

# RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2011



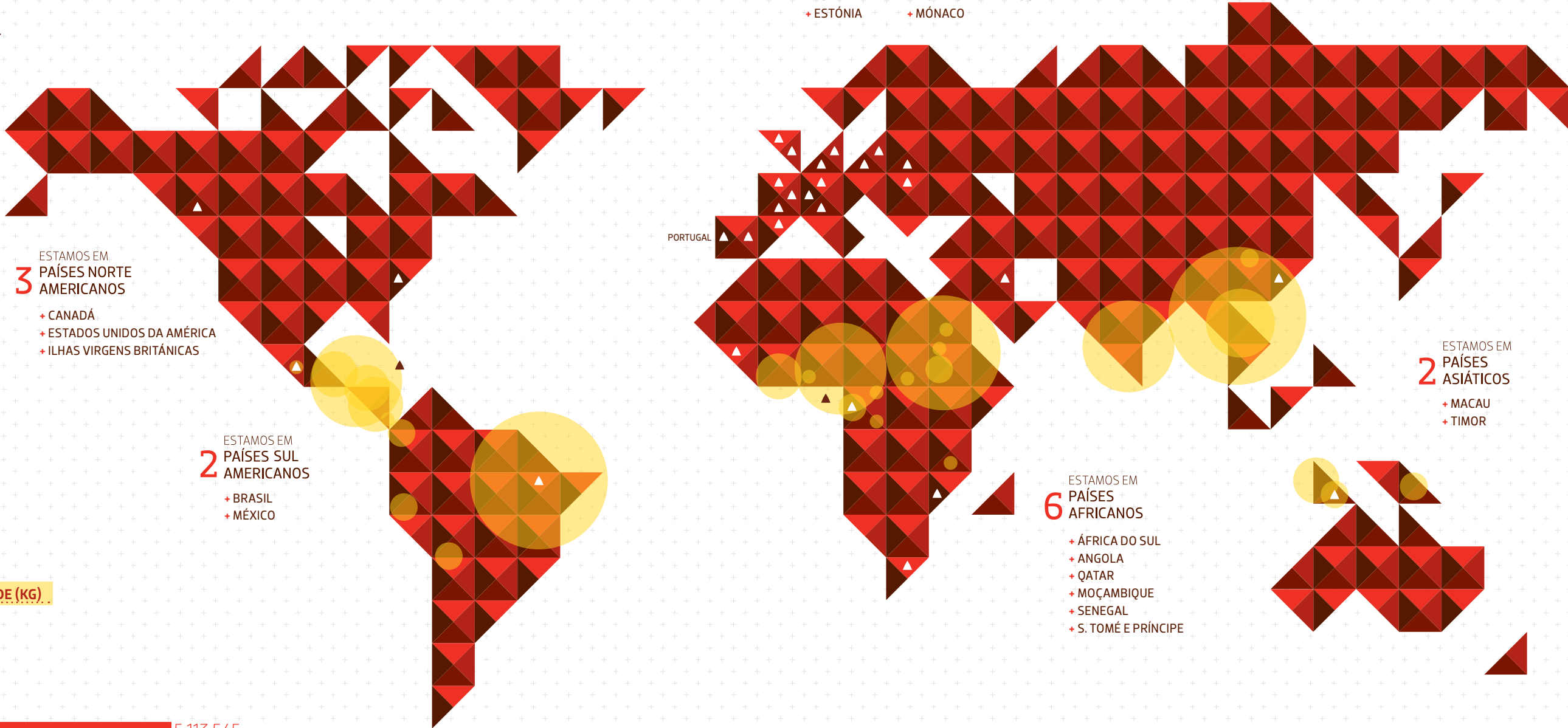
RELATÓRIO DE  
SUSTENTABILIDADE  
2011





MUNDO DELTA

ESTAMOS REPRESENTADOS EM  
30 PAÍSES



ESTAMOS EM  
3 PAÍSES NORTE AMERICANOS

- + CANADÁ
- + ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA
- + ILHAS VIRGENS BRITÂNICAS

ESTAMOS EM  
2 PAÍSES SUL AMERICANOS

- + BRASIL
- + MÉXICO

ESTAMOS EM  
17 PAÍSES EUROPEUS

- + ALEMANHA
- + ANDORRA
- + BÉLGICA
- + DINAMARCA
- + ESPANHA
- + ESTÓNIA
- + FRANÇA
- + HOLANDA
- + IRLANDA
- + LUXEMBURGO
- + MOLDAVIA
- + MÓNACO
- + POLÓNIA
- + PORTUGAL
- + REINO UNIDO
- + SUÍÇA
- + UCRÂNIA

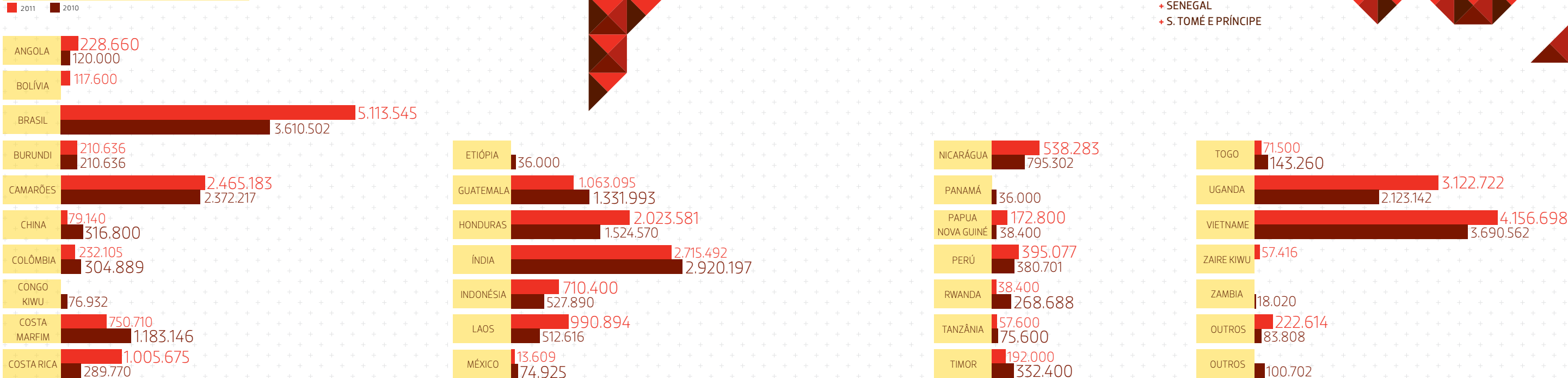
ESTAMOS EM  
2 PAÍSES ASIÁTICOS

- + MACAU
- + TIMOR

ESTAMOS EM  
6 PAÍSES AFRICANOS

- + ÁFRICA DO SUL
- + ANGOLA
- + QATAR
- + MOÇAMBIQUE
- + SENEGAL
- + S. TOMÉ E PRÍNCIPE

PRINCIPAIS ORIGENS DE CAFÉ VERDE (KG)





## MUNDO DELTA

PERFIL DO RELATÓRIO	02
CARTA DO PRESIDENTE	03



## GESTÃO DE ROSTO HUMANO

1.1	A DELTA CAFÉS EM NÚMEROS	05
1.2	A MISSÃO, VALORES E PRINCÍPIOS	07
1.3	ORGANOGRAMA DO GRUPO	08
1.4	MODELO DE GOVERNO	10
1.5	CRIAÇÃO DE VALOR SUSTENTÁVEL	11
1.6	DIÁLOGO COM AS PARTES INTERESSADAS	13
1.7	BOAS PRÁTICAS NA CADEIA DE VALOR	14
1.8	PRÉMIOS E RECONHECIMENTOS	16



## NOVOS HORIZONTES

2.1	INOVAÇÃO: FACTOR IMPULSIONADOR DO CRESCIMENTO	21
2.2	AS RAZÕES QUE SUSTENTAM A NOSSA LIDERANÇA	24
2.3	REBRANDING DA MARCA GINGA	27



## LIGADOS DE VERDADE

3.1	MODELO DE GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS	29
3.2	ROSTOS DELTA	31
3.3	POLÍTICA DE FORMAÇÃO	36
3.4	POLÍTICA DE SAÚDE, SEGURANÇA E HIGIENE	39
3.5	REGALIAS E BENEFÍCIOS	41



## AMBIENTE

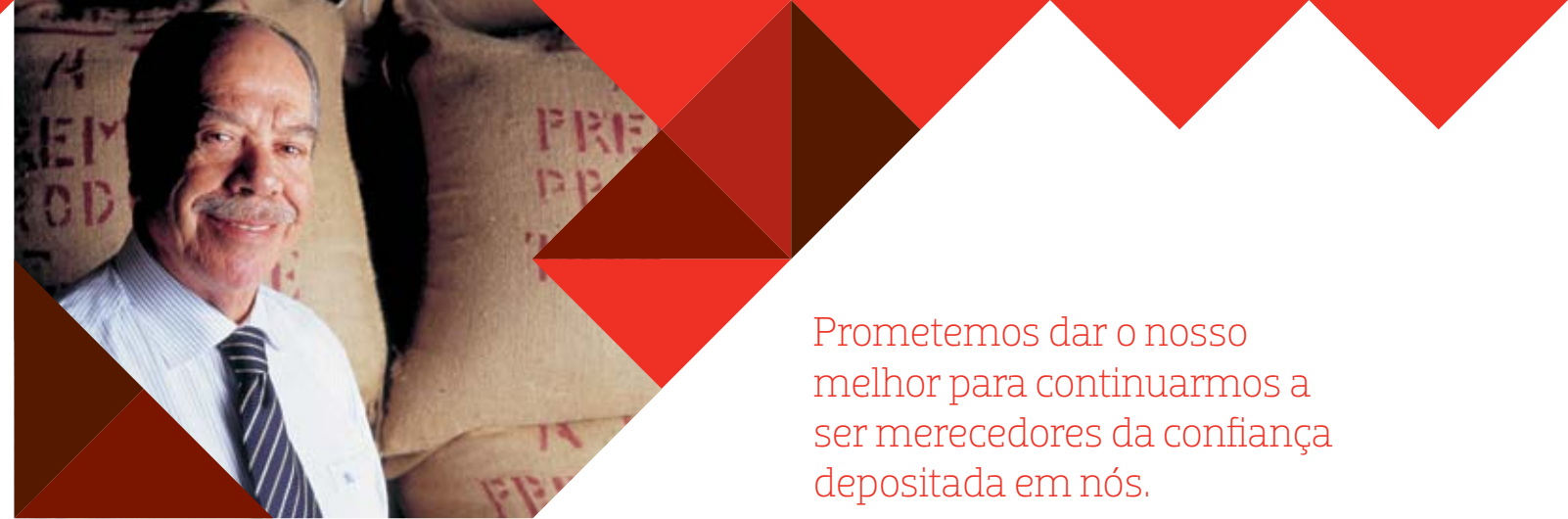
4.1	CONSUMOS ENERGÉTICOS: O DESAFIO DA ECO-EFICIÊNCIA	45
4.2	A NOSSA PEGADA HÍDRICA	48
4.3	EFLUENTES: RENOVAR O CICLO DA ÁGUA	50
4.4	RESÍDUOS: PROMOVER A RECICLAGEM	52
4.5	BIODIVERSIDADE	53



## COMUNIDADE

5.1	ASSOCIAÇÃO CORAÇÃO DELTA	55
5.2	PROJECTO "KICOLÓ"	58
5.3	PROJECTO SÓCIO-COMUNITÁRIO DE "NHÁREA"	58
5.4	DONATIVOS, APOIOS E QUOTIZAÇÕES	59

NOVOS DESAFIOS	62
ANEXO 1	64
TABELA GRI	65



Prometemos dar o nosso melhor para continuarmos a ser merecedores da confiança depositada em nós.

## PERFIL DO RELATÓRIO

### ÂMBITO

Este é o sexto Relatório de Sustentabilidade da Delta Cafés, o qual reporta as principais actividades, projectos e dados relevantes, bem como os principais indicadores de desempenho da Delta Cafés SGPS, no período compreendido entre 1 de Janeiro de 2010 e 31 de Dezembro de 2011. O Relatório de Sustentabilidade da Delta Cafés visa responder às expectativas das partes interessadas e demonstrar a forma como a Sustentabilidade está incorporada no negócio.

Relativamente ao último relatório verificaram-se as seguintes alterações na estrutura organizacional: em Setembro de 2011 foi incorporada a empresa Novadelta Luxemburgo. Em 2010, a Novadelta Espanha abriu dois novos departamentos na Coruña e em Salamanca. Quanto à estrutura accionista, não se registaram alterações desde a publicação do Relatório de Sustentabilidade Delta Cafés 2009. Não existiram 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 Cafés tem vindo a publicar Relatórios de Sustentabilidade com um intervalo de dois anos, sendo que o último relatório publicado reporta aos anos 2008–2009. O presente Relatório divulga os dados de desempenho referentes a 2010 e 2011, apresentando os desafios da gestão para o próximo biénio.

### LINHAS ORIENTADORAS

Na elaboração do Relatório de Sustentabilidade foram seguidas as directrizes 3.1 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 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 subgrupos das 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.

### VERIFICAÇÃO DE DADOS

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

## MENSAGEM DO PRESIDENTE

A Delta comemorou o seu 50º aniversário. 2011 foi um ano produtivo, intenso, forte em emoções. Positivo.

O trajecto da nossa empresa até aos dias de hoje, não foi fácil. Em 1961 a falta de recursos e meios próprios para assegurar a cobertura do mercado exigiram muito trabalho, método, disciplina e criatividade. Foram anos vividos com muita intensidade. As dificuldades multiplicavam-se. Ainda assim, nunca desistimos.

Os anos de crise e de instabilidade podem também ser frutíferos e transformarem-se em oportunidades. Costumo dizer, a audácia favorece a sorte. Sempre encarámos o nosso trabalho e esforço, a nossa dedicação como algo natural. Acredito que todos os momentos podem e devem ser transformados em oportunidades de negócio.

Os resultados alcançados reflectem o rigor na aplicação dos meios e representam o esforço em cumprir, exactamente, o plano de investimentos traçado para 2011. Tivemos como estratégia, o aumento e progressão da cadeia de valor das partes interessadas e envolvidas no crescimento sustentável da indústria portuguesa, contribuindo, obviamente, para a incrementação da economia nacional. A par deste trabalho realizado no mercado interno, realço também a aposta nos recursos e meios para competir internacionalmente. Apostámos em mercados emergentes o que tem permitido, de certo modo, oferecer uma maior diversidade de produtos, conceitos e serviços mais sofisticados.

A Delta Cafés continua a ser a marca de confiança dos portugueses. Este facto deve-se aos valores e princípios de negócio pelos quais nos regemos. Uma gestão de rosto humano e um compromisso fundamental: encarar o futuro com responsabilidade e respeito pelas gerações vindouras.

A nossa força está na permanente aposta em inovação e qualidade. Mantemos a competitividade e a excelência, graças ao desenvolvimento de um negócio global e de um código de ética assente na transparência e integridade no negócio. Dar vida a uma comunidade, a uma região, é contribuir para o desenvolvimento colectivo e sustentável do país. É dar um passo em frente. Encaro o país como um todo. O nosso espaço, a nossa cultura, o nosso modo de ser são característicos – ao longo dos tempos marcaram a história da Península Ibérica e do mundo. Gostamos de descobrir, conquistamos, adaptámo-nos... somos do mundo!

Acredito que ao trabalharmos em parceria dinamizamos formas de actuação, contribuindo assim para a valorização e notoriedade da sociedade portuguesa, em concreto para a elevação da economia nacional.

O momento não é fácil, mas como sempre, a nossa equipa vai seguramente alcançar os seus objectivos de trabalho, com atitude, dedicação e grande sentido de responsabilidade. Queremos continuar a crescer. Ao crescermos melhoramos as nossas condições de vida e contribuímos para a sustentabilidade do nosso país.

O nosso profundo agradecimento, aos nossos clientes, fornecedores, colaboradores e restantes stakeholders pela confiança e trabalho que desenvolvemos em conjunto.

A todos – obrigado por estes 50 anos cheios de felicidade e sucesso. Prometemos dar o nosso melhor para continuarmos a ser merecedores da confiança depositada em nós.

# GESTÃO DE ROSTO HUMANO

## 1.1 A DELTA CAFÉS EM NÚMEROS

2.051

Colaboradores

60

Origens de café

+ de  
22.600

Toneladas de café  
vendido

55.000

Clientes Directos

450.000

Sacas de café  
importadas

27.000

Toneladas de café  
comprado

4KG

Consumo médio  
por pessoa/ ano  
em Portugal

6.267.000

Cafés Delta  
consumidos por dia,  
em Portugal

+ de

280 MILHÕES DE EUROS

de vendas





Ambicionamos uma marca global forte, reconhecida pela sofisticação, inovação, modernidade e responsabilidade.

#### TESTEMUNHO DO ADMINISTRADOR JOÃO MANUEL NABEIRO

O ano de 2011 constitui um marco importantíssimo para a empresa: comemoramos o quinquagésimo aniversário da marca Delta Cafés. 50 anos são motivo de orgulho e têm ainda mais força pelo crescimento que a empresa tem registado e pela liderança e reconhecimento atingidos.

A nossa empresa chegou ao meio século de vida afirmando, desde sempre, valores tão importantes como a honestidade, a lealdade, a humildade, a responsabilidade social e a qualidade sem mácula. Valores que nos tornaram a marca de confiança dos portugueses, a marca com maior relação emocional com o consumidor, a que queremos maior marca de café da Península Ibérica.

Hoje dispomos de uma rede de distribuição alargada, estruturada em canais especializados, que conta com 38 departamentos na Península Ibérica e presença em mais de 40 países, realidade que nos permite gerir uma carteira de 55.000 clientes directos.

A chave do sucesso da empresa que hoje somos está intimamente relacionada com a preponderância do factor PESSOA. A identificação e o compromisso de todos os colaboradores – cada colaborador é uma pessoa – com o projecto da marca Delta Cafés é, e sempre foi, decisivo para garantir a nossa competitividade.

Num momento em que a conjuntura económica é desfavorável, é crucial fomentar a motivação do capital humano, para abraçarmos novos desafios sem qualquer receio e com confiança no futuro. O actual contexto poder ser sinónimo de oportunidade se trabalharmos de forma inovadora e em equipa, dando o melhor de nós perante as dificuldades.

Assistimos ao crescimento do Grupo impulsionado pela internacionalização da marca. As exportações representam já 20% do total do volume de negócio. Estamos presentes em mercados apreciadores de um bom café expresso, sendo que Angola, Brasil, Espanha, França e Luxemburgo são mercados prioritários, nos quais investimos directamente.

Vivemos um momento determinante na vida da empresa. A alteração do panorama de actuação da marca, de um contexto predominantemente nacional para mercados internacionais, acarreta transformações a vários níveis que se manifestam também na representação da marca. Ambicionamos uma marca global forte, reconhecida pela sofisticação, inovação, modernidade e responsabilidade.

E tal só é possível se continuarmos a contar com pessoas motivadas, com um forte sentimento de pertença, que enalteçam a nossa cultura empresarial. Para isso, estamos a trabalhar com o fito de recrutar e reter os melhores talentos, a fim de que de uma forma inovadora possamos motivar e premiar os bons desempenhos e incentivar comportamentos empreendedores.

Queremos sobretudo perpetuar o desejo de continuarmos juntos por mais 50 anos.

