre diferentes períodos e/ou organizações.	4-5		
3.9 Técnicas de medição de dados e as bases de cálculo, incluindo hipóteses e técnicas subjacentes às estimativas aplicadas à compilação dos indicadores e de outras informações contidas no relatório.	4-5; 80		
3.10 Explicação do efeito de quaisquer reformulações de informações existentes em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações.	4-5		
3.11 Alterações significativas, em relação a relatórios anteriores, no âmbito, limite ou métodos de medição aplicados.	4-5		
3.12 Sumário do Conteúdo da Tabela GRI.	81-87		
3.13 Política e prática corrente relativa à procura de um processo independente de garantia de fiabilidade para o relatório.	4-5; 88-89		
4 Corporate Governance, Compromissos e Envolvimento			
4.1 Estrutura de governação da organização, incluindo comissões subordinadas ao órgão de governação hierarquicamente mais elevado e com responsabilidade por tarefas específicas, tais como a definição da estratégia ou a supervisão da organização.	12-14		
4.2 Indique se o Presidente do órgão de governação hierarquicamente mais elevado é, simultaneamente, um director executivo (e, nesse caso, quais as suas funções no âmbito da gestão da organização e as razões para esta composição).	12-14		

TABELA GRI

INDICADORES GRI	PÁGINA GRI	PRINCÍPIO DO GLOBAL COMPACT	JUSTIFICAÇÃO ADICIONAL
4.3 Indique, no caso de organizações com uma estrutura de administração unitária, o número de membros do órgão de governação hierarquicamente mais elevado que são independentes e/ou os membros não-executivos.	12-14		
4.4 Mecanismos que permitam aos accionistas e funcionários transmitir recomendações ou orientações ao órgão de governação hierarquicamente mais elevado.	17		
4.5 Relação entre a remuneração dos membros do órgão de governação hierarquicamente mais elevado, dos directores de topo e dos executivos (incluindo acordos de tomada de decisão) e o desempenho da organização (incluindo o desempenho social e ambiental).			Só existem remunerações fixas.
4.6 Processos ao dispor do órgão de governação hierarquicamente mais elevado para evitar a ocorrência de conflitos de interesse.	4-5; 15-16; 28-30		
4.7 Processo para a determinação das qualificações e competências exigidas aos membros do órgão de governação hierarquicamente mais elevado para definir a estratégia da organização relativamente às questões ligadas ao desempenho económico, ambiental e social.			A Delta Cafés, SGPS é uma empresa familiar. A Gestão de topo da Organização é composta pelo seu fundador e respectiva família.
4.8 O desenvolvimento interno de declarações de princípios ou de missão, códigos de conduta e princípios considerados relevantes para o desempenho económico, ambiental e social, assim como a fase de implementação.	10-11		
4.9 Processos do órgão de governação, hierarquicamente mais elevado, para supervisionar a forma como a organização efectua a identificação e a gestão do desempenho económico, ambiental e social, a identificação e a gestão de riscos e oportunidades relevantes, bem como a adesão ou conformidade com as normas internacionalmente aceites, códigos de conduta e princípios.	10; 14		
4.10 Processos para a avaliação do desempenho do órgão de governação hierarquicamente mais elevado, especialmente em relação ao desempenho económico, ambiental e social.			A avaliação da gestão de topo é feito em assembleia geral pelos accionistas e seu representantes, incluindo a Gestão de topo, que se faz representar como accionista.
4.11 Princípio da precaução da organização.	9-10; 28-30		
4.12 Cartas, princípios ou outras iniciativas, desenvolvidas externamente, de carácter económico, ambiental e social, que a organização subscreve ou defende.	75		
4.13 Participação significativa em associações e/ou organizações de defesa nacionais/internacionais.	23		
4.14 Relação dos grupos que constituem as partes interessadas envolvidas pela organização.	18-19		
4.15 Base para a identificação e selecção das partes interessadas a serem envolvidas.	18-19		
4.16 Abordagens utilizadas para envolver as partes interessadas, incluindo a frequência do envolvimento, por tipo e por grupos, das partes interessadas.	18-19		
4.17 Principais questões e preocupações identificadas através do envolvimento das partes interessadas e as medidas adoptadas pela organização no tratamento das mesmas, nomeadamente através dos relatórios.	18-19; 28-30		
Desempenho Económico			
Abordagem da Gestão, objectivos, desempenho, políticas e contextualização	16; 23; 32-33; 69-70; 72		

TABELA GRI

INDICADORES GRI	PÁGINA GRI	PRINCÍPIO DO GLOBAL COMPACT	JUSTIFICAÇÃO ADICIONAL
EC1 Valor económico directo gerado e distribuído, incluindo: Produto bancário; Custos operativos; Custos por Colaborador; Donativos e outros investimentos na comunidade; Resultado líquido; Pagamento a investidores e Impostos.	22		
EC2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as actividades da organização, devido às alterações climáticas.	40-41		
EC3 Cobertura das obrigações referentes ao plano de benefícios definidos pela organização.			A Delta Cafés, não possui um Fundo de Pensões.
EC4 Apoio financeiro significativo recebido do governo.	Mundo Delta		
EC5 Rácio entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, nas unidades operacionais importantes.	68	1	
EC6 Políticas, práticas e proporção de custos com Fornecedores locais, em unidades operacionais importantes.	74		
EC7 Procedimentos para contratação local e proporção de cargos de gestão de topo ocupado por indivíduos provenientes da comunidade local, nas unidades operacionais mais importantes.		6	A contratação local está na génese da empresa desde a sua fundação. A empresa com origem em Campo Maior, emprega a esmagadora maioria dos seus colaboradores na região onde possui as suas operações mais significativas.
EC8 Desenvolvimento e impacto dos investimentos em infra-estruturas e serviços que visam essencialmente o benefício público através de envolvimento comercial, em géneros ou <i>Pro bono</i> .	48-63	1	
EC9 Descrição e análise dos Impactes Económicos Indirectos mais significativos, incluindo a sua extensão.	Mundo Delta 48-63	1	
Desempenho Ambiental			
Abordagem da Gestão, objectivos, desempenho, políticas e contextualização	16; 23; 32-33; 69-70; 72		
EN1 Materiais utilizados, por peso ou por volume.	30	8	
EN2 Percentagem de materiais utilizadas que são provenientes de reciclagem.		7; 8; 9	Este indicador não é aplicável, porque as matérias-primas relevantes para a operação da empresa, não são passíveis de serem fornecidas através de um processo de reciclagem.
EN3 Consumo directo de energia, discriminado por fonte de energia primária.	34-37	8	
EN4 Consumo indirecto de energia, discriminado por fonte primária.	34-37	8	
EN5 Total de poupança de energia devido a melhorias na conservação e na eficiência.	34-37	8; 9	
EN6 Iniciativas para fornecer produtos e serviços baseados na eficiência energética ou nas energias renováveis, e reduções no consumo de energia em resultado dessas iniciativas.	34-37 21-22	8; 9	
EN7 Iniciativas para reduzir o consumo indirecto de energia e reduções alcançadas.	34-37	8; 9	
EN8 Consumo total de água, por fonte.	38	8	
EN9 Recursos hídricos significativamente afectados pelo consumo de água.			Não reportado
EN10 Percentagem e volume total de água reciclada e reutilizada.	38	8; 9	
EN11 Localização e área dos terrenos pertencentes, arrendados ou administrados pela organização, no interior de zonas protegidas, ou a elas adjacentes, e em áreas de alto índice de biodiversidade fora das zonas protegidas.	40-41	8	