*João Nabeiro*

## 1.2 A MISSÃO, VALORES E PRINCÍPIOS

#### 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.

#### OS VALORES

Desde a fundação, a Delta Cafés assentou em valores sólidos e princípios humanos que se reflectiram na criação de uma Marca de Rosto Humano, baseada na autenticidade das nossas relações com todas as partes interessadas. Ao longo da nossa cadeia de valor, procuramos implementar os valores que defendemos, através das nossas práticas, políticas e princípios. O respeito dos nossos princípios é requisito fundamental para o desenvolvimento de uma relação sólida e duradoira. Pertencer à grande família Delta requer dos nossos colaboradores a total aceitação dos nossos valores, que são dados a conhecer através do Manual de Acolhimento. A selecção, qualificação e avaliação dos nossos parceiros depende da observação das normas de qualidade e dos Princípios Orientadores de Negócio, para garantir que os nossos produtos e serviços obedeçam de forma integral ao mesmo padrão ético.

#### PRINCÍPIOS ORIENTADORES DO NEGÓCIO

##### Desenvolvimento Sustentável

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 dos objectivos 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.

##### Integridade Normativa e Transparência

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 Cafés 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 de Contas da Delta Cafés assegura a divulgação da informação financeira, desempenho e investimentos. Anualmente procede-se 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.

##### "Um Cliente, um Amigo"

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.

##### Comunicação

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".

##### Inovação Responsável, Excelência e Liderança

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.

##### Qualidade, Saúde e Segurança

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.

##### Sustentabilidade nas Origens

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.

##### Responsabilidade Ambiental

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.







# 1.4

## MODELO DE GOVERNO

O Conselho de Administração é constituído pela família Nabeiro que representa os accionistas da Delta Cafés. Um dos mecanismos que favorece a criação de valor de forma sustentada é a cultura familiar enraizada desde a sua fundação. A vantagem da cultura Delta é a proximidade entre administração, colaboradores, clientes, fornecedores e restantes partes interessadas.

O sistema de gestão da Delta Cafés está baseado na pluralidade de interesses e assente numa rede de conhecimento aberta que permite uma motivação convergente, assegurando a criação de valor para todas as partes interessadas. Esta proximidade está visível no sistema de gestão integrado, nas reuniões periódicas e na informalidade nas relações e contactos diários.

### MODELO DE GOVERNO

ÓRGÃO	COMPOSIÇÃO
CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO A Administração é responsável pela gestão estratégica e operacional da empresa.	PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO Manuel Rui Azinhais Nabeiro  ADMINISTRADORES João Manuel Gonçalves Nabeiro Helena Maria Gonçalves Nabeiro
ASSEMBLEIA GERAL A Assembleia Geral constitui o meio idóneo para a obtenção de deliberações sociais, no curso das actividades da empresa.	MESA DA ASSEMBLEIA GERAL PRESIDENTE Alice do Carmo B. Gonçalves Nabeiro SECRETÁRIO António Miguel Peralta Ribeirinho
CONSELHO FISCAL Supervisão Fiscal e financeira das contas da empresa.	FISCAL ÚNICO Reinaldo Soares, Rogério Coelho & José Jacob, SROC 162 SUPLENTE Luís Marques Granja
VERIFICAÇÃO E AUDITORIA EXTERNA Verificação e Auditoria independente das contas da empresa.	Ernest & Young

# 1.5

## CRIAÇÃO DE VALOR SUSTENTÁVEL

Este modelo assenta numa cultura colaborativa e de iniciativa, de trabalho em equipas dialéticas, auto-organizadas e multidisciplinares, focalizadas na criação de valor, na optimização do desempenho interno e na qualidade. Para a Delta Cafés o factor reside na valorização do seu capital intelectual, como meio para sustentar processos de benchmark e inovação.

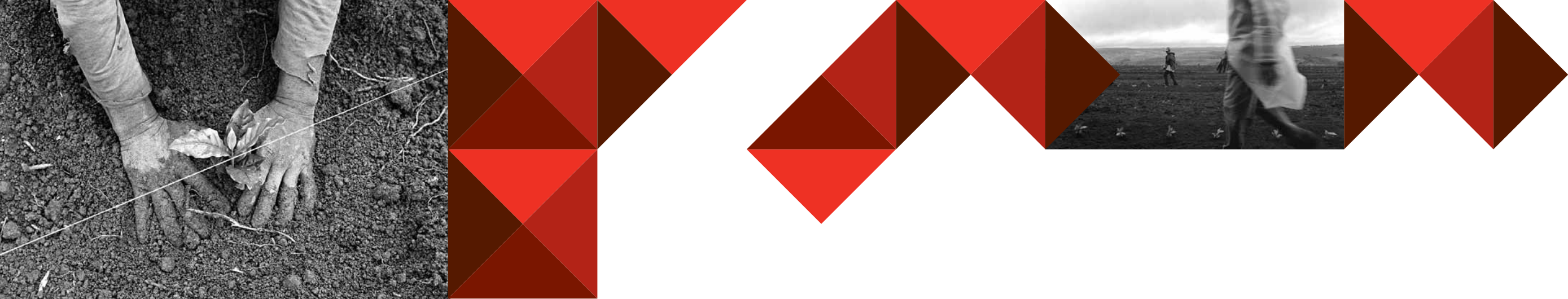
Entregar um produto ao cliente com zero defeitos é, hoje, uma condição sine qua non para estar no mercado e o cliente não está disposto a pagar as ineficiências do processo produtivo. O consumidor espera ser surpreendido com funcionalidades inesperadas que apelem aos seus cinco sentidos e procura incessantemente novas sensações, sabores, experiências e modelos.

A Delta Cafés pressupõe a qualidade e a flexibilidade dos processos internos e tem por objectivo uma cultura organizacional assente em valores, princípios e atitudes que são continuamente praticados e comunicados, garantindo a reputação e notoriedade de uma marca.

A criação de valor sustentável na Delta Cafés assenta assim numa visão holística de uma organização social e ambientalmente responsável, que gera novos produtos e serviços, através de equipas multidisciplinares.

Esta estrutura integra processos produtivos, certificados segundo referenciais internacionais de gestão, que são continuamente avaliados, monitorizados e controlados por um conjunto de indicadores de desempenho que geram conhecimento capaz de preconizar a melhoria contínua, minimizando os desperdícios e os defeitos.





# 1.6 DIÁLOGO COM AS PARTES INTERESSADAS

O governo de Sustentabilidade é assegurado através da Equipa de Sustentabilidade, a qual é constituída por seis áreas: Ambiente, Recursos Humanos, Inovação, Financeira, Social e Marketing. A equipa pode reunir em plenário ou convocar uma única área, caso esteja a tratar de uma matéria específica.

O Comité de Sustentabilidade é constituído por 12 elementos e reúne trimestralmente com o objectivo de aprovar a estratégia de sustentabilidade, definir os objectivos e monitorizar a performance. O Presidente do Comité, o Director Geral, é o responsável pela comunicação e interacção com a Administração.

### COMPOSIÇÃO DO GOVERNO DE SUSTENTABILIDADE

ÓRGÃOS	MEMBROS	FUNÇÕES	REÚNE
PRESIDENTE DO COMITÉ DE SUSTENTABILIDADE	DIRECTOR GERAL	Aprovação das linhas estratégicas com a Administração.	Aprovação Anual
COMITÉ DE SUSTENTABILIDADE	DIRECÇÃO FINANCEIRA, DIRECÇÃO SISTEMAS INTEGRADOS, DIRECÇÃO DE MARKETING, DIRECÇÃO RECURSOS HUMANOS, DIRECÇÃO DO CORAÇÃO DELTA, DIRECÇÃO DE INOVAÇÃO, REPRESENTANTE DOS TRABALHADORES	Análise dos indicadores GRI, Benchmarks e outras análises relevantes. Construção das linhas mestras e objectivos estratégicos. Elaboração do Plano de acção.	Trimestral
GESTOR DE SUSTENTABILIDADE	DIRECTOR DE SUSTENTABILIDADE	Acompanha a implementação do Plano de acção. Convoca as reuniões. Coordena a gestão da sustentabilidade corrente.	Acompanhamento diário
EQUIPA DE 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

### GESTÃO DA SUSTENTABILIDADE

#### CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

#### COMITÉ DE SUSTENTABILIDADE

#### GESTOR DE SUSTENTABILIDADE

#### AMBIENTE

#### INOVAÇÃO & CONCEPÇÃO

#### FINANCEIRA

#### MARKETING

#### SOCIAL

#### RECURSOS HUMANOS

GRUPO DE PARTES INTERESSADAS	SUB-GRUPOS DE PARTES INTERESSADAS	CANAIS/ INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO
INVESTIDORES	> FAMÍLIA NABEIRO	> Reuniões Regulares > Relatório de Sustentabilidade
CLIENTES/ CONSUMIDORES	> HORECA > RETALHO > GROSSISTAS > CONSUMIDOR FINAL	> Contacto com o comercial > Linha de Atendimento > Site > Página Facebook > Revista Delta Magazine > Lojas > Feiras > Estudos de Mercado > Relatório de Sustentabilidade
COLABORADORES	> CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO > DIRECTORES/ CHEFES > COMERCIAIS > TÉCNICOS > ADMINISTRATIVOS > OPERÁRIOS	> Reuniões Regulares > Comissão dos trabalhadores > Newsletter > Portal Interno > Site > Revista DeltaMagazine > Relatório de Sustentabilidade
COMUNIDADE	> COMUNIDADE (CAMPO MAIOR) > COMUNIDADES ONDE O GRUPO TEM PRESENÇA DIRECTA > COMUNIDADES ONDE O GRUPO TEM PRESENÇA INDIRECTA	> Linha de Atendimento > Visitas Museu e Novadelta > Visitas Centro Educativo Alice Nabeiro > Centro internacional Pós Graduação Comendador Rui Nabeiro > Relatório de Sustentabilidade
ESTADO	> AUTARQUIA LOCAL > AUTARQUIA REGIONAL > INSTITUTOS PÚBLICOS/ MINISTÉRIOS	> Carta > Reuniões
ONG'S E INSTITUIÇÕES	> SAÚDE > COMUNIDADE > AMBIENTE	> Reuniões > Projectos > Protocolos
FORNECEDORES	> MATÉRIAS PRIMAS > MATÉRIAS SUBSIDIÁRIAS > EQUIPAMENTOS > PRODUTOS ALIMENTARES > SERVIÇOS > ECONOMATO E CONSUMÍVEIS	> Princípios Orientadores de Negócio > Consultas de Mercado > Auditorias > Relatório de Sustentabilidade

A integração das recomendações/ sugestões das diversas partes interessadas é feita através de um conjunto de canais, que nos permite incorporar no processo produtivo estes inputs.

## ORIGENS DO CAFÉ

Os princípios orientadores de negócio contribuem para a produção de café de forma responsável nas vertentes económica, social e ambiental.

De forma a promover a biodiversidade, adquirimos mais de 60 origens distintas.

Em Angola, temos desenvolvido várias acções para promover a capacitação dos produtores.

Em parceria com a Estação Agronómica de Oeiras, desenvolvemos cafeeiros, em Angola, mais resistentes às condições climáticas.



### IMPACTES POSITIVOS

Contribui para a competitividade dos países em vias de desenvolvimento.  
Criação de emprego.  
Crescimento Económico.  
Melhoria das condições sociais.

### IMPACTES NEGATIVOS

Efeitos colaterais do crescimento económico.  
Perda da biodiversidade.  
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 é utilizado o comboio, o que reduz os custos económicos e a emissão de CO2.



### IMPACTES POSITIVOS

Contribuição para o desenvolvimento de parceiros de negócio na região.

### IMPACTES NEGATIVOS

Poluição atmosférica e sonora.

### PARTE INTERESSADA IMPACTADA

Fornecedores;  
Comunidade;  
Fornecedores Locais.

## TRANSFORMAÇÃO DO CAFÉ

O processo de transformação do café é feito com a preocupação de otimizar o consumo de recursos.

As condições de trabalho visam garantir a saúde e segurança e o bem-estar dos colaboradores.

A Delta Cafés faculta a todos os seus colaboradores, de forma gratuita, um seguro de saúde, transporte colectivo para unidade fabril e refeitório.

A Delta Cafés 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.

Substituição da iluminação por lâmpadas de baixo consumo energético.

A Delta Cafés 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 das comunidades locais.  
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;  
Colaboradores;  
Comunidade local;  
Estado;  
Investidores.

## COMERCIALIZAÇÃO DO CAFÉ

Gama de produtos alargada, adaptada ao mercado local.

Vários canais para ouvir as partes interessadas.

Optimização e racionalização de rotas de distribuição.

Formação para os profissionais da restauração, na Escola Barista Delta.



### 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 das condições sociais.

### IMPACTES NEGATIVOS

Efeitos colaterais negativos de crescimento económico.  
Abandono das terras.  
Perda da biodiversidade.  
Preço do café.  
Consumo dos recursos.

### PARTE INTERESSADA IMPACTADA

Clientes;  
Colaboradores;  
Comunidade local;  
Fornecedores;  
Estado.

## LIGADOS DE VERDADE

Apoio a actividades e projectos que promovem o desenvolvimento de comunidades competitivas.

A Inovação promove a criação de valor em Portugal.

Aposta na criação de redes de conhecimento em Portugal.

O desenvolvimento de máquinas Delta Q aposta na racionalização do consumo energético.

Garantia de rastreabilidade total na cadeia alimentar.

Desenho e implementação de um sistema de CRM.

Promoção de voluntariado empresarial, através da iniciativa Tempo para Dar.

Aposta na formação de crianças e jovens através do CEAN.

Apoio a crianças e jovens com necessidades educativas especiais.

Disseminação do Manual de Empreendedorismo através da formação de professores.



### IMPACTES POSITIVOS

Promoção do desenvolvimento da comunidade.  
Fomento do espírito de empreendedor nas crianças e jovens.  
Formação da comunidade.

### PARTE INTERESSADA IMPACTADA

Clientes;  
Colaboradores;  
Comunidade;  
Estado.





# 1.8 PRÉMIOS E RECONHECIMENTOS

Em 2011, a Delta Cafés assinalou o seu 50º aniversário. Este primeiro meio século de vida foi sinónimo de confiança e reconhecimento das diferentes partes interessadas ao trabalho desempenhado pela marca junto das comunidades.

## 2010

### Rui Nabeiro

#### PRÉMIO PRESTÍGIO

**Prémio Mercúrio** para os sectores do Empreendedorismo e Responsabilidade Social

### Novadelta

#### A MELHOR EMPRESA NACIONAL NO SECTOR DA AGRO-INDÚSTRIA

**Revista "Exame"** na edição especial "500 Maiores&Melhores"

### Delta Cafés

**PRÉMIO EFICÁCIA 2010**  
NA CATEGORIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL  
**APAN/ Grupo de Consultores**

### Delta Q

**PRÉMIO MARKETEER NA CATEGORIA DE GRANDE DISTRIBUIÇÃO**  
**Marketter**

### Projecto Tempo para Dar

**PRÉMIO MARKETEER NA CATEGORIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL**  
**Marketter**

## 2011

### Rui Nabeiro

**MEDALHA DE MÉRITO DA CIDADE DE ELVAS**  
**Câmara Municipal de Elvas**

**MEDALHA DE OURO DA CÂMARA MUNICIPAL DE SANTARÉM**  
**Câmara Municipal de Santarém**

### Delta Cafés

**CLASSIFICADA COM A+, 9º POSIÇÃO NO SECTOR, COM UM VALOR DE MARCA DE 92M€**  
Estudo realizado pela **Brand Finance**

**9º LUGAR NO RANKING DO REPUTATION INSTITUTE**  
**Reputation Institute**

**MARCA DE CONFIANÇA, PELO 10º ANO CONSECUTIVO**  
Estudo das **Seleções Reader's Digest**

**SUPERBRAND - MARCA DE EXCELÊNCIA EM PORTUGAL, ESPANHA E ANGOLA**  
**Superbrands**

### Delta Q

**MEDALHA DE OURO DOS PRÉMIOS EFICÁCIA NA CATEGORIA DE BENS DOURADOS PARA A CAMPANHA DE NATAL**  
**APAN/ Grupo de Consultores**

**9º LUGAR NO RANKING DO REPUTATION INSTITUTE**  
**Reputation Institute**

**SUPERBRAND - MARCA DE EXCELÊNCIA EM PORTUGAL**  
**Superbrands**

### Ginga

**SUPERBRAND - MARCA DE EXCELÊNCIA EM ANGOLA**  
**Superbrands**

### Projecto Tempo para Dar

**CERTIFICADO DE EXCELÊNCIA SABRE**  
**Revista Holmes Report**

# NOVOS HORIZONTES

A Sustentabilidade do nosso Grupo depende da capacidade de expansão para novos mercados e da introdução de produtos e serviços inovadores, que continuem a surpreender e a fidelizar os nossos clientes e consumidores. A principal responsabilidade da organização é assegurar a rentabilidade económica, reduzindo o impacto ambiental e maximizando o impacto social positivo.

Nos últimos dois anos registámos uma mudança na tipologia do consumo de café, verificando-se a transferência gradual para os lares. Temos acompanhado esta tendência do mercado, apostando no conceito Delta Q, a gama de café expresso em cápsulas.

Representando a dinâmica de inovação e empreendedorismo da Delta Cafés, procurámos com o Delta Q apresentar soluções disruptivas que, juntamente com a acessibilidade dos seus produtos, garantissem a diferenciação e lhe permitissem assumir a liderança do segmento de café em cápsulas português.

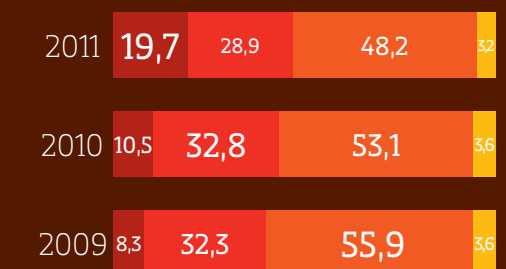
A par do cluster da Inovação, temos vindo a reforçar a internacionalização para novos mercados e clientes. Angola, Brasil, Espanha, França e Luxemburgo assumem-se como mercados prioritários, países onde a marca dispõe hoje de estruturas próprias.

No último trimestre de 2011, adquirimos a carteira de clientes do distribuidor Bexeb, no Luxemburgo. Esta compra visou um duplo objectivo: fortalecer a presença no mercado e melhorar o serviço ao cliente. Com este passo, pretendemos duplicar a carteira de clientes no Luxemburgo, num período de três anos.

A procura de novos mercados e novos clientes é feita sem descurar a satisfação e fidelização dos actuais. Este esforço é reconhecido pelos portugueses que, pelo 10º ano consecutivo, elegeram a Delta Cafés como "Marca de Confiança", no âmbito do estudo realizado pelas Selecções do Reader's Digest.

## ESTRATIFICAÇÃO DO CONSUMO DE CAFÉS PUROS, EM VOLUME, NO INA

FONTE: NIELSEN, ANO MÓVEL 2009, 2010, 2011



■ CAFÉS PUROS CÁPSULAS  
■ CAFÉS PUROS GRÃO  
■ CAFÉS PUROS MOÍDO  
■ CAFÉS PUROS PASTILHAS



Inovação é, desta forma, palavra indispensável na nossa empresa. Somos inovadores e vamos continuar a sê-lo.

**TESTEMUNHO DO ADMINISTRADOR  
RUI MIGUEL NABEIRO**

A imagem de autenticidade associada desde sempre à nossa marca permitiu-nos estabelecer uma relação sólida e de confiança com os nossos colaboradores, fornecedores, clientes e consumidores.

A nossa atitude, inalterável há já mais de 50 anos, é a chave do sucesso da nossa empresa, exemplo para diversas organizações. Considerando a nossa história, olho para o futuro com a certeza de que vamos continuar a desenvolver um trabalho com rigor, com audácia, com inovação e com muita qualidade.