TABELA GRI

INDICADORES GRI	PÁGINA GRI	PRINCÍPIO DO GLOBAL COMPACT	JUSTIFICAÇÃO ADICIONAL
EN12 Descrição dos impactos significativos de actividades, produtos e serviços sobre a biodiversidade das áreas protegidas e sobre as áreas de alto índice de biodiversidade fora das áreas protegidas.	24-25	8	
EN13 Habitats protegidos ou recuperados.	40-41	8	
EN14 Estratégias e programas, actuais e futuros, de gestão de impactos na biodiversidade.	40-41	8	
EN15 Número de espécies, na Lista Vermelha da IUCN e na lista nacional de conservação das espécies, com habitats em áreas afectadas por operações, discriminadas por nível de risco de extinção.			Não reportado
EN16 Emissões totais directas e indirectas de gases com efeito de estufa, por peso.	37	8	
EN17 Outras emissões indirectas relevantes de gases com efeito de estufa, por peso.			Não reportado
EN18 Iniciativas para reduzir as emissões de gases com efeito de estufa, assim como reduções alcançadas.	34-37	7; 8; 9	
EN19 Emissão de substâncias destruidoras da camada de ozono, por peso.			Não reportado
EN20 NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas, por tipo e por peso.			Não reportado
EN21 Descarga total de água, por qualidade e destino.	38	8	
EN22 Quantidade total de resíduos, por tipo e método de eliminação.	38	8	
EN23 Número e volume total de derrames significativos			As actividades da Delta Cafés, SGPS, não apresentam nenhum risco para a ocorrência de derrames. O transporte de matéria prima ou produto final, não estão abrangidos pelos respectivos indicadores.
EN24 Peso dos resíduos transportados, importados, exportados ou tratados, considerados perigosos nos termos da Convenção de Basileia – Anexos I,II, III e IV e percentagem de resíduos transportados por navio, a nível internacional.			Não Aplicável
EN25 Identidade, dimensão, estatuto de protecção e valor para a biodiversidade dos recursos hídricos e respectivos habitats, afectados de forma significativa pelas descargas de água e escoamento superficial			Não reportado
EN26 Iniciativas para mitigar os impactos ambientais de produtos e serviços e grau de redução do impacto.	34-41	8	
EN27 Percentagem recuperada de produtos vendidos e respectivas embalagens, por categoria.	49-51	8	
EN28 Montantes envolvidos no pagamento de coimas significativas e o número total de sanções não-monetárias por incumprimento das leis e regulamentos ambientais.			Ao longo de 2008 e 2009, a Delta Cafés, SGPS, não foi alvo de coimas ou sanções significativas por incumprimento de leis e regulamentos.
EN29 Impactes ambientais significativos, resultantes do transporte de produtos e outros bens ou matérias-primas utilizados nas operações da organização, bem como o transporte de funcionários.	Mundo Delta, 24-25		
EN 30 Total de gastos e investimentos ambientais			Não reportado
Desempenho Social			
Abordagem da Gestão, objectivos, desempenho, políticas e contextualização	16; 23; 32-33; 69-70; 72		
LA1 Discriminação da mão-de-obra total, por tipo de emprego, por contrato de trabalho e por região.	64-66		
LA2 Número total de trabalhadores e respectiva taxa de rotatividade, por faixa etária, género e região.	67	6	
LA3 Benefícios assegurados aos funcionários a tempo inteiro que não são concedidos a funcionários temporários ou a tempo parcial.			Todos os funcionários os colaboradores têm benefícios semelhantes independentemente do vínculo contratual.

TABELA GRI

INDICADORES GRI	PÁGINA GRI	PRINCÍPIO DO GLOBAL COMPACT	JUSTIFICAÇÃO ADICIONAL
LA4 Percentagem de trabalhadores abrangidos por acordos de contratação colectiva.	68	1; 3	A empresa cumpre com a regulamentação em vigor. Não existe um contrato colectivo de trabalho em vigor, sendo importante considerar o cumprimento com a legislação laboral em vigor. As políticas internas de responsabilidade social, certificam que nenhum colaborador fique de fora das práticas responsáveis que constroem a nossa reputação
LA5 Prazos mínimos de notificação prévia em relação a mudanças operacionais, incluindo se esse procedimento é mencionado nos acordos de contratação colectiva.			Não Reportado
LA6 Percentagem da totalidade da mão-de-obra representada em comissões formais de segurança e saúde, que ajudam no acompanhamento e aconselhamento sobre programas de segurança e saúde ocupacional.	72	1	
LA7 Taxa de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos e óbitos relacionados com o trabalho	72	1	
LA8 Programas em curso de educação, formação, aconselhamento, prevenção e controlo de risco, em curso, para garantir assistência aos trabalhadores, às suas famílias ou aos membros da comunidade afectados por doenças graves.	68-71	1	
LA9 Tópicos relativos a saúde e segurança, abrangidos por acordos formais com sindicatos.			Não existem acordos formais neste âmbito.
LA10 Média de horas de formação, por ano, por trabalhador, discriminadas por categoria de funções.	69-70		
LA11 Programas para a gestão de competências e aprendizagem contínua que apoiam a continuidade da empregabilidade dos funcionários e para a gestão de carreira.	69-71		
LA12 Percentagem de funcionários que recebem, regularmente, análises de desempenho e de desenvolvimento da carreira.			A avaliação de desempenho é anual para todos os colaboradores. Para colaboradores contratados é feita um mês antes do fecho do contrato.
LA13 Composição dos órgãos sociais da empresa e relação dos trabalhadores por categoria, de acordo com o género, a faixa etária, as minorias e outros indicadores de diversidade.	66; 67	1; 3	
LA14 Discriminação do rácio do salário base entre homens e mulheres, por categoria de funções.			Não reportado
HR1 Percentagem e número total de contratos de investimento significativos que incluam cláusulas referentes aos direitos humanos ou que foram submetidos a análise referentes aos direitos humanos.	28-30		
HR2 Percentagem dos principais Fornecedores e empresas contratadas que foram submetidos a avaliações relativas a direitos humanos e medidas tomadas.	28-30	1; 2; 3; 4; 5; 6	
HR3 Número total de horas de formação em políticas e procedimentos relativos a aspectos dos direitos humanos relevantes para as operações, incluindo a percentagem de funcionários que beneficiam das operações			Não reportado
HR4 Número total de casos de discriminação e acções tomadas.		1; 2; 6	Não foram registados casos de discriminação no período em reporte.
HR5 Casos em que exista um risco significativo de impedimento ao livre exercício da liberdade de associação e realização de acordos de contratação colectiva, e medidas que contribuam para a sua eliminação.		1; 2; 3	Os valores e a cultura da empresa e os respectivos sistemas de gestão que os suportam, eliminam o risco de impedimento ao exercício de liberdade de associação. As certificações das diferentes empresas nos respectivos sistemas, são uma garantia externa desta premissa.
HR6 Casos em que exista um risco significativo de ocorrência de trabalho infantil, e medidas que contribuam para a sua eliminação.		1; 2; 5	Os valores e a cultura da empresa e os respectivos sistemas de gestão que os suportam, eliminam o risco de impedimento ao exercício de liberdade de associação. As certificações das diferentes empresas nos respectivos sistemas, são uma garantia externa desta premissa.