A nossa estratégia comercial assenta em dois aspectos fulcrais para a nossa organização:

- Inovação
- Mercados Internacionais

Mais do que o nosso futuro, estes dois aspectos são já o nosso presente. E é neles que devemos concentrar a nossa atenção, o nosso esforço, o nosso trabalho.

Quando há cinco anos criamos Delta Q estávamos longe de imaginar que, num tão curto espaço de tempo, alcançaríamos o sucesso que alcançámos. A diversidade dos produtos, a qualidade da marca, a proximidade da mesma, posicionou e consolidou Delta Q no mercado do consumo de café em casa. Acompanhámos as necessidades dos nossos clientes, inovámos, criámos tendências e colocámos no mercado uma marca atenta aos gostos, vontades e desejos dos nossos, cada vez mais atentos, consumidores.

Inovação é, desta forma, palavra indispensável na nossa empresa. Somos inovadores e vamos continuar a sê-lo. Como? Criando novos produtos, acrescentando valor à nossa marca, ao nosso portfólio, levando para fora de Portugal o que de melhor aqui fazemos.

A qualidade e diversidade que nos caracterizam são mais valias além fronteiras. Espanha, França, Angola, Luxemburgo, Brasil são alguns dos mercados onde os nossos produtos são comercializados e verdadeiramente apreciados. Queremos que o sucesso alcançado em Portugal seja também uma realidade nos outros países onde já estamos presentes.

Vamos continuar a expandir a nossa marca, de forma sólida, objectiva e direccionada. Para que num futuro próximo possamos alargar a nossa já vasta lista de países onde é possível tomar o nosso café. Este trabalho passa, sobretudo, pela exploração de novos mercados, que estejam receptivos ao que temos para oferecer, mas que se enquadrem, também, nos valores que estão intrínsecos à nossa marca e à nossa organização.

No actual panorama económico que vivemos é necessário estarmos conscientes que só com um bom trabalho e com qualidade acrescida é possível concretizar os nossos objectivos.

Estou convicto de que assim será!

## 2.1 INOVAÇÃO: FACTOR IMPULSIONADOR DO CRESCIMENTO

Nos últimos  
dois anos foram  
adquiridos novos  
equipamentos  
industriais que  
permitem uma  
produção de  
1200 cápsulas  
por minuto, o  
que significou  
um aumento de  
700% da nossa  
capacidade  
produtiva.

Temos vindo a adoptar uma estratégia de inovação incremental, de carácter activo, o que exige um considerável esforço e envolvimento transversal por parte do Grupo Nabeiro. Para prossecução desta estratégia, apostámos na capacidade de design, na qualidade dos seus recursos e no investimento contínuo em novos métodos de produção, de modo a poder garantir melhorias nos produtos e nos processos existentes, elevando assim a qualidade do produto e a produtividade.

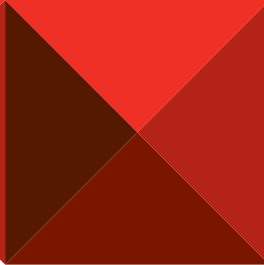
A maioria das inovações geradas na empresa foi fruto de uma assimilação de conhecimentos resultante da aprendizagem ao longo do processo, da utilização dos produtos e também pela interacção entre a empresa e os consumidores. No entanto, ao longo destes últimos anos tem-se verificado um aumento do investimento em I&D.

**2.1.1 AS MÁQUINAS DELTA Q**

Em Setembro de 2007, com quase meio século de experiência no mercado de café português, lançámos o conceito Delta Q.

O primeiro desafio que se colocou foi a criação de um sistema de circuito fechado que assegurasse a exclusividade do sistema de cápsulas Delta Q. Num curto espaço de tempo, conseguimos colocar no mercado cinco máquinas exclusivas e adaptadas às cápsulas Delta Q, duas das quais desenvolvidas integralmente pelo Núcleo de Investigação e Desenvolvimento da empresa – a Qosmo e a AlQimia. Em Novembro de 2011 foi lançada a AlQimia, a primeira máquina de café 100% automática e inteligente, com propriedades exclusivas para extracção de cafés e chás em cápsulas.

A AlQimia representa o culminar de um processo evolutivo que inclui a máquina de café Delta Q Qosmo, a primeira e única máquina de café em cápsulas concebida e produzida em Portugal.



2.1.2 POWER COFFEE E TISANAS

O blend Power Coffee foi lançado em 2011, resultado de uma combinação de Robustas e Arábicas com extractos naturais de Ginseng e Guaraná. O Power Coffee apresenta uma forma única, traduzida num duplo shot de energia, 100% natural.

Com o Power Coffee, a Delta Q passou a contar com oito blends de café, aos quais se juntaram três tisanas, a partir de Outubro de 2011, como resultado da parceria entre a Delta e a marca Tetley: Delight, Refresh e Relax.

As próprias cápsulas de café, que até 2010 eram produzidas em Itália, passaram desde então a ser produzidas em Portugal. Este facto permitiu à marca concentrar o processo produtivo e, consequentemente, aumentar a eficiência do sistema.

300.000  
MÁQUINAS  
DELTA Q  
no mercado

2.1.3 REDE DE DISTRIBUIÇÃO DELTA Q

Aproveitando a vasta rede de distribuição da marca mãe, a Delta Q definiu a sua estratégia de marketing no sentido de garantir a acessibilidade dos seus produtos e promover a democratização do consumo de café em cápsulas. Assim, a Delta Q dispõe de uma rede de distribuição com cerca de 350 pontos de venda e ainda três lojas próprias em Portugal e uma na cidade de Vitória, no Brasil.

Mantendo-se fiel ao princípio da proximidade com o consumidor, a Delta Q inaugurou em 2011 uma nova loja na Avenida da Liberdade, alargando a rede de espaços próprios, que até aí era constituída pelas lojas Delta Q no Atrium Saldanha e no Porto. Concebidas para recriar a cultura do café, as lojas Delta Q são um espaço de convívio, no qual se pode conhecer todo o portfólio de produtos, apreciar os seus blends e interagir com a marca, absorvendo as preferências e inspirações do consumidor.

Após quatro anos de lançamento do conceito, a Delta Q aposta na internacionalização dos seus circuitos de distribuição. O primeiro passo foi dado em direcção ao Brasil, os passos seguintes foram França e Angola, entre outros países, nos quais a Delta Cafés se faz representar por distribuidores locais.

A marca Delta Q  
representa 14% da  
facturação global do  
Grupo Delta Cafés,  
foi reconhecida  
internacionalmente  
nos European  
Business Awards,  
e aposta na  
inovação e na  
internacionalização  
da sua actividade  
para manter  
os níveis de  
crescimento que  
tem registado.

2.1.4 APOIO AO CLIENTE

Ouvir os nossos clientes é uma preocupação constante da marca Delta Q. Por essa razão colocamos ao seu dispor um conjunto de plataformas integralmente dedicadas.

PRINCIPAIS INDICADORES DA LINHA  
DE ATENDIMENTO AO CLIENTE DELTA Q

KPI	2010	2011
TEMPO MÉDIO DE TRATAMENTO DE RECLAMAÇÕES	12 DIAS CORRIDOS	9,5 DIAS CORRIDOS
% DE AVARIAS	2,66%	3,35%
% DE CHAMADAS	13,33%	9,95%

O serviço de apoio ao cliente Delta Q tem disponível para potenciais e/ou actuais clientes uma linha gratuita que funciona nos dias úteis das 9h às 22h. A linha de apoio Delta Q está preparada para responder a todas as questões ou dúvidas sobre a marca. Além disso, também é através desta linha que os clientes Delta Q podem reportar anomalias técnicas da sua máquina. O serviço prestado aos clientes Delta Q é personalizado, sendo cada cliente tratado como único. Nos casos em que o cliente reporta uma anomalia na sua máquina, a mesma é recolhida em 48 horas úteis em qualquer morada de con-

veniência do cliente (em território português) que, simultaneamente, recebe uma máquina de empréstimo enquanto a sua se encontra no Repair Center. Todo o processo, desde o contacto inicial até à entrega da máquina do cliente reparada, é realizado em menos de 12 dias.

A linha de apoio Delta Q funcionava em regime outsourcing até Agosto de 2011, altura em que foi realizado insourcing do serviço com o objectivo de assegurar a homogeneidade da informação prestada, a qualidade do atendimento e redução de custos a longo prazo. Para podermos assegurar um serviço de excelência desenvolvemos uma plataforma de CRM personalizada que nos permite registar todos os dados dos clientes, conhecer a máquina que o cliente tem, saber qual o histórico de contactos que o cliente já teve com a marca e, além disso, prestar um serviço com maior rigor e qualidade.

Neste momento temos 17 colaboradores a trabalhar na linha de apoio Delta Q e, actualmente, já garantimos o atendimento para França e Espanha.

Dado o crescimento do segmento de cápsulas, foi criada também uma unidade de reparação às máquinas Delta Q, localizada na zona da Abruñeira, em Lisboa.



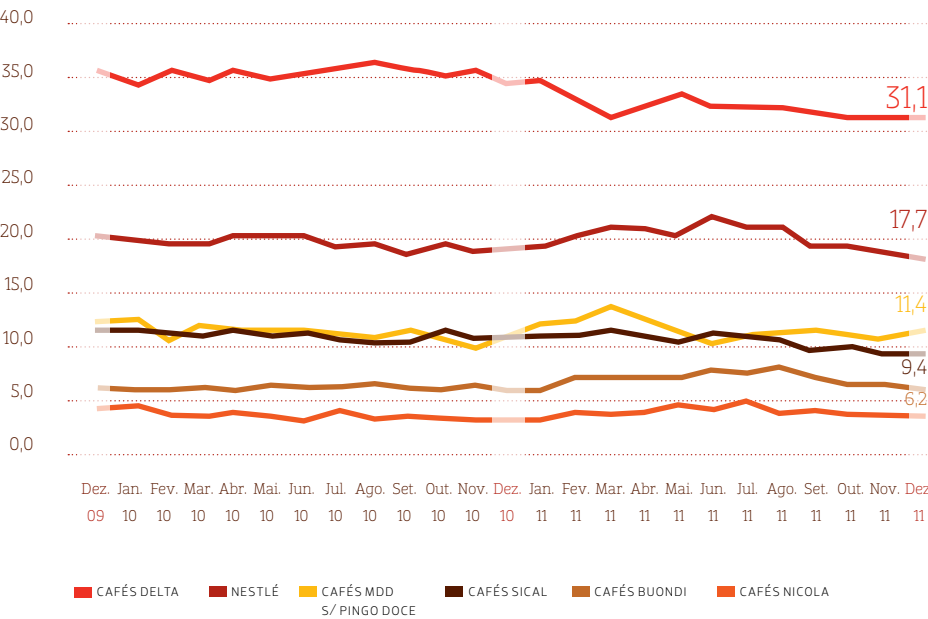
## 2.2

# RAZÕES QUE SUSTENTAM A NOSSA LIDERANÇA

A estratégia da Delta Cafés assenta numa relação de rosto humano com o cliente, numa verdadeira dimensão de Marketing One-To-One, corporizada numa gestão comercial única e individualizada, que se repercute na elasticidade do portefólio de produtos e serviços e na forma de distribuição.

VARIAÇÃO DAS QUOTAS MENSAIS, EM VOLUME, NO MERCADO TOTAL DE CAFÉS PUROS, 2010-211

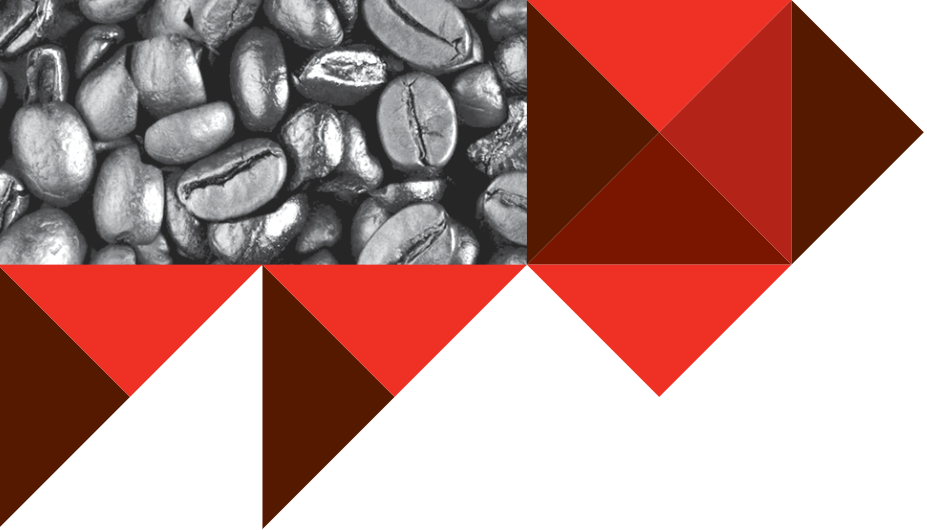
FONTE: MERCADO CAFÉS PUROS, ((INA + INCIIM), NIELSEN



A Delta Cafés pratica uma estratégia de regionalização, assente em 22 departamentos comerciais em Portugal, 16 em Espanha, um em França e um em Angola, para dar cobertura e acompanhamento aos seus actuais 60 mil clientes, dos quais 78% estão no mercado nacional, 19% em Espanha, 0,5% em França e 2,5% em Angola.

Os clientes dividem-se nos seguintes canais de distribuição: restauração (91,2%), Retalhista (7,2%) e Grossista (1,6%).

SEGMENTAÇÃO DA CARTEIRA DE CLIENTES POR EMPRESA		
	ANO 2010	ANO 2011
ANGONABEIRO	1688	1345
DELTA FRANCE	387	199
DELTA MADEIRA	946	946
JOÃO DOS SANTOS NABEIRO	207	101
MANUEL RUI AZINHAIS NABEIRO LDA	43.470	42.582
NOVADELTA	131	137
NOVADELTA ESPANHA	7.326	6.523
SIEC	4.209	4.203
TORREFACÇÃO CAMELO	2.433	2.313



### COMPRAS DE CAFÉ CERTIFICADO UTZ

UNIDADES: KILOS

2011 156.954

2010 38.400

2009 97.600

### ANÁLISES À MATÉRIA PRIMA E PRODUTO

	ANO 2010	ANO 2011
Nº TOTAL DE ANÁLISES EFECTUADAS	20.236	18.146
Nº DE AMOSTRAS - MATÉRIA PRIMA	1418	1480
Nº TOTAL DE AMOSTRAS - PRODUTO ACABADO	366	192

\*O Nº DE AMOSTRAS DE PRODUTO ACABADO EM 2011 FOI INFERIOR PORQUE DURANTE FASE DE IMPLEMENTAÇÃO DO PROGRAMA DE GESTÃO DE ARMAZÉNS NÃO FORAM REALIZADAS AUDITORIAS AO PRODUTO ACABADO.

### Nº DE FORNECEDORES QUALIFICADOS

2011 74

2010 48

### TOTAL DE RECLAMAÇÕES

2011 103

2010 119

"Mais que um cliente,  
um Amigo"



2.2.1 QUALIDADE DOS NOSSOS PRODUTOS E SERVIÇOS

A escolha criteriosa das melhores origens permite-nos obter blends únicos que proporcionam um expresso perfeito. O café Delta é proveniente de diversos países produtores, privilegiando as origens cujas características melhor se adaptam às exigências de qualidade do consumidor final. Esta política de compra contribui para a manutenção da biodiversidade no planeta, garantindo a continuidade das plantações nos diversos continentes, a preservação dos ecossistemas, e consequentemente, contribui para travar o êxodo rural e o colapso social de algumas regiões.

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 retirada uma amostra de café verde, representante de 60% das sacas de cada contentor, que é analisada pelo laboratório de qualidade. São preparadas três amostras, uma delas para realizar um novo exame olfactivo e visual (NP nº1795 de 1989), para a determinação de corpos estranhos e para a determinação de defeitos provenientes do fruto cafeeiro (NP nº1521 de 1985). As outras duas amostras são torradas, uma para a degustação e outra para dar cumprimento ao Decreto-Lei nº53/89 de 22/02/1989, realizando todas as análises no laboratório da qualidade. Através do Núcleo de Desenvolvimento e Concepção, os nossos produtos e serviços são adaptados às especificidades de cada mercado, de modo a oferecer um conceito integral de café que satisfaça os consumidores locais.

A estratégia do grupo tem sido a centralização das unidades produtivas em Campo Maior, por razões técnicas e de sinergias de know-how, sendo que a unidade industrial Novadelta conta com várias certificações, nomeadamente: Certificação em Qualidade (ISO 9001:2000), Certificação em Higiene e Segurança no Trabalho (OSHAS 18001:1999); Certificação em Higiene e Segurança Alimentar (22000:2005), Certificação em Responsabilidade Social (SA8000:2001) e Certificação Ambiental (ISO 14001 e EMAS).

A Delta Cafés dispõe de mais de 300 vendedores, distribuídos por 38 departamentos comerciais na Península Ibérica e uma estrutura própria em França, que através de 1039 viaturas ligeiras e 35 veículos pesados, asseguram o abastecimento regular dos nossos clientes directos. Em Angola, até Dezembro 2011, o abastecimento dos clientes era feito em regime de pré-venda, a partir de 2012 passará gradualmente para o sistema auto-venda, adoptando quatro rotas regulares.

2.2.2 ASSISTÊNCIA TÉCNICA

Preocupada com a rentabilidade do negócio dos seus clientes e respondendo às exigências do mercado, a Delta Cafés através da Tecnidelta desenvolveu o serviço de Assistência Técnica a máquinas de café, prestado por técnicos especializados, em dois conceitos diferentes: on-site, em casa do cliente, e off-site, nas instalações próprias.

Após comunicação do pedido de assistência na Linha Verde, a resolução da anomalia fica assegurada pela deslocação dos técnicos a casa do cliente e pela garantia de substituição temporária do equipamento avariado por equipamento Delta e respectivo envio para a oficina central. Com sede em Portugal, a Tecnidelta possui estruturas próprias e equipas técnicas em cada um dos 38 departamentos comerciais, na Novadelta France e na Angonabeiro.

2.2.3 FORMAÇÃO A CLIENTES

A constante preocupação em formar os clientes e aumentar o nível de qualidade dos produtos e serviços fornecidos, implicou a criação de uma Escola Profissional na área da Cafetaria: a Grão Maior – Escola Barista Delta.

A principal contribuição da Escola Grão Maior é, sem dúvida, capacitar continuamente os clientes Delta Cafés, dotando-os de ferramentas para gerir o seu negócio de forma original e inovadora, de modo a desenvolver um serviço diferenciador, com base na divulgação da cultura de café.

A Escola Grão Maior tem apostado na formação e divulgação do conceito de barista, promovendo a realização de campeonatos de barista na Península Ibérica.

No Centro de Pós-Graduação os clientes Delta têm à sua disposição um Master relacionado com tudo o que diz respeito ao universo do café, desde a sua história, requisitos legais do negócio até ferramentas para otimizar a rentabilidade do negócio.

2.2.4 LINHA DE ATENDIMENTO

Para alcançar a completa satisfação do cliente, a Delta Cafés sabe que é indispensável analisar e tratar as sugestões e reclamações apresentadas. Para que esse processo seja mais rápido e eficaz, a Delta disponibiliza uma linha telefónica de apoio, a denominada Linha Azul.

A Linha Azul assume-se como um canal preferencial de comunicação entre a Delta Cafés e os clientes, servindo não apenas como receptor das sugestões e reclamações, mas também para difundir a mensagem do consumo responsável.