TABELA GRI

INDICADORES GRI	PÁGINA GRI	PRINCÍPIO DO GLOBAL COMPACT	JUSTIFICAÇÃO ADICIONAL
HR7 Casos em que exista um risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou escravo, e medidas que contribuam para a sua eliminação.		1; 2; 4	Os valores e a cultura da empresa e os respectivos sistemas de gestão que os suportam, eliminam o risco de impedimento ao exercício de liberdade de associação. As certificações das diferentes empresas nos respectivos sistemas, são uma garantia externa desta premissa.
HR8 Percentagem do pessoal de segurança submetido a formação nas políticas ou procedimentos da organização, relativos aos direitos humanos, e que são relevantes para as operações.		1; 2	Não reportado
HR9 Número total de Incidentes que envolvam a violação dos direitos dos povos indígenas e acções tomadas.			Não aplicável
SO1 Natureza, âmbito e eficácia de quaisquer programas e práticas para avaliar e gerir os impactes das operações nas comunidades, incluindo no momento da sua instalação durante a operação e no momento da retirada.	24-25; 40-63		
SO2 Percentagem e número total de unidades de negócio alvo de análise de riscos à corrupção.			Não reportado
SO3 Percentagem de trabalhadores que tenham efectuado formação nas políticas e práticas de anti-corrupção da organização.		10	A formação sobre este aspecto está incluída na formação que os colaboradores da Delta têm vindo a beneficiar no âmbito do processo de certificação da empresa pela norma SA8000
SO4 Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção.		10	Não foram registados casos de corrupção ao longo do período em reporte.
SO5 Posições quanto a políticas públicas e participação na elaboração de políticas públicas.			A Delta não participou na elaboração de políticas públicas.
SO6 Valor total das contribuições a partidos políticos, políticos ou a instituições relacionadas, discriminadas por país.		10	A Delta não contribuiu para nenhum partido político ou Instituições relacionadas.
SO7 Número total de acções judiciais por concorrência desleal, antitrust e práticas de monopólio, bem como os seus resultados.			A Delta, não foi alvo de acções judiciais relevantes, por concorrência desleal e não foi alvo de coimas ou multas significativas.
SO8 Montantes das coimas significativas e número total de sanções não monetárias por incumprimento das leis e regulamentos.			A Delta, não foi alvo de acções judiciais relevantes, por concorrência desleal e não foi alvo de coimas ou multas significativas.
PR1 Indique os ciclos de vida dos produtos e serviços em que os impactes de saúde e segurança são avaliados com o objectivo de efectuar melhorias, bem como a percentagem das principais categorias de produtos e serviços sujeitas a tais procedimentos.	24-30	1	
PR2 Refira o número total de incidentes resultantes da não-conformidade com os regulamentos e códigos voluntários relativos aos impactes, na saúde e segurança, dos produtos e serviços durante o respectivo ciclo de vida, discriminado por tipo de resultado.	31-33	1	
PR3 Tipo de informação sobre produtos e serviços exigida por regulamentos, e a percentagem de produtos e serviços significativos sujeitos a tais requisitos.		8	A Delta cumpre com os requisitos, leis e normativos que regulam a rotulagem dos produtos e serviços.
PR4 Indique o número total de incidentes resultantes da não-conformidade com os regulamentos e códigos voluntários relativos à informação e rotulagem de produtos e serviços, discriminados por tipo de resultado.		8	Ao longo do período em reporte, não foram registados incidentes e não conformidades com os regulamentos relativos a rotulagem de produtos e serviços.

TABELA GRI

INDICADORES GRI	PÁGINA GRI	PRINCÍPIO DO GLOBAL COMPACT	JUSTIFICAÇÃO ADICIONAL
PR5 Procedimentos relacionados com a satisfação do Cliente, incluindo resultados de pesquisas que meçam a satisfação do Cliente.	31-33	1	
PR6 Programas de observância das leis, normas e códigos voluntários relacionados com comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio.			Não reportado
PR7 Indique o número total de incidentes resultantes da não-conformidade com os regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultado.		1	Ao longo do período em reporte, não foram registados incidentes e não conformidades com a conformidade dos normativos voluntários que regulam a actividade das empresas do Grupo, incluindo as relativas a comunicações de marketing, publicidade, promoção e patrocínio.
PR8 Número total de reclamações registadas relativas à violação da privacidade de Clientes.		1	Ao longo do período de reporte não foram registados violações relativo à privacidade de clientes.
PR9 Montante das coimas (significativas) por incumprimento de leis e regulamentos relativos ao fornecimento e utilização de produtos e serviços.			Ao longo do período de reporte não foram registados coimas ou sanções significativas relevantes.

Indicadores verificados pela Entidade Auditora

NÍVEL DE APLICAÇÃO DAS DIRECTRIZES DA GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

O presente relatório de Sustentabilidade foi verificado de acordo com as directrizes da *Global Reporting Initiative*, para a elaboração de relatórios de sustentabilidade. O nível de auto-declaração é o B, correspondendo a verificação de 20 indicadores de performance da empresa, as respectivas abordagens de Gestão e compromissos efectuados para a gestão dos aspectos sociais, ambientais e económicos relevantes para a actividade das empresas do Grupo.

Na base de elaboração deste relatório, foram ainda considerados, os princípios de qualidade e conteúdo exigido pela GRI, de forma a potenciar a transparência, a comparabilidade e o balanceamento do relatório, no que diz respeito à realidade da Delta Cafés SGPS.