CUSTOS COM A LINHA VERDE DA ASSISTÊNCIA AO CLIENTE

2011 36.277,79€

2010 23.218,72€

38 DEPARTAMENTOS comerciais na Península Ibérica

Com presença em 40 PAÍSES

44 DISTRIBUIDORES no Mundo

680 COMERCIAIS

230 TÉCNICOS

1074 VEÍCULOS 1039 Ligeiros e 35 Pesados

55.000 CLIENTES DIRECTOS

2.3 REBRANDING E REESTRUTURAÇÃO DA GAMA GINGA

A marca Ginga é comercializada pela Angonabeiro, cuja actividade comercial está orientada para dois mercados distintos: o canal Horeca e o canal de retalho alimentar. No canal Horeca, a Angonabeiro comercializa o Café Torrado em Grão e introduziu recentemente o lote Premium – Muata, feito a partir do melhor café angolano. No canal de retalho alimentar, a empresa comercializa embalagens de café moído e em grão das marcas Lobito e Bwe, bem como os cafés instantâneos, com e sem cafeína, disponíveis em embalagens de 100 gr e 200 gr.

Para comemorar os 10 anos da marca e comunicar o rebranding, foi lançada a campanha "Há 10 anos no coração de Angola". A nova imagem dos cafés Ginga teve como base a reinterpretação de uma das representações mais populares da Rainha Ginga. A ilustração da rainha e o logótipo da marca foram criados de forma a tornar mais icónica e expressiva toda a gama de cafés. O rejuvenescimento da imagem da marca é transversal a toda a gama de produtos e reforça a sua ligação a Angola, uma vez que do ponto de vista gráfico, todo o packaging foi reformulado com as cores marcantes de Angola – Vermelho, Amarelo e Preto.

À semelhança da Delta Cafés, a Ginga é uma marca que estimula a proximidade com os seus clientes e consumidores. Assim, tal como a insígnia portuguesa, a marca angolana aposta numa criteriosa estratégia de patrocínios, apoiando projectos de interesse local, estimulando dessa forma o envolvimento do consumidor com a marca.



# LIGADOS DE VERDADE

A chave do nosso sucesso são as pessoas e o envolvimento com a marca, que resulta da relação de proximidade que praticamos. Há uma gestão de pessoas pela proximidade, que se traduz no contacto directo com a administração, no conhecimento de cada colaborador e das suas necessidades e motivações.

## 3.1 MODELO DE GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

A gestão de recursos humanos visa satisfazer as necessidades da Delta Cafés, seleccionando, potenciando e capacitando os melhores talentos. Pretende-se, de forma activa, colmatar as necessidades dos colaboradores, aumentar as suas competências e criar condições para o seu desenvolvimento pessoal e profissional, procurando estimular a sua criatividade e iniciativa pessoal, na prossecução dos objectivos da organização.

A GESTÃO DE PESSOAS RESULTA DA RELAÇÃO DE PROXIMIDADE QUE PRATICAMOS E TRADUZ-SE NO CONHECIMENTO DE CADA COLABORADOR, DAS SUAS NECESSIDADES E MOTIVAÇÕES.



Estas parcerias simbióticas entre Universidade e Empresa são, cada vez mais, o caminho do progresso e do futuro.

TESTEMUNHO DO REITOR DA UNIVERSIDADE DE ÉVORA,  
CARLOS BRAUMANN

A parceria entre a Universidade e as empresas é cada vez mais importante para ambas as partes e para o desenvolvimento económico e social. Os projectos Universidade-Empresa de transferência de conhecimento e inovação são essenciais para as empresas se afirmarem nos mercados globalizados e competitivos, além de beneficiarem de recursos humanos e materiais altamente qualificados sem necessidade de investir em dispendiosas estruturas de investigação próprias. A Universidade ganha desafios e novas ideias de investigação e rendibiliza os seus recursos humanos e materiais. A participação de estudantes nestas actividades ou em estágios nas empresas, além de obviamente útil para a empresa, permite aos estudantes uma experiência valiosa onde se faz a ponte entre os conhecimentos adquiridos e a sua utilização na vida real. A parceria na formação dos colaboradores da empresa é essencial para a aquisição de conhecimentos e competências importantes para o seu melhor funcionamento e capacidade de acompanhar o progresso científico-tecnológico.

A Delta Cafés tem colaboradores de grande qualidade e tem sido dirigida por um homem de grande visão, o Comendador Rui Nabeiro, que a Universidade de Évora se orgulha de contar entre os seus Doutores honoris causa. Uma prova disso é o Master Café Delta, uma iniciativa extremamente inovadora de formação dos seus clientes empresariais, em que a Universidade de Évora tem sido parceira.

Esta iniciativa de grande qualidade tem tido elevada adesão e é uma clara demonstração da preocupação da Delta Cafés em ser útil aos seus clientes e em estabelecer entre estes e os dirigentes e colaboradores da empresa laços de amizade, que pude testemunhar na cerimónia de entrega dos diplomas.

Mas o Senhor Comendador Rui Nabeiro e a Delta Cafés têm sido paradigmas da responsabilidade social das empresas, contribuindo para inúmeras causas de utilidade social e para o desenvolvimento científico e a qualidade ambiental. Prova desta última preocupação é a Cátedra Rui Nabeiro de Biodiversidade, que a empresa financia e que tem desenvolvido nos últimos anos na Universidade de Évora notável actividade de investigação, com resultados publicados nas mais conceituadas revistas científicas internacionais. Com esta parceria, estamos juntos ao serviço da preservação dos ecossistemas e da qualidade de vida.

Estas parcerias simbióticas entre Universidade e Empresa são, cada vez mais, o caminho do progresso e do futuro. A Universidade de Évora e a Delta Cafés souberam dar esse passo.

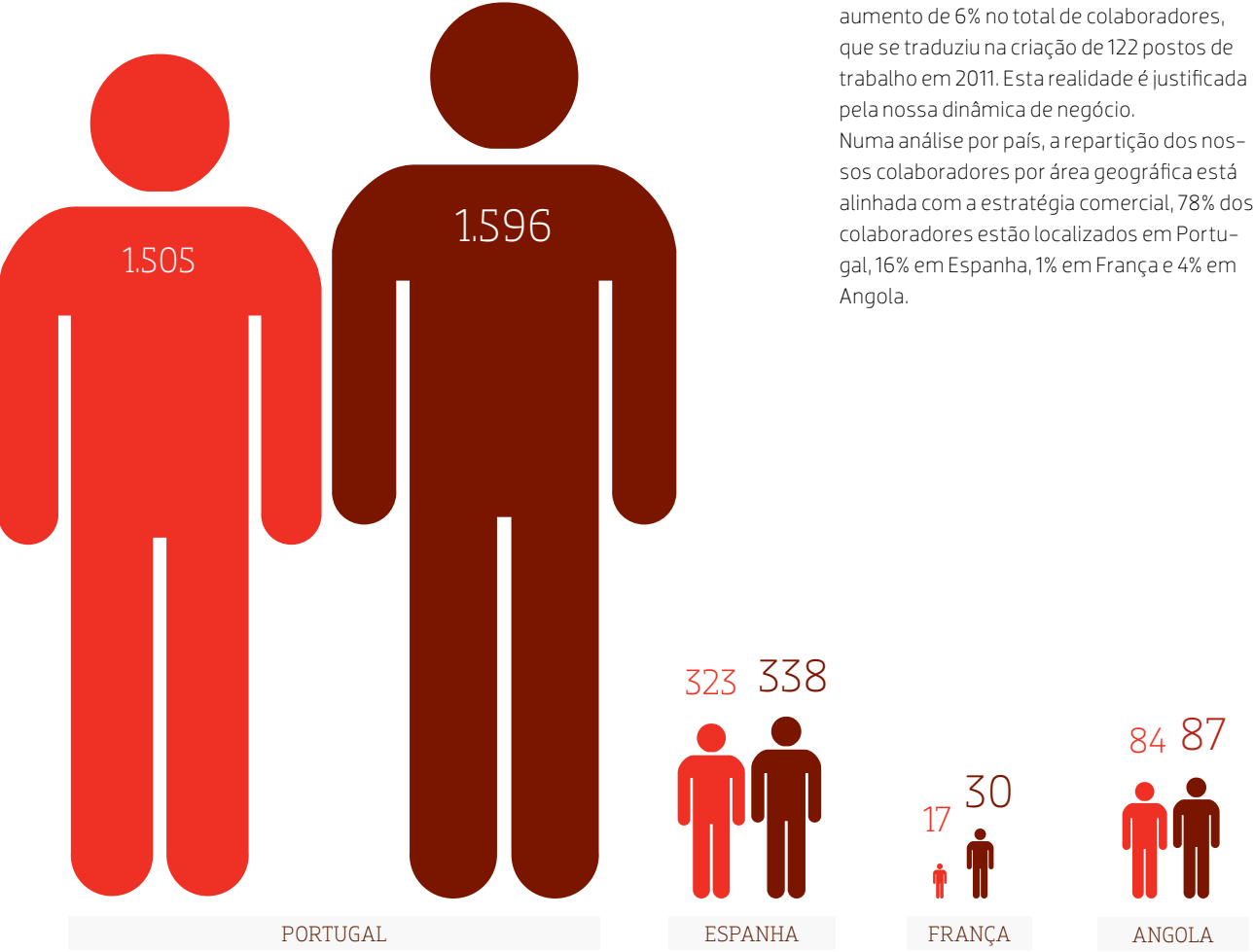
Fazemos votos que a nossa cooperação se reforce no futuro.

*Carlos Braumann*

3.2  
ROSTOS DA DELTA

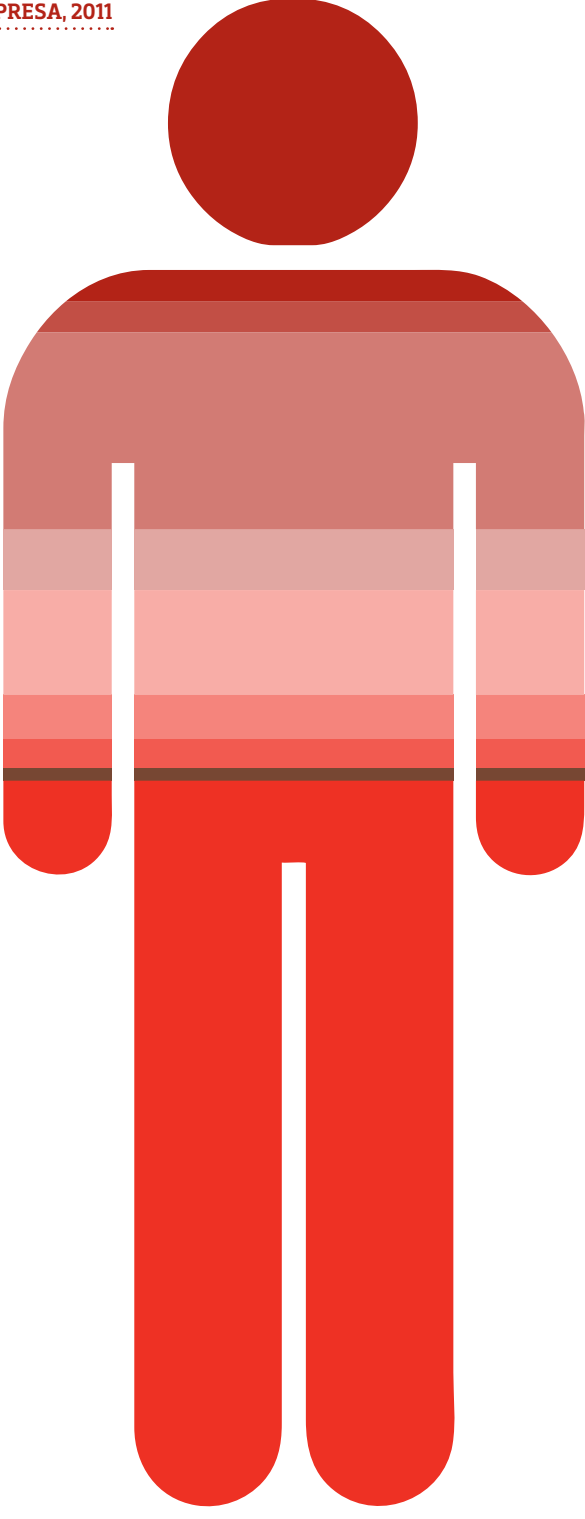
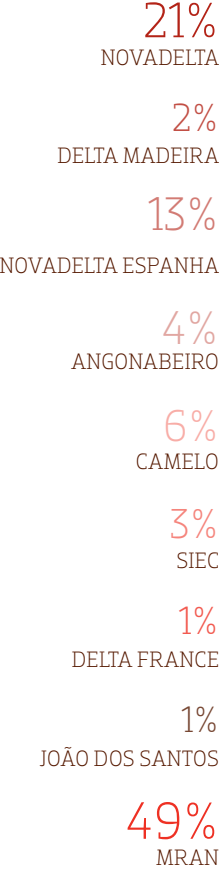
COLABORADORES POR PAÍS

2010 2011



No período em análise, verificou-se um aumento de 6% no total de colaboradores, que se traduziu na criação de 122 postos de trabalho em 2011. Esta realidade é justificada pela nossa dinâmica de negócio. Numa análise por país, a repartição dos nossos colaboradores por área geográfica está alinhada com a estratégia comercial, 78% dos colaboradores estão localizados em Portugal, 16% em Espanha, 1% em França e 4% em Angola.

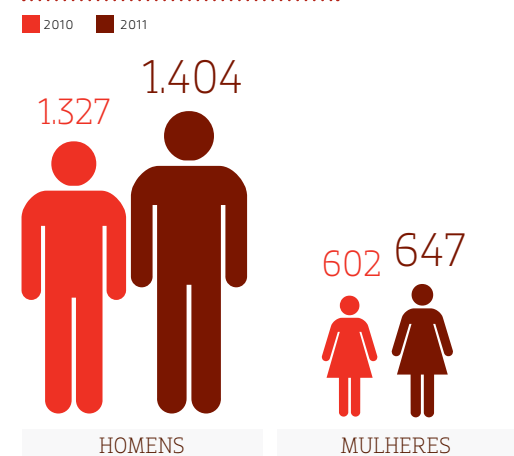
COLABORADORES POR EMPRESA, 2011



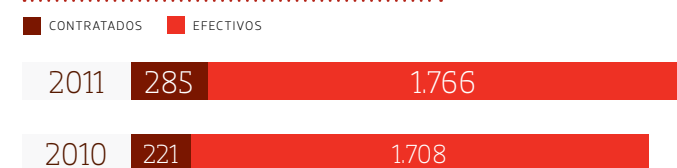




#### COLABORADORES POR GÉNERO



#### COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO

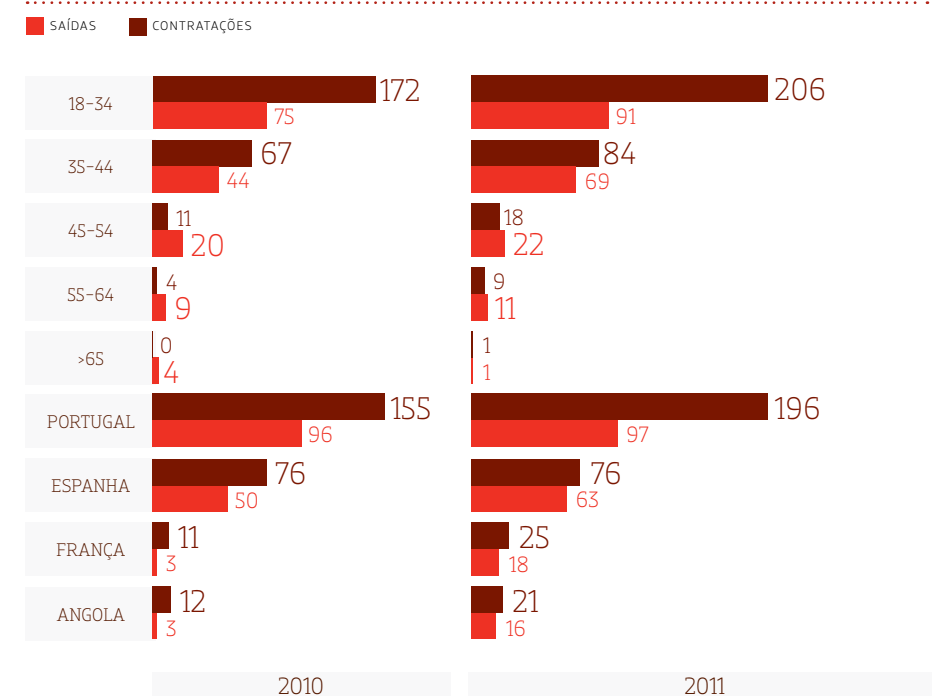


#### ROTATIVIDADE POR GÉNEROS, TOTAL DE CONTRATAÇÕES E SAÍDAS



Procuramos contratar localmente os nossos colaboradores, promovendo a criação de infra-estruturas que potenciam o desenvolvimento económico e social das diversas regiões onde estamos presentes e, desta forma, contribuir para a construção de comunidades competitivas.

#### ROTATIVIDADE: TOTAL DE CONTRATAÇÕES E SAÍDAS, 2011

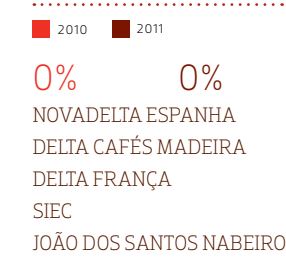


Num total de 318 novas contratações, em 2011, 76% são homens, 65% pertencem à faixa etária 18-34 anos e 62% estão situados na área geográfica de Portugal.



O Grupo não faz qualquer tipo de discriminação na admissão de colaboradores, baseada em aspectos relacionados com a religião, o sexo, a orientação política, a raça ou outros, utilizando apenas critérios objectivos, entre os quais se destacam as qualificações apresentadas pelo colaborador, tendo em vista a função para a qual vai ser admitido.

#### COLABORADORES SINDICALIZADOS (%)



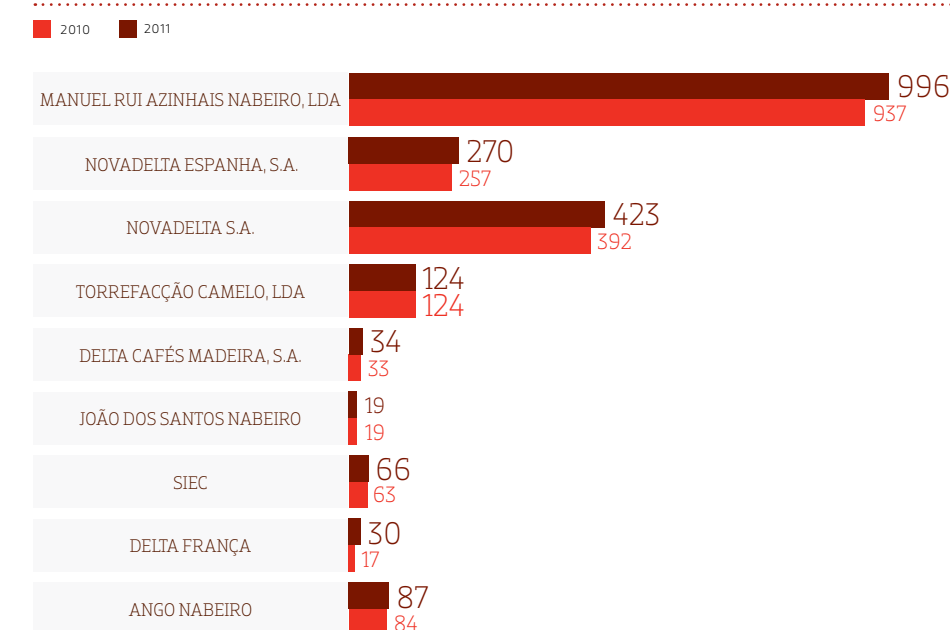
NOVADELTA

1,49% MRAN

4,03% TORREFACÇÃO CAMELO

20% ANGONABEIRO

#### TRABALHADORES ABRANGIDOS POR CONTRATO COLECTIVO DE TRABALHO





Relativamente à remuneração dos colaboradores da Delta Cafés SGPS, a relação entre o salário mais baixo e a retribuição mínima mensal garantida, é apresentada na seguinte tabela:

REMUNERAÇÕES DOS COLABORADORES DELTA CAFÉS SGPS, 2011

	SALÁRIO MAIS BAIXO (HOMENS)	RÁCIO SALÁRIO MAIS BAIXO (H)/SALÁRIO MÍNIMO (€)	SALÁRIO MAIS BAIXO (MULHER)	RÁCIO SALÁRIO MAIS BAIXO (M)/SALÁRIO MÍNIMO (€)
ANGONABEIRO	25.000*	2,90	25.000	2,90
DELTA FRANCE	1365	1,00	1365	1,00
DELTA MADEIRA	550	1,13	558	1,15
JOÃO DOS SANTOS	600	1,24	500	1,03
MRAN	500	1,03	500	1,03
NOVADELTA	486	1,00	486	1,00
NOVADELTA ESPANHA	800	1,25	800	1,25
SIEC	967	1,51	967	1,51
TORREFACÇÃO CAMELO	500	1,03	486	1,00

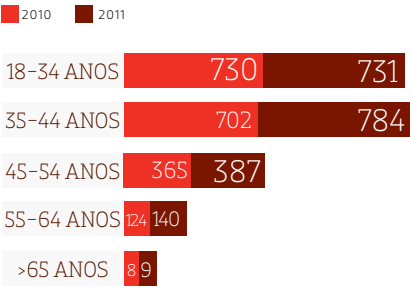
(\*) VALOR EM QUANZAS.

Para reforçar a política de gestão de recursos humanos está a decorrer o programa "Atrair, Reter e Desenvolver", que visa fundamentalmente agir no reconhecimento e desenvolvimento de competências dos colaboradores. Este é um elemento diferenciador da actual estratégia de gestão de recursos humanos.

Este projecto incidiu inicialmente nas áreas administrativas e está gradualmente a aplicar-se a todo o Grupo.

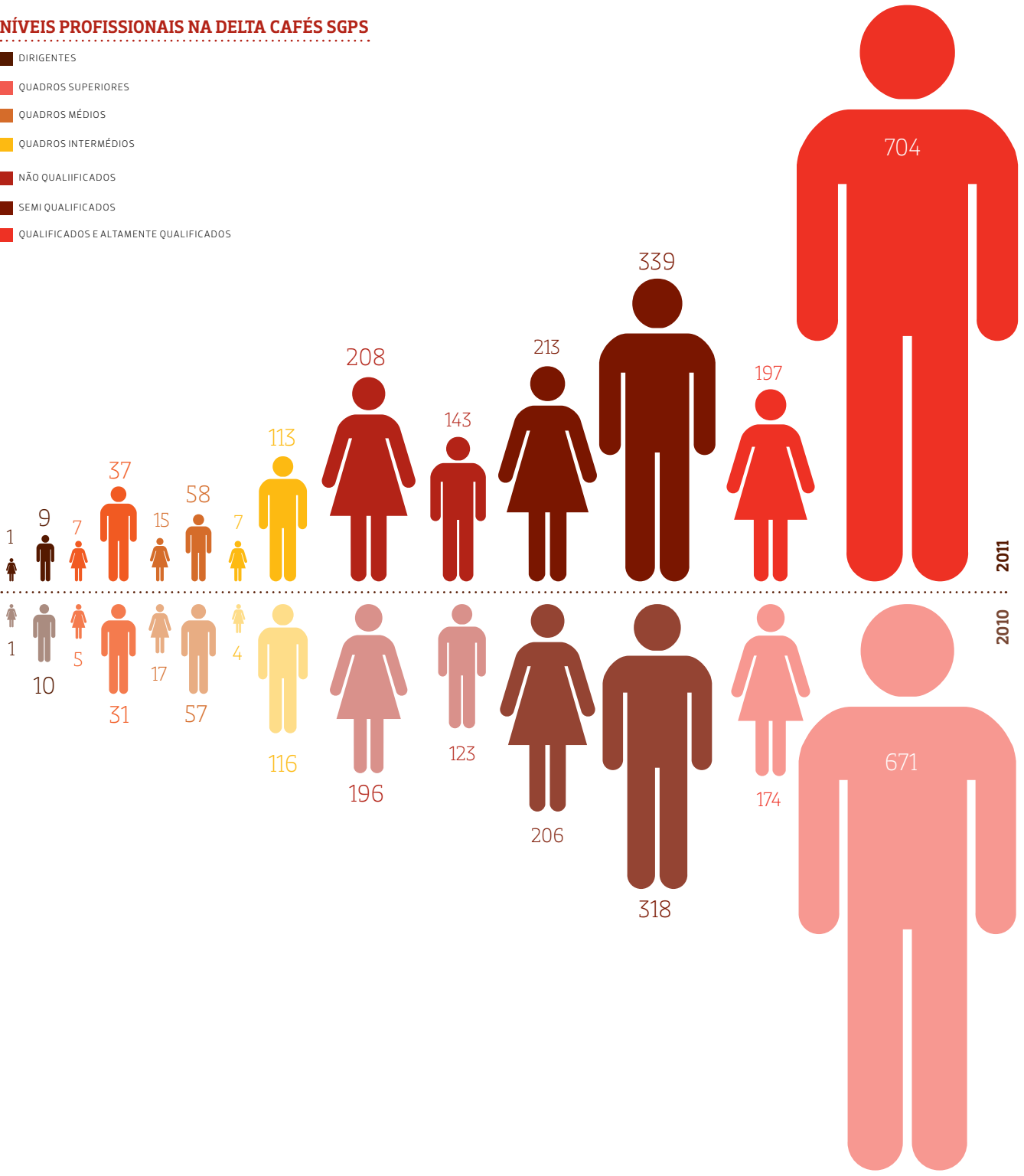
No que respeita a representação sindical, esta não é significativa, apenas 1,1% dos colaboradores estão sindicalizados e não existem acordos formais com sindicatos que vão para além desta filiação dos colaboradores. O Grupo cumpre e actua de acordo com as regras integrantes das convenções colectivas de trabalho aplicáveis nos diferentes sectores de actividade e regiões. O respeito pelo direito de associação, constitucionalmente consagrado, é difundido entre colaboradores da Delta Cafés no momento da admissão.

COLABORADORES POR FAIXA ETÁRIA



NÍVEIS PROFISSIONAIS NA DELTA CAFÉS SGPS

- DIRIGENTES
- QUADROS SUPERIORES
- QUADROS MÉDIOS
- QUADROS INTERMÉDIOS
- NÃO QUALIIFICADOS
- SEMI QUALIFICADOS
- QUALIFICADOS E ALTAMENTE QUALIFICADOS



# 3.3

## POLÍTICA DE FORMAÇÃO

Para o Grupo Nabeiro/Delta Cafés, uma das principais contribuições da formação profissional é, sem dúvida, capacitar continuamente todos os seus colaboradores, tornando-os cidadãos criativos, com condições para enfrentar as mudanças de maneira original e inovadora.

A Política de Formação tem como objectivo permitir a adaptação dos colaboradores às modificações das condições de trabalho, resultantes da evolução tecnológica e da evolução do contexto económico.

O Centro Internacional de Pós Graduação Comendador Rui Nabeiro, através do desenvolvimento de todos os seus projectos formativos e um largo volume de horas de formação já ministrada, tem vindo a assumir-se como um verdadeiro pivot estratégico de formação para colaboradores, clientes, consumidores e comunidade, antecipando caminhos de futuro e preparando o seu capital humano para vencer, com competência, os desafios do século XXI.

### TOTAL DE HORAS POR COLABORADOR



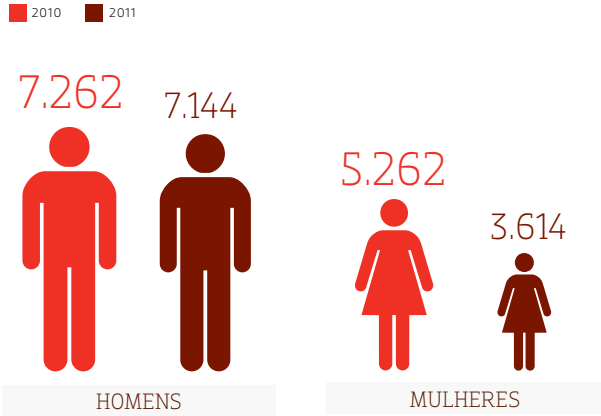
### HORAS DE FORMAÇÃO POR EMPRESA

EMPRESA	2010	2011
MRAN	7.764	7.085
NOVADELTA	2.619	1.927
DELTA MADEIRA	258	91
TORREFACÇÃO CAMELO	1256	727
JOÃO DOS SANTOS	65	40
NOVADELTA FRANCE	0	35
ANGONABEIRO	0	30
NOVADELTA ESPANHA	286	680
SIEC	300	128

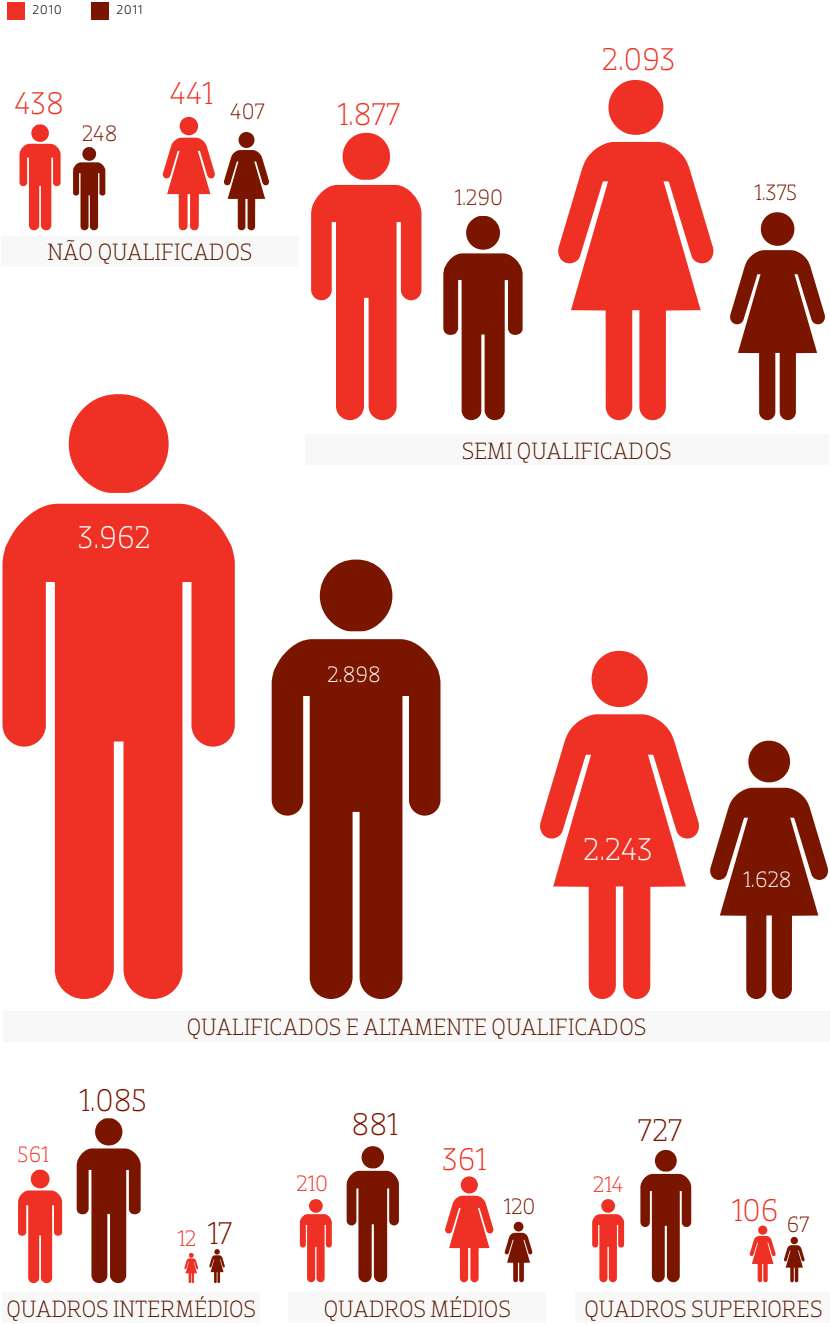
### /POR COLABORADOR

2010	2011
8,31	7,16
6,72	4,63
7,8	2,68
9,66	5,86
3,42	2,11
0	1,17
0	0,34
1,11	2,52
4,76	1,94

### HORAS DE FORMAÇÃO POR GÉNERO



### HORAS DE FORMAÇÃO POR QUADROS



Com o intuito de alargar as opções de formação e a rede de conhecimento temos vindo a desenvolver um conjunto de parcerias com outras entidades formadoras, nomeadamente:

- Universidade Católica Portuguesa
- Universidade da Beira Interior
- Universidade de Évora
- Universidade do Minho
- Instituto Politécnico de Portalegre
- Instituto Politécnico de Leiria
- Instituto de Biologia Experimental Tecnológica
- Unidade de Investigação e Desenvolvimento em Engenharia Mecânica e Industrial

Dentro deste contexto estabelecemos um Protocolo com a 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.

Salientamos ainda o Protocolo de colaboração assinado entre o Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP) e o Grupo Nabeiro no âmbito da Iniciativa Novas Oportunidades, por forma a dinamizar conjuntamente 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.



FORMAÇÃO POR ÁREAS TEMÁTICAS

\* PROGRAMAS NÃO CLASSIFICADOS NOUTRA ÁREA

■ 2010 ■ 2011



### 3.4

## POLÍTICA DE SAÚDE, SEGURANÇA E HIGIENE

Estamos empenhados na prevenção de acidentes, lesões e doenças profissionais e na protecção dos nossos colaboradores e parceiros.

A nossa política de Saúde e Segurança no trabalho estabelece a Segurança como uma prioridade. Reconhecemos e exigimos que todos tenham um papel activo na promoção de um ambiente seguro e saudável e promovemos a sensibilização e formação sobre saúde e segurança junto dos nossos Parceiros. Para garantir a aplicação destes princípios, existe um sistema integrado de gestão que contempla a Política de Higiene, Saúde e Segurança que é aplicada a todos os colaboradores. Este pretende contribuir para a prevenção de riscos profissionais, para o aumento da competitividade e a diminuição da sinistralidade.

Os colaboradores representados em Comissões de Segurança e Saúde no trabalho perfazem 21% do universo da Delta Cafés e os seus representantes 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.

No âmbito da nossa política de prevenção de saúde e segurança foram realizados vários rastreios aos nossos colaboradores, nomeadamente à depressão, auditiva, osteoporose, terapia da fala, glicemia, tensão arterial, higiene oral e hábitos de alimentação saudável, através da celebração de protocolos com diversas entidades, entre elas a Universidade Fernando Pessoa e a Widex.

Ao abrigo de protocolos celebrados com o grupo, realizámos também alguns rastreios à comunidade, nomeadamente audição, alergologia e higiene oral, junto das crianças do concelho de Campo Maior.

Nº DE ACIDENTES, DOENÇAS OCUPACIONAIS E ABSENTISMO

DELTA SGPS	2010	2011
ACIDENTES	103	124
COM INCAPACIDADE TEMPORÁRIA PARCIAL	59	55
SEM INCAPACIDADE	44	69
TAXA DE FREQUÊNCIA	16,04	14,87
TAXA DE GRAVIDADE	405,20	403,00
TAXA DE DOENÇAS OCUPACIONAIS	0,00	0,00
ABSENTISMO (%)	3,86	3,90
ÓBITOS	0	0

POR REGIÃO - PORTUGAL	2010	2011
ACIDENTES	55	61
COM INCAPACIDADE TEMPORÁRIA PARCIAL	42	41
SEM INCAPACIDADE	13	20
TAXA DE FREQUÊNCIA	14,66	13,72
TAXA DE GRAVIDADE	407,74	349,00
TAXA DE DOENÇAS OCUPACIONAIS	0,00	0,00
ABSENTISMO (%)	4,17	4,26
ÓBITOS	0	0

POR REGIÃO - ESPANHA	2010	2011
ACIDENTES	46	60
COM INCAPACIDADE TEMPORÁRIA PARCIAL	16	13
SEM INCAPACIDADE	30	47
TAXA DE FREQUÊNCIA	25,84	19,97
TAXA DE GRAVIDADE	482,81	634,53
TAXA DE DOENÇAS OCUPACIONAIS	0,00	0,00
ABSENTISMO (%)	0,00	0,00
ÓBITOS	0	0

POR GÉNERO - HOMENS	2010	2011
ACIDENTES	80	104
COM INCAPACIDADE TEMPORÁRIA PARCIAL	41	42
SEM INCAPACIDADE	39	62
TAXA DE DOENÇAS OCUPACIONAIS	0,00	0,00
ÓBITOS	0	0

POR REGIÃO - FRANÇA	2010	2011
ACIDENTES	2	1
COM INCAPACIDADE TEMPORÁRIA PARCIAL	1	1
SEM INCAPACIDADE	1	0
TAXA DE FREQUÊNCIA	30,13	17,08
TAXA DE GRAVIDADE	693,00	580,60
TAXA DE DOENÇAS OCUPACIONAIS	0,00	0,00
ABSENTISMO (%)	2,00	2,00
ÓBITOS	0	0

POR REGIÃO - ANGOLA	2010	2011
ACIDENTES	0	2
COM INCAPACIDADE TEMPORÁRIA PARCIAL	0	0
SEM INCAPACIDADE	0	2
TAXA DE FREQUÊNCIA	0	0
TAXA DE GRAVIDADE	0	0
TAXA DE DOENÇAS OCUPACIONAIS	0,00	0,00
ABSENTISMO (%)	3,90	4,00
ÓBITOS	0	0

POR GÉNERO - MULHERES	2010	2011
ACIDENTES	23	21
COM INCAPACIDADE TEMPORÁRIA PARCIAL	18	14
SEM INCAPACIDADE	5	7
TAXA DE DOENÇAS OCUPACIONAIS	0,01	0,01
ÓBITOS	0	0

3.5  
REGALIAS E  
BENEFÍCIOS

Desde o inicio da actividade que temos uma grande preocupação em proporcionar as melhores condições de trabalho, disponibilizando incentivos e ajudas em áreas específicas a todos os colaboradores do Grupo.

A Delta Cafés proporciona aos seus colaboradores um seguro de saúde, que garante a todos o acesso a uma rede de serviços de cuidados de saúde de várias especialidades, meios auxiliares de diagnóstico, serviços complementares e internamento hospitalar.

Existem protocolos com outras entidades que permitem que aos colaboradores adquirir, em condições especiais, bens e serviços, no sector bancário, automóvel, viagens, alimentação, produtos de segurança, bem como todos os produtos e serviços do Grupo Nabeiro.

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

# AMBIENTE

O ciclo de desenvolvimento de novos produtos tem como base os princípios de eco-eficiência e eco-design, procurando fomentar a sustentabilidade nas origens, reduzir as ineficiências no processo produtivo e reduzir e valorizar os resíduos produzidos.