VERIFICAÇÃO INDEPENDENTE DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

Ao Conselho de Administração da Delta Cafés SGPS, S.A.

INTRODUÇÃO

Fomos solicitados pelo Conselho de Administração da Delta Cafés SGPS, S.A. (Delta), para procedermos à verificação independente do “Relatório de Sustentabilidade 2009” (Relatório). A verificação foi efectuada de acordo com as instruções e critérios definidos pela Delta, referidos e divulgados no Relatório, e com os princípios e a abrangência descritos no Âmbito.

RESPONSABILIDADES

O Conselho de Administração da Delta é responsável pela preparação do Relatório e divulgação da informação de desempenho apresentada e seus critérios de avaliação bem como pelos sistemas de controlo interno, processos de recolha, agregação, validação e relato da mesma. A nossa responsabilidade consiste na elaboração de um relatório contendo o nosso parecer sobre a adequação daquela informação baseada nos procedimentos de verificação

independente que efectuámos e por referência aos termos acordados. Não assumimos qualquer responsabilidade perante qualquer outro propósito, pessoas ou organizações.

ÂMBITO

Os nossos procedimentos de revisão foram planeados e executados de acordo com o *International Standard on Assurance Engagements 3000* (ISAE 3000), e com referência ao Global Reporting Initiative, versão 3 (GRI3), de forma a obter um grau moderado de segurança sobre a adequação da informação constante do Relatório bem como dos sistemas e processos que lhe servem de suporte. A extensão dos nossos procedimentos é menor que a de uma auditoria e, por consequência, o nível de fiabilidade é mais baixo, consistindo em indagações e testes analíticos e algum trabalho substantivo.

A nossa verificação teve por âmbito os dados de 2008 e 2009 relativos aos indicadores de desempenho assinalados no índice GRI constante do Relatório.

Relativamente à Verificação da auto avaliação feita pela gestão dos níveis de conformidade do Global Reporting Initiative, versão 3 (GRI3), e tendo por base o GRI's *Reporting Framework Application Levels*, o nosso trabalho limitou-se a verificar a consistência com os requisitos no que respeita à existência de dados e informação mas não à qualidade ou veracidade dos mesmos.



Nesta verificação independente, os nossos procedimentos consistiram em:

- (i) Indagações à gestão e principais responsáveis das áreas em análise para compreender o modo como está estruturado o sistema de informação e a sensibilidade dos intervenientes às matérias incluídas no relato;
- (ii) Identificar a existência de processos de gestão internos conducentes à implementação de políticas económicas, ambientais e de responsabilidade social;
- (iii) Verificar numa base de amostra a eficácia dos sistemas e processos de recolha, agregação, validação e relato que suportam a informação de desempenho supracitada, através de cálculos e validação de dados reportados;
- (iv) Confirmar a observância de determinadas unidades operacionais às instruções de recolha, agregação, validação e relato de informação de desempenho;
- (v) Executar, numa base de amostra, alguns procedimentos de consubstanciação da informação, através de obtenção de evidência sobre informação reportada;
- (vi) Comparação dos dados financeiros e económicos com os constantes de “Relatório e Contas Consolidadas – Exercícios de 2008” e “Relatório e Contas Consolidadas – Exercícios 2009” auditados pelo auditor financeiro externo; e

- (vii) Confirmar a existência de dados e informações requeridos para atingir o nível B, auto declarado pela Delta, pela aplicação dos níveis do GRI3.

Os dados e informações analisados incluem além dos constantes do Relatório, informação disponível nos Relatórios e Contas Consolidadas de 2008 e 2009.

CONCLUSÕES

Com base no trabalho efectuado, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a concluir que os sistemas e processos de recolha, agregação, validação e relato da informação constante do Relatório não estão a funcionar de forma apropriada e que a informação divulgada, não esteja isenta de distorções materialmente relevantes.

Tendo por base a nossa verificação do Relatório e das Directrizes do GRI3, com os pressupostos incluídos no âmbito, concluímos que o Relatório inclui os dados e a informação requeridos para o nível B previsto no GRI3.