Em todas as fases do ciclo de vida do produto, esforçamo-nos por utilizar os recursos naturais de forma eficiente e favorecer a utilização de fontes renováveis e geridas de forma sustentável.

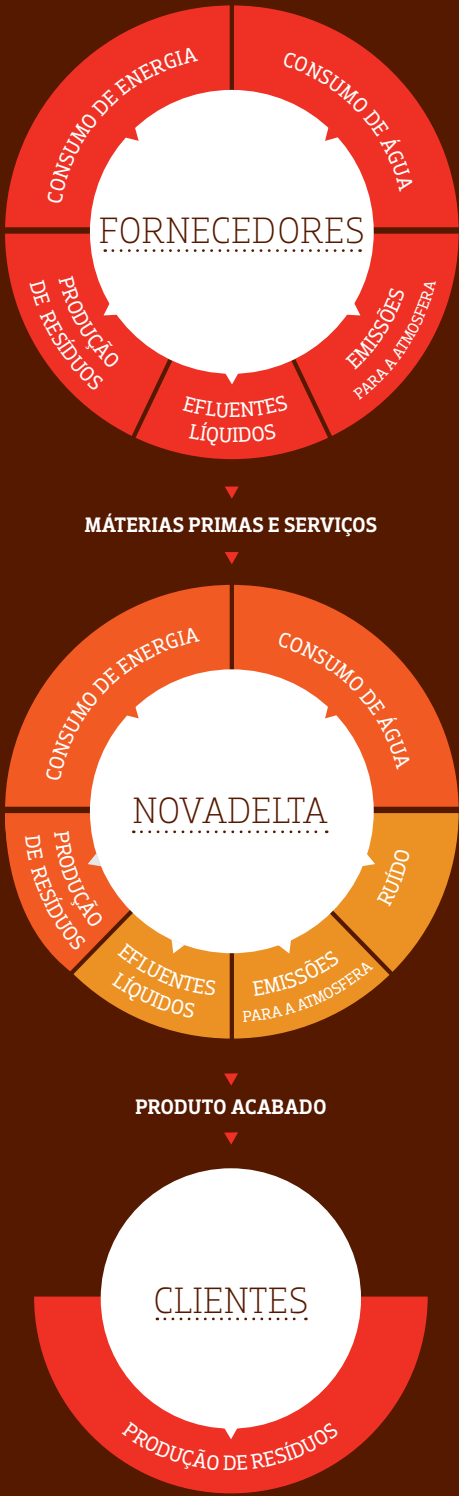
A Delta Cafés criou um Sistema de Gestão Ambiental específico, englobado no sistema de gestão integrado. O Sistema de Gestão Ambiental é o conjunto de processos, práticas, métodos e meios que permitem à organização estabelecer uma política e objectivos ambientais, identificando e gerindo os impactes 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 e o EMAS.

A identificação dos aspectos ambientais, resultantes das actividades, produtos e serviços e avaliação da sua importância, é feita tendo em conta:

- Os principais aspectos ambientais directos da organização, que a empresa pode controlar directamente;
- Os aspectos ambientais indirectos, que a empresa pode influenciar. Estão associados maioritariamente a actividades desenvolvidas por subcontratados e à actividade de inovação e concepção. São exemplos, respectivamente, o serviço de transportes, as actividades de montagem de equipamentos e o desenvolvimento de novos produtos;
- Os aspectos associados a situações de emergência, como por exemplo os relaciona-dos com a ocorrência de um incêndio ou derrame;
- Os aspectos considerados significativos, tendo em consideração a metodologia de avaliação da importância do impacte.

## IDENTIFICAÇÃO DE ASPECTOS AMBIENTAIS



- ASPECTOS AMBIENTAIS INDIRECTOS NÃO SIGNIFICATIVOS
- ASPECTOS AMBIENTAIS DIRECTOS NÃO SIGNIFICATIVOS
- ASPECTOS AMBIENTAIS DIRECTOS SIGNIFICATIVOS





O caminho para a sustentabilidade é um desafio de várias frentes. Tem início na sensibilização e toma forma na mudança de comportamentos e nas acções mais elementares do dia-a-dia.

TESTEMUNHO DA ADMINISTRADORA  
RITA NABEIRO

Na Delta Cafés pensamos o futuro de forma responsável seja do ponto de vista social, económico ou ambiental. 50 anos são um marco importante e reforçam o nosso compromisso perante os nossos colaboradores, fornecedores e clientes.

A liderança no mercado português de café reforça o sentido de responsabilidade para com as comunidades que servimos. Vemos nesta conquista uma oportunidade para dar o melhor de nós e intervir positivamente na sociedade, retribuindo a confiança que os consumidores depositam na nossa marca.

A responsabilidade social está nos genes da Delta Cafés, mas também a energia e a vontade de crescer. O crescimento tem que ser, por isso, sustentável e transversal a toda a cadeia de produção e comercialização.

Uma estratégia de sustentabilidade ambiental obriga-nos a pensar no presente, os resultados que queremos no futuro. Condiciona decisões e acções para além do que pretendemos obter a curto prazo, estabelecendo um compromisso com o dia de amanhã, com as gerações futuras e connosco próprios.

A regra dos cinco "R's" - Reduzir, Racionalizar, Renovar, Reciclar e Reparar, resume os principais eixos de uma atitude responsável nas mais diversas actividades do grupo.

**Reduzir:** Reforçámos o compromisso de redução de consumos energéticos, adoptando uma política de eco-eficiência através do recurso a fontes energéticas renováveis. Além disso a criação de Embaixadores da Sustentabilidade nas unidades de produção e comercialização contribuem para que pequenas acções individuais originem grandes diferenças colectivas.

**Racionalizar :** O plano de racionalização da pegada hídrica implementado na Novadelta, permitiu que se tenha registado uma redução de 25% de consumo total de água, na Delta Cafés SGPS.

**Renovar:** Cerca de 54% dos efluentes produzidos, foram reutilizados em rega.

**Reciclar:** No âmbito da reciclagem, o projecto ReThink envolveu equipas de investigação multidisciplinares de diversos centros de investigação especializados. A redução de packaging, a reciclagem de papel, de cápsulas e de máquinas é um trabalho contínuo e de todos.

**Reparar:** Cuidar do meio envolvente, reduzindo a pegada carbónica das origens até à chávena de café.

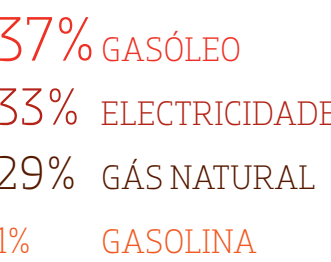
O caminho para a sustentabilidade é um desafio de várias frentes. Tem início na sensibilização e toma forma na mudança de comportamentos e nas acções mais elementares do dia-a-dia.

Os interesses económicos, sociais e ambientais nem sempre estão de mãos dadas, mas a permanência do registo da natureza como hoje a conhecemos, só é possível com uma atitude responsável por parte de todos. Por essa razão, a sustentabilidade é porventura uma das causas mais importantes que deveremos abraçar, agora!

*Rita Nabeiro*

# 4.1 CONSUMOS ENERGÉTICOS: O DESAFIO DA ECO-EFICIÊNCIA

PERFIL ENERGÉTICO  
DA DELTA CAFÉS SGPS,  
EM 2010-2011

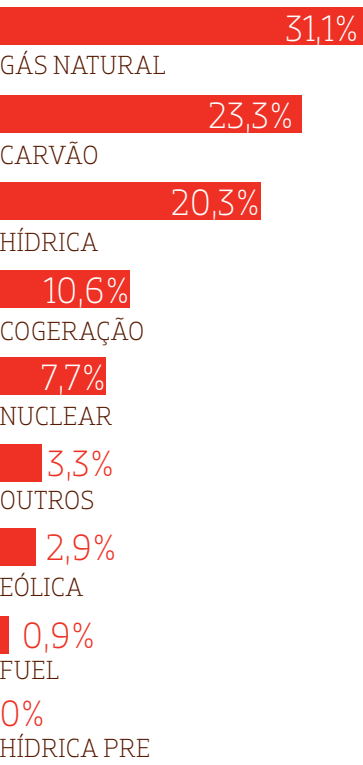


O perfil energético da Delta Cafés SGPS desagregado é composto por consumo de gasóleo 37%, electricidade 33%, gás natural 29% e gasolina 1%. A preponderância do gasóleo é justificada pelo modelo de negócio adoptado, que aposta na auto-venda.

A nossa frota, as unidades produtivas e administrativas são as principais fontes de consumo da Delta Cafés SGPS. Em termos absolutos, o consumo total de energia registou um acréscimo de 7% face aos consumos de 2009, justificado pelo acréscimo de área dos nossos departamentos comerciais e pela aquisição de novas máquinas na unidade industrial da Novadelta. Em termos de consumo específico de energia total verificou-se um ligeiro acréscimo pelo facto de termos adquirido duas novas máquinas de embalamento. A montagem, afinação e teste das mesmas originou um aumento do consumo de electricidade, sem produção associada. Para além disso, a nossa estratégia comercial conduziu à abertura de novos departamentos comerciais em Salamanca e na Coruña.

CONSUMO INDIRECTO DE ENERGIA  
POR FONTE PRIMÁRIA, 2011

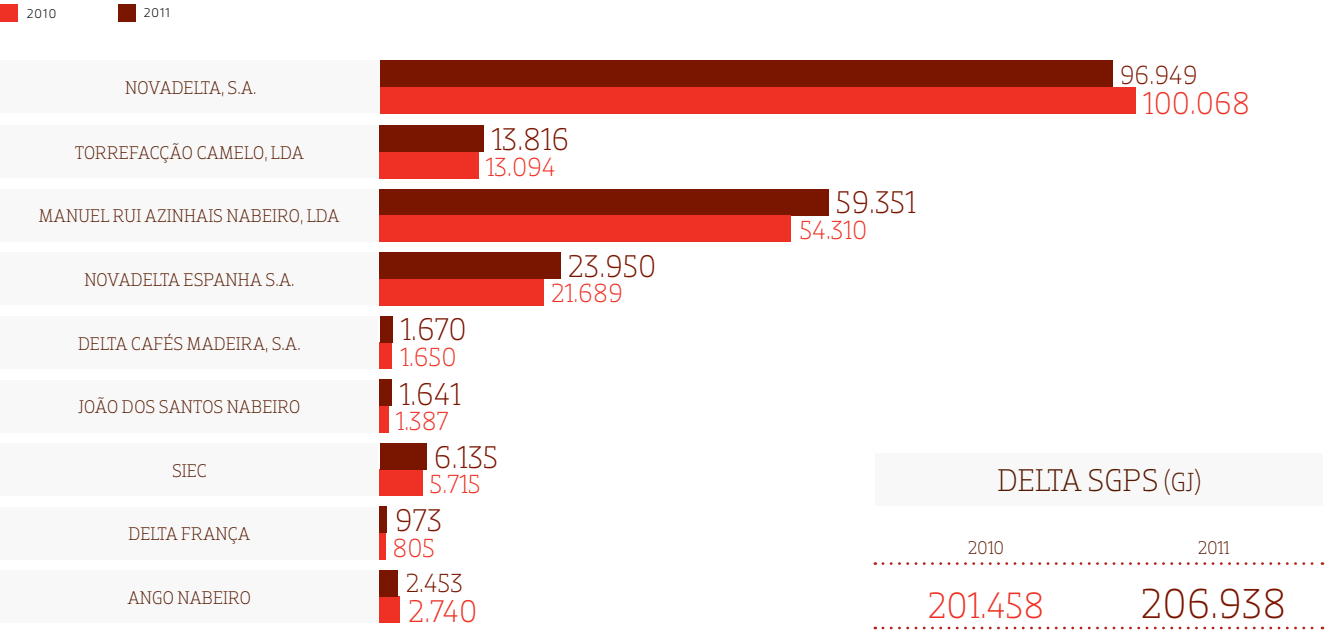
FONTE: INFORMAÇÃO FORNECIDA PELO PRINCIPAL FORNECEDOR DE ENERGIA, EDP, 2010-2011







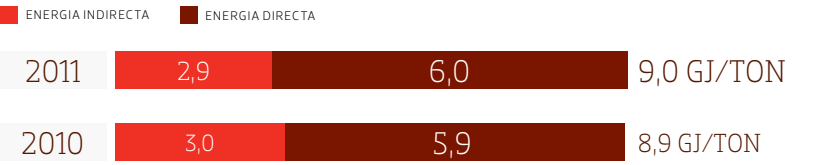
TOTAL DE ENERGIA CONSUMIDA POR EMPRESA (GJ)



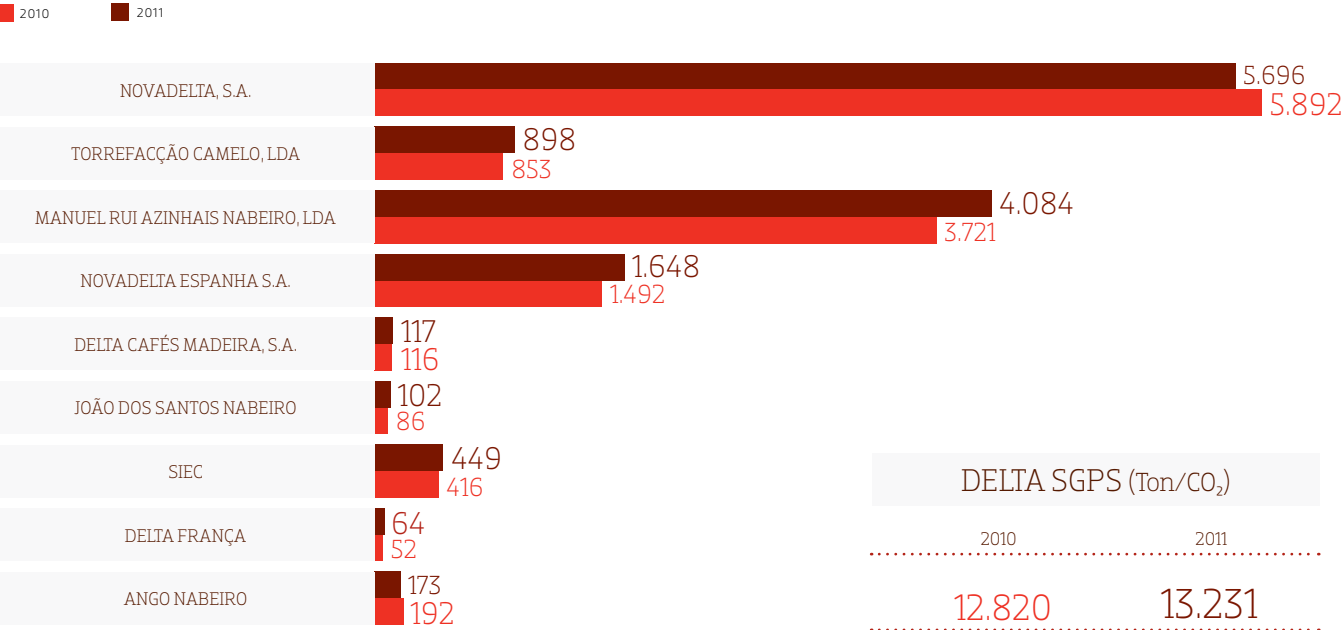
EMISSIONES (TON CO2/ CAFÉ VENDIDO)



ENERGIA TOTAL POR CAFÉ VENDIDO DELTA SGPS, EM GJ/TON



TOTAL DE EMISSIONES POR EMPRESA (TON CO2)



Durante este biénio foi implementado um conjunto de acções para a eficiência energética. A criação da rede de embaixadores da sustentabilidade permitiu o aumento da participação e envolvimento dos colaboradores dos departamentos nas temáticas de redução de consumos de energia e água.

Na Novadelta foram instalados:

- painéis solares térmicos para apoio à produção de água quente para os balneários, um sistema para recuperação do calor do arrefecimento dos compressores para aquecimento do ambiente do sector de açúcar,
- substituição da iluminação fabril e exterior, por lâmpadas de baixo consumo (Leds).
- foi iniciada a montagem de contadores parciais em toda a área fabril de modo a facilitar a monitorização dos consumos.

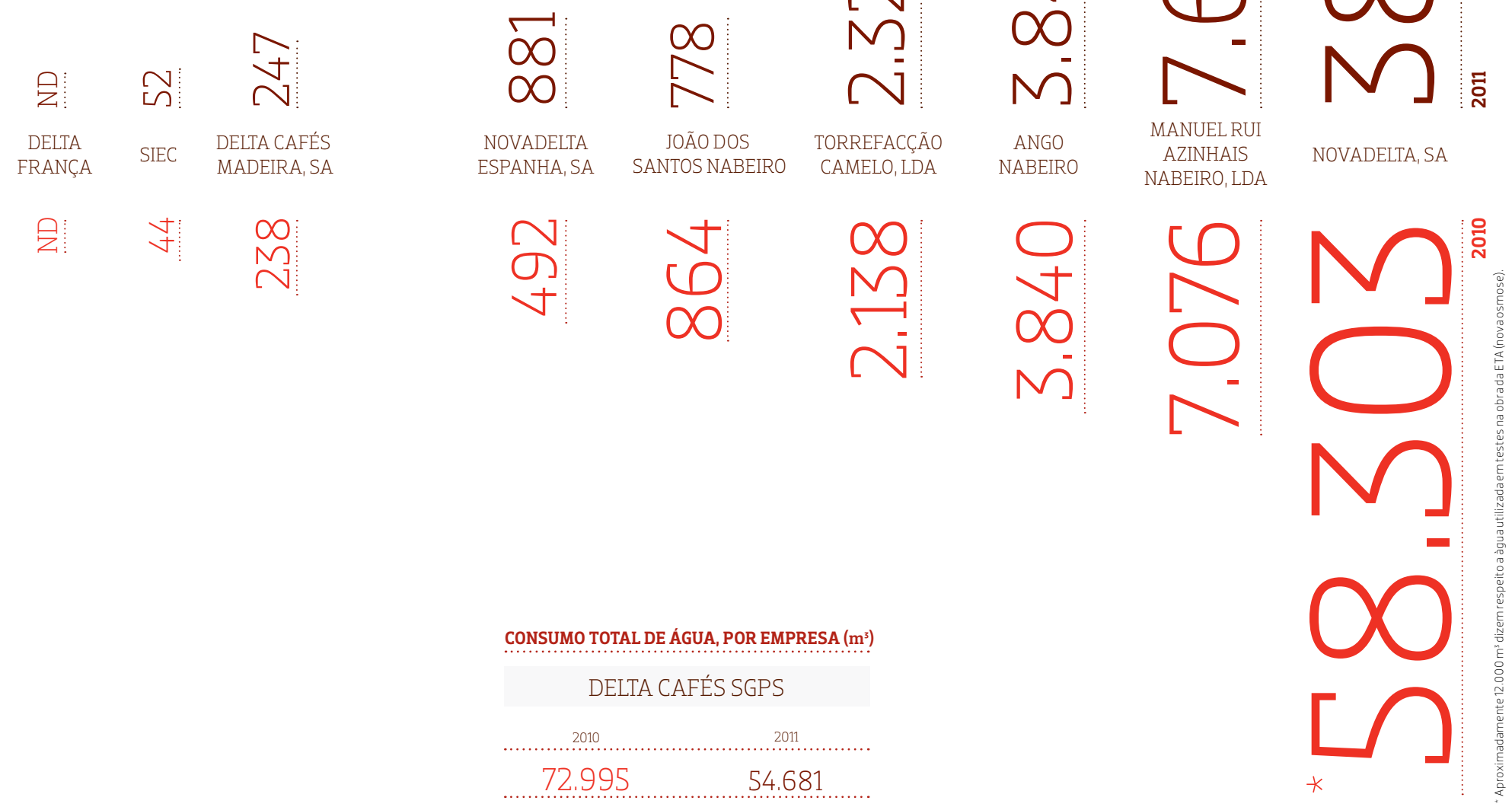
As emissões de dióxido de carbono acompanham a tendência do consumo energético total, passando de 12.820 ton CO<sub>2</sub> em 2010 para 13.231 ton CO<sub>2</sub> em 2011, o que em termos específicos significa um aumento de 1,02 %.

## 4.2 A NOSSA PEGADA HÍDRICA

O consumo total de água em 2011 face a 2010 registou uma redução de 25%, na Delta Cafés SGPS. Esta redução é devida ao plano de racionalização de consumos implementado na Novadelta.

Exceptuando a Novadelta SA, as restantes empresas consomem água da rede pública. A água consumida na Novadelta SA tem origem em quatro furos de captação, localizados nas instalações da empresa, todos devidamente licenciados. 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.

A água, apesar de não ser um recurso interveniente no nosso processo produtivo, tendo em conta a localização das unidades industriais é considerada um aspecto significativo, como tal é sujeito a monitorização e a definição de objectivos de redução.



\* Aproximadamente 12.000 m³ dizem respeito a água utilizada em testes na obra da ETA (nova osmose).

# 4.3 EFLUENTES: RENOVAR O CICLO DA ÁGUA

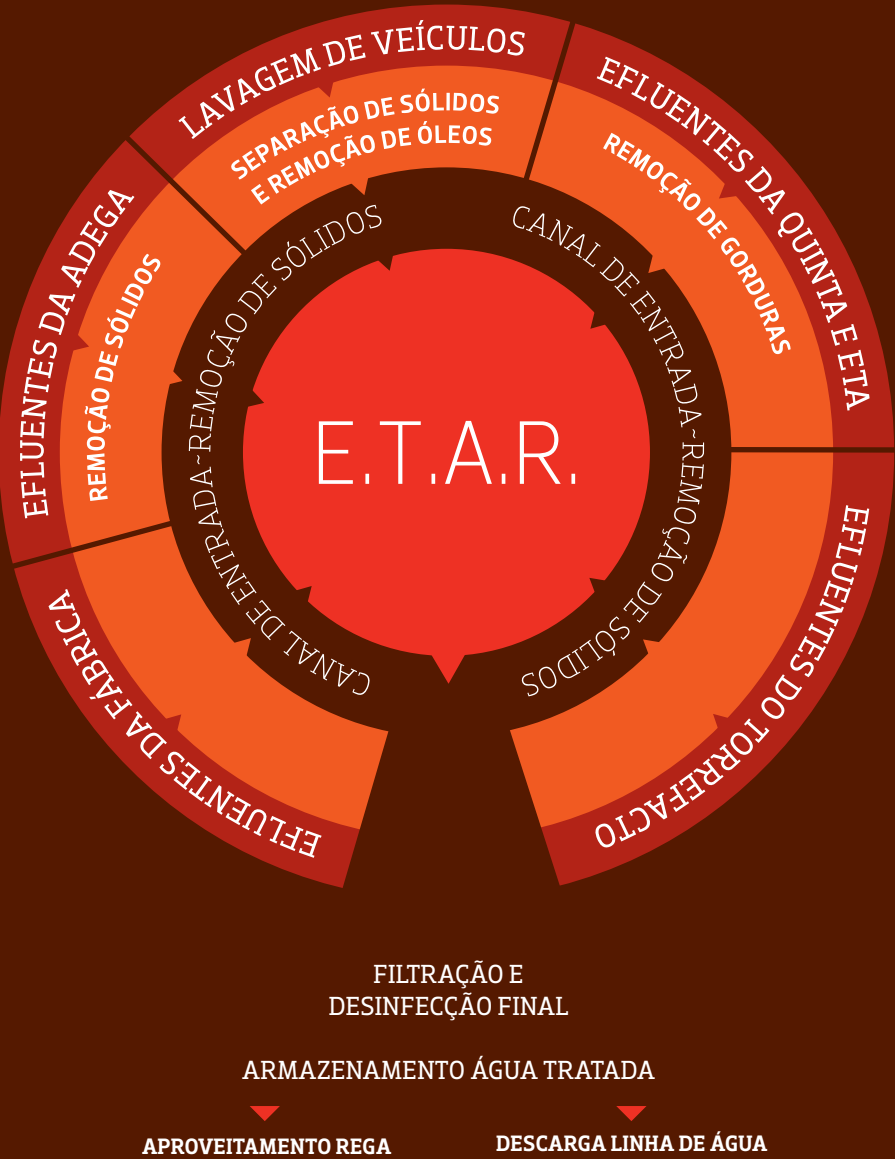
Todas as empresas da Delta SGPS efectuam a descarga dos efluentes nas redes municipais, excepto a Novadelta. O facto desta área não dispor de infra-estruturas públicas de saneamento de esgotos, exige que as águas residuais da unidade fabril sejam drenadas para uma ETAR (Estação de Tratamento de Águas Residuais) própria. A ETAR situa-se em terreno da empresa e foi projectada tendo em conta vários factores, nomeadamente os diversos tipos de efluentes a tratar com grandes diferenças de cargas orgânicas e químicas, caudais e localização da origem do efluente, o que implicou o estudo de uma solução integrada com vários graus de tratamento. Atendendo aos factores expostos, preconizou-se uma linha de tratamento principal que recebe todos os efluentes, directamente ou após um tratamento específico.

Tratamos os efluentes líquidos, realizando uma monitorização apertada, uma vez que estes poderão ser reaproveitados para rega ou descarregados no meio hídrico no rio Caia. Zona importante para a comunidade de aves que vivem e que dependem deste habitat, classificada como IBA (Important Bird Area).

Desde o ano de 2005 foi implementado um projecto com o objectivo de recuperar efluentes, visto considerarmos que o consumo de água é um aspecto ambiental significativo. Deste modo, a água residual proveniente da ETAR passou a ser utilizada para rega e espaços verdes. Em 2011, dos 21.038 m³ de efluentes produzidos, cerca de 54% foram reutilizados na rega.

Em 2011,  
dos 21.038 m³  
de efluentes  
produzidos,  
cerca de 54%  
foram reutilizados  
na rega.

## IDENTIFICAÇÃO DAS FASES DO TRATAMENTO DO EFLUENTE







## 4.4 RESÍDUOS: PROMOVER A RECICLAGEM

A redução e valorização de resíduos é uma preocupação patente no desenvolvimento de novos produtos e serviços. A aquisição das novas máquinas embaladoras Delta Q, para a unidade industrial da Novadelta, teve em conta as capacidades desta tecnologia para reduzir os resíduos gerados e, dessa forma, minorar os impactes ambientais do produto.

Porém, 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, verificou-se um aumento da produção de resíduos, devido à eliminação de packaging antigo.

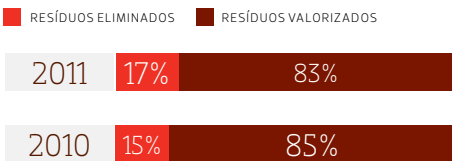
Quanto ao destino final dos resíduos em 2011, houve um aumento dos resíduos não valorizados devido ao auto-destruição de matéria-prima imprópria para consumo e à destruição de packaging desactualizado.

### TIPOLOGIA DE RESÍDUOS PRODUZIDOS, EM 2010-2011

0,3%  
PERIGOSOS

99,7%  
NÃO PERIGOSOS

### DESTINO FINAL DOS RESÍDUOS



### TOTAL DOS RESÍDUOS PRODUZIDOS (TON)

	SACAS SERAPILHEIRA	EMBALAGENS COMPOSITAS	EMBALAGENS PLÁSTICAS	PAPEL/ CARTÃO
2011	291	156	89	431
2010	262	120	84	354



## 4.5 BIODIVERSIDADE

A política da empresa Novadelta está em sintonia com todos os requisitos ambientais e com os objectivos de conservação das áreas onde está inserida.

A Novadelta está inserida no sítio classificado do Caia e fica próxima da Zona de Protecção Especial de Campo Maior (ZPE), apresentando portanto, na sua envolvente uma elevada biodiversidade. Parte das propriedades circundantes estão também classificadas como RAN (Reserva Agrícola Nacional) e REN (Reserva Ecológica Nacional) e Sítio classificado da Serra de São Mamede, sendo consideradas zonas importantes de conservação e de elevada biodiversidade.

A actividade de torrefacção de café realizada pela Novadelta tem aspectos ambientais associados, tais como as emissões para a atmosfera, emissão de ruídos para o exterior e a produção de efluentes líquidos e de resíduos. No entanto, a constante monitorização destes aspectos leva a que não sejam significativos os impactes associados à biodiversidade. O facto daquela unidade fabril se encontrar nas imediações de uma Estrada Nacional traduz-se numa perturbação mínima para a biodiversidade local.

Para monitorizar os níveis de biodiversidade local foi feito um levantamento da fauna e flora existentes na Herdade dos Adões (contígua à Novadelta), uma propriedade adquirida pelo Grupo em 2010.

Os dados obtidos revelam que existe uma elevada biodiversidade, quer ao nível das aves estepárias, espécies cinegéticas (coelhos, lebres, perdizes) e um elevado número de espécies associadas ao ecossistema do montado e à produção agrícola.

A Delta Cafés encontra-se comprometida com as alterações climáticas e correspondente perda de biodiversidade. O processo produtivo tem por base a obtenção de uma diversidade de matérias-primas de elevada qualidade, sendo essencial minimizar as consequências inerentes da sua pegada carbónica. A escassez de determinados nutrientes do solo, aliada ao 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.

A política da empresa Novadelta está em sintonia com todos os requisitos ambientais e com os objectivos de conservação das áreas onde está inserida.

# A DELTA NA COMUNIDADE

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

A preocupação em desenvolver as comunidades onde estamos inseridos tem sido uma constante, que se manifesta de diversas formas: voluntariado empresarial, patrocínios, apoios e investimentos em infra-estruturas e serviços que colmatam as necessidades latentes.

## 5.1 ASSOCIAÇÃO CORAÇÃO DELTA

O Voluntariado Empresarial no Grupo Nabeiro surgiu de forma espontânea, fruto do contágio da forma como o fundador encara a sua responsabilidade na sociedade. Inicialmente designado como "Um Coração Chamado Delta", o projecto de voluntariado ganhou forma jurídica, surgindo em 2005 a Associação Coração Delta, uma Instituição de Solidariedade Social sem fins lucrativos que pretende dar respostas às necessidades no concelho e apoiar os grupos mais desfavorecidos.

Actualmente, a Associação Coração Delta conta com diversas valências, nomeadamente o Centro Educativo Alice Nabeiro, Sistema Nacional de Intervenção Precoce na Infância, Serviço de Apoio ao Desenvolvimento de Crianças e Jovens, Rendimento Social de Reinserção, Voluntariado e o Banco de Ortoteses e Apoio a Doentes Desnutridos.



(...) a Delta Cafés é a prova provada de que quando os negócios saem do peito de Pessoas que se preocupam com as Pessoas, o resultado só pode mesmo ser o sucesso.

**TESTEMUNHO DA PRESIDENTE DO GRACE  
CONCEIÇÃO ZAGALO**

Que dizer de uma Empresa que pensa, promove e leva a exercício o empreendedorismo desde a mais tenra idade?  
Que dizer de uma Empresa que, no outro lado da linha de atendimento, nos responde "Tempo para Dar"?

Que dizer de uma Gente que dedica ao Voluntariado o Dia da Camélia nas Festas que o Povo determina para Campo Maior?  
Que dizer de uma Comunidade Empresarial que tem como exemplo um Líder que dialoga com as pessoas na forma de sorriso rasgado? Que dizer de um Líder que tem em cada cliente um amigo?

São todas estas interrogações que nos impedem de conseguir qualificar em apenas meia dúzia de linhas a Obra do Homem que, com um coração do tamanho do Mundo, vive o dia-a-dia na, da e para a Comunidade.

E, como contra factos não há argumentos, a Delta Cafés é a prova provada de que quando os negócios saem do peito de Pessoas que se preocupam com as Pessoas, o resultado só pode mesmo ser o sucesso.

É disto que trata a Delta Cafés. De uma colheita semeada com caradas de humanização, que transforma grãos em plantas regadas por mãos vencedoras, construindo pontes que, numa harmonia entre a Razão e o Coração, nos fazem sorver cada café de forma aromática, gostosa, sustentável.

M.ª Conceição Zagalo



388  
voluntários

678  
Horas de  
voluntariado  
empresarial

642  
Horas de  
voluntariado  
hospitalar

104  
Horas de  
voluntariado  
no Lar

22 mil  
Euros  
angariados

**5.1.1 VOLUNTARIADO: TEMPO PARA DAR**

O Voluntariado Empresarial vai ao encontro da visão que os problemas estruturais da sociedade actual não devem ser imputados apenas ao Estado. Todos nós, membros da sociedade, devemos ser co-responsabilizados e ser parte activa da solução, no sentido de contribuirmos para uma maior equidade e justiça social.

Por esse motivo, os colaboradores do Grupo Nabeiro/Delta Cafés deram corpo a uma rede de voluntariado de proximidade a nível nacional que, em parceria com 20 instituições locais de solidariedade social, tem como missão o combate à solidão dos idosos.

Estes dois últimos anos foram cruciais para a construção de uma rede de voluntariado a nível nacional, sensibilizando e formando os nossos colaboradores e realizando um conjunto de parcerias.

O grupo de voluntários é constituído, actualmente, por 388 elementos, dos quais 250 obtiveram formação. A partir do último trimestre de 2011, 121 voluntários iniciaram a sua actividade no terreno, passando a acompanhar 56 idosos. As instituições/entidades parceiras, localizadas nas áreas de actuação dos nossos departamentos comerciais, passaram a contar com uma força renovada, graças à disponibilidade de todos os colaboradores.

Fruto de várias iniciativas dos colaboradores, foram realizadas 678 horas de voluntariado e angariado um montante de 22 mil euros.

Este valor destina-se a minimizar as dificuldades dos idosos, identificadas pelos voluntários nas visitas domiciliárias.

Para além do referido, o grupo de voluntariado tem um protocolo de parceria com a Santa Casa da Misericórdia de Campo Maior, o Hospital de Santa Luzia de Elvas, a associação GRACE e com o projecto "Mão na Mão". Colabora ainda com outras instituições e causas, que representaram aproximadamente 800 horas de voluntariado individual em 2011.

**5.1.2 SERVIÇO NACIONAL DE INTERVENÇÃO PRECOCE NA INFÂNCIA E SERVIÇO DE APOIO A CRIANÇAS E JOVENS**

A Associação Coração Delta é entidade promotora das Equipas de Intervenção Directa nos concelhos de Campo Maior, Arronches e Monforte. Entre os objectivos preconizados por estas equipas multidisciplinares contam-se a educação, reabilitação e integração social e escolar de crianças que ainda não adquiriram competências

Em Outubro de 2011 a Associação Coração Delta promoveu, em Campo Maior, o IV Encontro de Intervenção Precoce no Alentejo, sob o título "Inovar para Intervir Precoce". A Inovação foi a palavra-chave do Encontro, que contou com a presença de investigadores nacionais e estrangeiros, que partilharam com famílias e profissionais de educação e saúde práticas inovadoras, no âmbito do desenvolvimento infantil e do trabalho com as famílias.

**5.1.3 CENTRO EDUCATIVO ALICE NABEIRO**

O Centro Educativo Alice Nabeiro (CEAN), inaugurado em 2007, é um projecto pioneiro na promoção do espírito de cidadania, criatividade, inovação e empreendedorismo dos mais novos; e visa criar um ninho de futuros empreendedores responsáveis nas comunidades. Tem um projecto pedagógico próprio, estruturado em oficinas e clubes, que dão às crianças as ferramentas necessárias para experimentar e vivenciar as diversas áreas do conhecimento.

**5.1.3.1 MANUAL DE EMPREENDEDORISMO**

O Manual de Empreendedorismo "Ter Ideias para Mudar o Mundo" foi elaborado em 2008 pelo Centro Educativo Alice Nabeiro e surge do objectivo de formar crianças com competências e espírito empreendedor.

Para que este projecto multiplique os seus frutos, temos vindo a celebrar um conjunto de protocolos com algumas instituições de ensino, nomeadamente a Universidade da Beira Interior e o Conselho Intermunicipal do Alto Minho, para dotar 20 professores de competências empreendedoras e introduzir alterações nas metodologias educativas. Após a formação deste grupo, a iniciativa vai ser replicada a 60 professores nas suas regiões.

Pretendemos que os professores adquiram competências para poder transmitir as áreas do conhecimento empreendedor a crianças dos 3 aos 12 anos e, assim, elas possam pôr em prática as suas ideias/projectos.

**5.1.3.2 SUPERCAPAZES**

O programa "Supercapazes" é uma iniciativa de carácter transfronteiriço desenvolvida conjuntamente pelo Governo da Extremadura, a Fundación de los Jovenes y del Deporte e a Associação Coração Delta, a qual contou com a participação de centros educativos da Extremadura e do Alentejo, nomeadamente de Campo Maior.

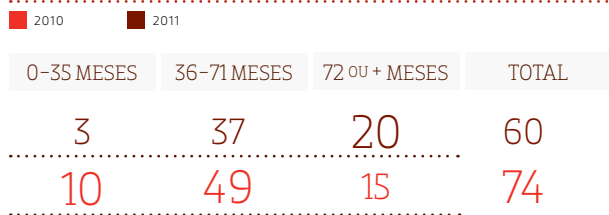
O "Supercapazes" pretende fomentar a normalização de pessoas com "diversidade funcional", sensibilizar os alunos sobre os principais aspectos da educação no âmbito da deficiência física e/ou motora e conhecer os diferentes tipos de "diversidade funcional", para poder identificá-los e conhecer as suas dificuldades e necessidades.



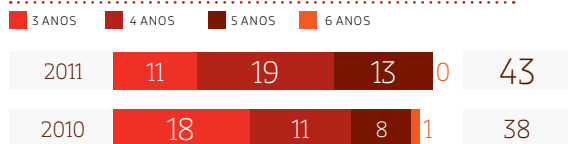
#### SERVIÇO DE APOIO A CRIANÇAS E JOVENS, POR GÉNERO, 2010 E 2011



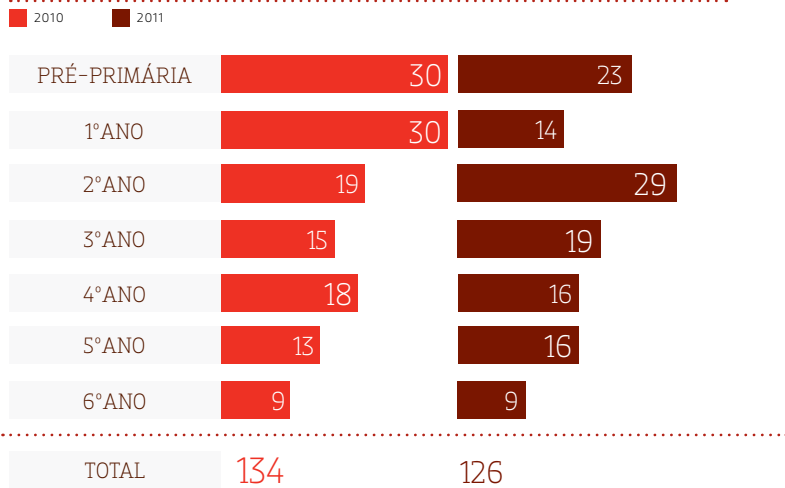
#### EQUIPAS DE INTERVENÇÃO PRECOCE DE CAMPO MAIOR, ARRONCHES E MONFORTE Nº DE CRIANÇAS APOIADAS 2010-2011



#### BENEFICIÁRIOS DA SALA MÁGICA (PRÉ-PRIMÁRIA)



#### Nº DE BENEFICIÁRIOS DO CENTRO EDUCATIVO ALICE NABEIRO, 2010-2011



## 5.2 PROJECTO "KICOLO"

A Angonabeiro está localizada na Província de Luanda, município do Cacuaco e comuna do Kicolo. Esta é uma área superpovoada, com graves problemas urbanísticos, a nível de água, electricidade e saneamento básico. Apesar dos notórios esforços das autoridades locais e do governo, nestes últimos anos, são latentes as necessidades sociais nesta região.