Lisboa, 24 de Maio de 2010

PricewaterhouseCoopers & Associados, SROC, Lda.
representada por:

António Joaquim Brochado Correia, ROC

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2009

FICHA TÉCNICA

Edição:

Departamento de Comunicação Corporativa
comunicacao@delta-cafes.pt

Coordenação e Elaboração:

Equipa da Sustentabilidade
Ana Isabel Carrapiço
Claudia Portela
Dionisia Gomes
Miguel Ribeirinho
sustentabilidade@delta-cafes.pt

Consultoria:

KPMG

Empresas Auditoras:

Ernst & Young
PricewaterhouseCoopers

Projecto Gráfico:

Barbieri – Marketing e Publicidade, Lda.

Para qualquer esclarecimento adicional, contacte sff:

Delta Cafés SGPS, S.A.
Avenida Calouste Gulbenkian
7370 Campo Maior
Telf: 268 699 200 / 268 680 000
Fax: 268 688960
www.delta-cafes.pt
www.planetadelta.pt
www.mydeltaq.com



Implementado em fabrico de pasta branca de eucalipto,
sem cloro elementar (ECFE)



A SUA OPINIÃO CONTA

O QUE ACHOU DESTE RELATÓRIO?

	EXCELENTE	BOM	INSUFICIENTE	MAU
ASPECTOS GERAIS				
Conteúdo escrito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tipo de linguagem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dimensão	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apresentação gráfica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ASPECTOS ESPECÍFICOS				
Como promovemos o negócio sustentável	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sustentabilidade nas Origens do Café	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eficiência no processo de produção	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A razão da diferenciação de Marca: Inovação Responsável	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A Delta e Inovação Social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Garantir sorrisos nos Rostos Delta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desafios Futuros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

QUE ASPECTOS POSITIVOS CONSIDEROU MAIS RELEVANTES NESTE RELATÓRIO?

	EXCELENTE	BOM	INSUFICIENTE	MAU
A dinâmica da Empresa				
A fiabilidade e a profundidade da informação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
As iniciativas promovidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A clareza da informação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

QUE ASPECTOS PODERÃO SER MELHORADOS EM FUTUROS RELATÓRIOS?

<input type="checkbox"/>	A dinâmica da Empresa
<input type="checkbox"/>	A fiabilidade e a profundidade da informação
<input type="checkbox"/>	A descrição das iniciativas promovidas
<input type="checkbox"/>	A clareza da informação
<input type="checkbox"/>	Outros*
* Quais: _____	

CONHECIA AS INICIATIVAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DA DELTA CAFÉS?

<input type="checkbox"/>	Conhecia
<input type="checkbox"/>	Conhecia parcialmente
<input type="checkbox"/>	Desconhecia

SE SIM, COMO TOMOU CONHECIMENTO?

- ☐ Comunicação social
- ☐ Organizações não governamentais
- ☐ Internet
- ☐ Relatório de Sustentabilidade de 2007
- ☐ Outros*

* Quais? _____

QUAL A SUA RELAÇÃO COM A DELTA CAFÉS?

- ☐ Colaborador
- ☐ Cliente
- ☐ Comunidade
- ☐ Fornecedor
- ☐ Parceiro Estratégico
- ☐ Accionista
- ☐ Outro*

*Qual? _____

Na qualidade de parte interessada assinalada na pergunta anterior quais os aspectos mais importantes reportados no presente relatório?

A QUE OUTRA INFORMAÇÃO SOBRE A DELTA CAFÉS GOSTARIA DE TER ACESSO?

QUER DEIXAR-NOS ALGUMA SUGESTÃO?

Caso pretenda uma resposta pessoal às suas sugestões, assinale aqui e indique-nos o seu contacto

☐

IDENTIFICAÇÃO (PREENCHIMENTO OPCIONAL)

Nome: _____

Empresa: _____

MUITO OBRIGADO
PELA SUA PARTICIPAÇÃO!





**Delta Cafés,
SGPS**

Avenida Calouste Gulbenkian, 15
7370-025 Campo Maior

Telef.: 268 699 200 / 268 680 000
Fax.: 268 688 960