Inicialmente, o projecto Kicolo foi criado para apoiar as famílias dos nossos colaboradores residentes na área circundante e próxima da Angonabeiro. Contudo, alargámos o âmbito da nossa actuação à população carenciada, identificada pela Congregação "Bom Pastor" e pela Congregação Católica, na comuna do Kicolo.

Neste sentido, estas instituições assumem-se como parceiros estratégicos que identificam as necessidades e procedem à distribuição dos bens pela população. De forma concreta, a Congregação Católica dedica-se ao apoio a crianças órfãs e mães adolescentes; e à educação primária. Já a Congregação "Bom Pastor" focaliza-se no apoio a crianças, mães jovens e idosos.

Entre as diversas actividades realizadas, salientamos a distribuição de roupa e material escolar, oferta de um fotocopador e uma mota para as aulas de informática das religiosas e oferta de um auto-tanque que minimiza a escassez de água naquela região de Angola.

## 5.3 PROJECTO SÓCIO-COMUNITÁRIO DE "NHÃREA"

O novo contexto de paz em Angola, alcançado em 2002, trouxe uma melhoria da acessibilidade às zonas produtoras de café, facilitando por um lado a fixação das pessoas e, por outro lado, o transporte do café. Estavam reunidas as condições mínimas para a produção, mas era necessário motivar os pequenos e médios agricultores.

Desde o início da sua actividade, a Angonabeiro tem vindo a desenvolver várias acções, nomeadamente entrega de utensílios, acompanhamento técnico e financeiro junto de alguns produtores e comunidades produtoras de café, com o objectivo de formar e capacitar os produtores, incentivar e premiar os cafés com qualidade superior, criar um negócio sustentável para os produtores e educar para a sustentabilidade ambiental. Depois de ouvir a população, na aldeia de Kapina (Município de Nharêa) foi construído um furo de captação de água para abastecimento da população local.

A reabilitação da unidade fabril Angonabeiro teve um efeito multiplicador na dinamização de diversos sectores da sociedade, especificamente na reanimação de várias fazendas na Província do Bengo e de Kuanza Sul, contribuindo para a melhoria de vida dos produtores e seus familiares e, de uma forma geral, contribuiu para o desenvolvimento regional.

## 5.4 DONATIVOS, APOIOS E QUOTIZAÇÕES

Durante 2011,  
os apoios e  
donativos  
concedidos pela  
Delta Cafés SGPS  
totalizaram um  
montante de  
4.606.768€.

Outra manifestação da nossa da nossa política de responsabilidade social tem sido a concessão de apoios e donativos a projectos, de vários âmbitos, que promovem o desenvolvimento regional das comunidades onde estamos inseridos, através da criação de comunidades competitivas.

A proximidade às comunidades locais é bem visível também pela rede de parceiros a que estamos ligados.

#### APOIOS/ DONATIVOS TOTAL DELTA CAFÉS SGPS



#### QUOTIZAÇÕES TOTAL DELTA CAFÉS SGPS





**TEMOS O PRAZER DE COLABORAR COM AS SEGUINTE INSTITUIÇÕES:**  
A VOZ DO OPERÁRIO **ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE LISBOA** ASSOCIAÇÃO DE COMÉRCIO DO DISTRITO DE BEJA **ASSOCIAÇÃO DA RESTAURAÇÃO** ASSOCIAÇÃO INDUSTRIAL E COMERCIAL DO CAFÉ **ASSOCIAÇÃO DIVULGADORA DA CASA MUSEU ABEL SALAZAR** ASSOCIAÇÃO DOS DIRECTORES DE HOTÉIS DE PORTUGAL **ASSOCIAÇÃO DOS ESCANÇÕES DE PORTUGAL** ASSOCIAÇÃO DOS INDUSTRIAIS DE HOTELARIA E RESTAURAÇÃO DO CENTRO **ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL DE ELVAS** ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL DE PORTUGAL **ASSOCIAÇÃO FÓRUM EMPRESARIAL DA ECONOMIA DO MAR** ASSOCIAÇÃO HUMANITÁRIA BOMBEIROS VOLUNTÁRIOS DE CAMPO MAIOR **ASSOCIAÇÃO HUMANITÁRIA BOMBEIROS VOLUNTÁRIOS DE LAGOS** ASSOCIAÇÃO INDUSTRIAL DE PANIFICAÇÃO, PASTELARIA E SIMILARES **ASSOCIAÇÃO INDUSTRIAL PORTUGUESA** ASSOCIAÇÃO INTEGRALAR **ASSOCIAÇÃO LUSO-INDONÉSIA DE AMIZADE E COOPERAÇÃO** ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE ANUNCIANTES **ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE ÉTICA** ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE MUSEOLOGIA **ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DOS GESTORES E TÉCNICOS DOS RECURSOS HUMANOS** ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE LOGÍSTICA **ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA PARA A QUALIDADE** ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE HOTELARIA, RESTAURAÇÃO E TURISMO **ASSOCIAÇÃO DOS PROFISSIONAIS DE RESTAURANTE** ASSOCIAÇÃO REGIONAL DE HOTELEIROS DA COSTA DO ESTORIL, SINTRA E MAFRA **AUTOMÓVEL CLUB DE PORTUGAL** BCSD PORTUGAL-CONSELHO EMPRESARIAL PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL **CÂMARA DE COMÉRCIO AMERICANO EM PORTUGAL** **CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA LUSO-ESPANHOLA** **CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA LUSO-FRANCESA** **CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA PORTUGAL-ANGOLA** **CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA PORTUGUESA** **CÂMARA DE COMÉRCIO PORTUGAL-MOÇAMBIQUE** **CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA LUSO-SUL AFRICANA** **CÂMARA DE COMÉRCIO LUSO-UCRANIANA** **CÂMARA HISPANO-PORTUGUESA** **CÂMARA COMERCIAL E INDUSTRIAL DA MADEIRA** **CASA DE ESPAÑA** CASA DO MENINO JESUS **CENTRO NACIONAL DE EMBALAGEM** CHAVES DE OURO DE PORTUGAL **CLUBE DE EMPRESÁRIOS DE COIMBRA** **CLUBE DESPORTIVO COVA PIEDADE** **CLUBE MILITAR DOS OFICIAIS DE SETÚBAL** CODIPOR-ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE IDENTIFICAÇÃO E CODIFICAÇÃO PRODUTOS **CONFEDERAÇÃO DO COMÉRCIO E SERVIÇOS DE PORTUGAL** CONFRARIA DOS ENÓFILOS DO ALENTEJO **CONFRARIA GASTRONÓMICA DO ALENTEJO** CORAÇÃO DELTA **COTEC PORTUGAL** EMPREEND-ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA PARA O EMPREENDEDORISMO **FÓRUM CULTURAL DEL CAFÉ** GRACE-GRUPO DE REFLEXÃO E APOIO À CIDADANIA **INSTITUTO CIVIL DA AUTODISCIPLINA DA COMUNICAÇÃO COMERCIAL** INSTITUTO D. FRANCISCO GOMES **JORGE MANUEL FERNANDES ROCHA SANTOS** NERLEI-ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL REGIÃO DE LEIRIA **PROSALIS-PROJECTO DE SAÚDE LISBOA** SCAE-SPECIALITY COFFEE ASSOCIATION OF EUROPE **SOCIEDADE HISTÓRICA DA INDEPENDÊNCIA DE PORTUGAL** SPORT LISBOA E BENFICA



# NOVOS DESAFIOS

Há 50 anos que estamos atentos aos sinais que o mercado nos dá, antecipando oportunidades e ameaças ao negócio.

Ao longo dos tempos, os desafios mudam em função da conjuntura, mas o objectivo final permanece inabalável: assegurar a rentabilidade de negócio através da criação de valor sustentável.

Estamos cada vez mais globais procurando um equilíbrio entre o desempenho financeiro e o investimento, que possa garantir que os nossos níveis de desempenho sejam sustentados a longo prazo. Intensificámos os investimentos na construção da Marca Delta Cafés, na Inovação, em R&D, em novos mercados e nas nossas pessoas.

Queremos atingir os nossos compromissos com o nosso modelo de negócio, onde a responsabilidade corporativa e o crescimento não estão apenas ligados mas são completamente inseparáveis, uma realidade muito valorizada pelo nosso fundador Rui Nabeiro. Isto significa que o nosso crescimento sustentável depende dos nossos investimentos na construção de um futuro mais saudável para as pessoas e para o nosso Planeta.

A sustentabilidade ambiental é o nosso compromisso para proteger os recursos naturais da Terra. Estamos a investir num planeta mais saudável, reduzindo o uso de água, aumentando os níveis de reciclagem e minimizando a nossa pegada de carbono. Apoiamos a agricultura sustentável e as comunidades ligadas ao cultivo do café, onde actuamos de forma directa, nas áreas de conservação de água, proliferação de métodos agrícolas mais eficientes e aumento do acesso à água potável.

A nível económico os desafios têm como base a manutenção da liderança do mercado nacional, continuando a ser Marca de Confiança dos Portugueses. Procuramos também vir a conquistar a liderança no mercado das cápsulas em Portugal, aumentando o número de máquinas Delta Q.

Na exportação temos planos para aumentar o volume de negócios, através do reforço da internacionalização da Marca nos mercados prioritários, nomeadamente Espanha, Luxemburgo, França, como plataforma de penetração na Europa, Brasil como porta de acesso aos mercados da América Latina e Angola como plataforma de acesso à África Austral.

Na Delta Cafés, temos construído os nossos compromissos com a participação dos parceiros interessados, originando um processo transformacional na sociedade.

Continuamos a apostar na formação e prevemos aumentar o número de horas de formação por colaborador, assegurando uma motivação constante.

O nosso projecto do Centro Educativo Alice Nabeiro, é um exemplo e a sua continuidade uma certeza. Com ele procuramos fomentar um espírito de empreendedorismo nas crianças de Campo Maior e dissiminá-lo juntos dos professores e educadores a nível nacional, com o apoio do Manual do Empreendedorismo.

A Associação Coração Delta foi criada para dar resposta às situações de emergência social no concelho de Campo Maior e arredores. No entanto, acaba por levar a cabo vários projectos de voluntariado a nível nacional e tem como objectivo alargar o seu âmbito de acção às comunidades onde a Delta Cafés está presente.

Em tempos de desafio permanente e com o mais difícil ambiente macro-económico das últimas décadas, conseguimos atingir os compromissos que nos propusemos. Podemos dizer com confiança que a Delta Cafés continua a desenvolver um modelo de negócio assente numa plataforma sustentável de crescimento.

Podemos concluir, olhando para estes últimos 50 anos, que o que é bom para a sociedade também é bom para a nossa empresa. Esta realidade é extremamente encorajadora e, embora o cenário actual possa ser de turbulência, temos recursos, pessoas, criatividade e o desejo de seguir em frente com sucesso. Disso, tenho a Certeza.

*Rui Nabeiro Crato*

ADMINISTRADOR



## OBJECTIVOS ECONÓMICOS

### Crescimento do volume de negócios

alinhado com os anos anteriores, tendo em conta a actual conjuntura;

### Exportação

vir a representar aproximadamente 30% do total do volume de negócios, através do reforço da Internacionalização da marca nos mercados prioritários;

### Liderança

de mercado no segmento de cápsulas;

### Inovação

introdução de novos produtos e serviços que continuem a surpreender os nossos consumidores;

### Rastreabilidade e Sustentabilidade

na cadeia de fornecimento;

### Análise de risco

a implementar nas unidades de Negócio da Delta Cafés SGPS, que nos permita antecipadamente prever as ameaças e oportunidades do negócio.

## OBJECTIVOS AMBIENTAIS

### Redução de custos de packaging e logísticos

reestruturação e uniformização da gama de produtos nos diversos mercados, o que permitirá benefícios a nível ambiental;

### Optimização do tipo de palete

com vista a racionalizar o espaço de armazenamento e o transporte;

### Redução dos resíduos

gerados por unidade produzida.



## OBJECTIVOS SOCIAIS

### Talentos

captação e retenção dos melhores

### Motivação

Assegurar que eja uma constante nos nossos colaboradores;

### Cultura Empresarial

fortalecimento da no contexto de internacionalização;

### Centro de Ciência do Café

abertura de um espaço museológico de características únicas na Península, que tem por objectivo reunir todas as temáticas relacionadas com o Café;

### Centro Educativo Alice Nabeiro

dar continuidade ao Projecto, impulsionando o espírito empreendedor através da disseminação do Manual de Empreendedorismo junto dos professores e educadores a nível nacional;

### Manual de Empreendedorismo

desenvolvimento de uma nova versão para a faixa etária 13-18 anos;

### Associação Coração Delta

continuação do trabalho desenvolvido de forma a dar resposta às situações de emergência social no concelho de Campo Maior e arredores;

### Fundo Social para Colaboradores

### Loja Social e Lavandaria

abertura em Campo Maior, em parceria com as instituições do concelho;

### Tempo para Dar

continuação do Projecto de Voluntariado Empresarial e extensão da sua actuação à Extremadura Espanhola;

### Enove+'12

participação na organização do Feira de Emprego e Empreendedorismo, com vista a promover a empregabilidade na região;





ANEXO 1

CRITÉRIOS USADOS NO CÁLCULO DOS INDICADORES

INDICADORES AMBIENTAIS:  
No caso do cálculo de consumo total de energia, os dados correspondem a um ano civil. Os consumos provenientes de várias fontes de energia foram convertidos para a mesma unidade energética Gigajoule (GJ), utilizando o poder calorífico inferior (PCI) e a densidade no caso dos combustíveis.

ELECTRICIDADE  
1kWh = 0,000215 tep (DGEG, Despacho N.º 17313/2008)  
1 TEP = 41,868 GJ (DGEG, Despacho N.º 17313/2008)

GÁS NATURAL  
Densidade= 0,8404 toneladas/Nm³ (DGEG, Despacho N.º 17313/2008)

PCI = 45,1 GJ/1000 kg gás natural (DGEG, Despacho N.º 17313/2008)

GASÓLEO  
Densidade= 0,000837 toneladas/litro (INSTITUTO DO AMBIENTE)  
PCI = 42,8 GJ/ toneladas (DGEG, Despacho N.º 17313/2008)

GASOLINA  
Densidade= 0,000735 toneladas/Litro gasolina  
(GALP ENERGIA – MÉDIA ENTRE NORMAL E SUPER)  
PCI = 44,5 GJ/ toneladas gasolina  
(DGEG, Despacho N.º 17313/2008)

NA CONTABILIZAÇÃO DAS EMISSÕES DE DIÓXIDO DE CARBONO (CO<sub>2</sub>) COM ORIGEM NO CONSUMO DE ENERGIA, FORAM UTILIZADOS OS SEGUINTES FACTORES DE EMISSÃO:

ELECTRICIDADE  
0,47 Kg CO<sub>2</sub> / kWh electricidade (DGEG, Despacho N.º 17313/2008)

No caso das empresas Novadelta Espanha, SIEC e Novadelta França, sediadas respectivamente em Espanha e França, foi utilizado o mesmo factor de emissão de CO<sub>2</sub> que o utilizado para Portugal, Despacho n.º 17313/2008.

GÁS NATURAL:  
64,1 Kg CO<sub>2</sub> /GJ gás natural (DGEG, Despacho N.º 17313/2008)

GASÓLEO:  
74 KG CO<sub>2</sub> /GJ gasóleo (DGEG, Despacho N.º 17313/2008)

GASOLINA:  
69,2 Kg CO<sub>2</sub> /GJ gasolina (DGEG, Despacho N.º 17313/2008)

INDICADORES DE DESEMPENHO DE PRÁTICAS LABORAIS E TRABALHO CONDIGNO:  
TAXA DE FREQUÊNCIA  
= acidentes com baixa/horas trabalhadas x 1000000

TAXA DE GRAVIDADE  
= n.º dias perdidos/horas trabalhadas x 1000000

DIAS PERDIDOS  
= são considerados dias corridos de calendário.  
TAXA DE ABSENTISMO  
= horas de ausência/horas teóricas x 100

TABELA GRI

	INDICADOR GRI3	PÁGINA GRI	PRINCÍPIO GLOBAL COMPACT	JUSTIFICAÇÃO ADICIONAL
1. ESTRATÉGIA E ANÁLISE				
1.1	Declaração da pessoa com o maior poder de decisão na organização (por ex., o Director-Geral, o Presidente do Conselho de Administração ou cargo de importância equivalente) sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e a sua estratégia	3		
1.2	Descrição dos principais impactes, riscos e oportunidades, relacionados com a actividade da empresa	11-12; 14-15; 24		
2. PERFIL ORGANIZACIONAL				
2.1	Denominação da organização relatora	2		
2.2	Principais marcas, produtos e/ou serviços.	8		
2.3	Estrutura operacional da organização, incluindo principais departamentos, empresas em funcionamento, empresas participadas e joint ventures	8-9		
2.4	Localização da sede social da empresa	Ficha Técnica		
2.5	Países em que está presente e nome daqueles com operações significativamente relevantes para as questões de sustentabilidade abordadas no relatório	Mundo Delta, 8		
2.6	Tipo e natureza jurídico-legal de propriedade	2; Ficha Técnica		
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, incluindo número de funcionários, vendas líquidas (para organizações do sector privado) ou receita líquida (para organizações do sector público) e quantidade de produtos disponibilizados e serviços prestados	5; 8		
2.9	Principais alterações que tenham ocorrido, durante o período abrangido pelo relatório, referentes à dimensão, à estrutura organizacional ou à estrutura accionista	2; 8		
2.10	Prémios recebidos durante o período a que se refere o relatório	16-17		
3. PARÂMETROS DO RELATÓRIO				
3.1	Período abrangido (por ex., ano fiscal/civil) para as informações apresentadas no relatório	2		
3.2	Data do último relatório publicado (se aplicável).	2		
3.3	Ciclo de publicação de relatórios (anual, bianual, entre outros).	2		
3.4	Pessoa(s) a ser(em) contactada(s) para esclarecimentos referentes ao relatório ou ao seu conteúdo, incluindo o endereço electrónico e o site da internet	Ficha Técnica		
3.5	Processo para a definição do conteúdo do relatório, incluindo: o processo para determinar a relevância, a definição de questões prioritárias no âmbito do relatório e a identificação das partes interessadas que sejam potenciais utilizadoras do relatório	2		
3.6	Limites do relatório (países ou regiões, produtos ou serviços, departamentos, instalações, joint ventures ou empresas participadas, bem como outras limitações de âmbito específico)	2		

TABELA GRI

INDICADOR GRI3	PÁGINA GRI	PRINCÍPIO GLOBAL COMPACT	JUSTIFICAÇÃO ADICIONAL
3.7	Refira quaisquer limitações específicas relativas ao âmbito e ao limite do relatório	2	
3.8	Base de elaboração do relatório no que se refere a joint ventures, empresas participadas, parcialmente controladas, instalações arrendadas, operações subcontratadas e outras situações que possam afectar significativamente a comparabilidade entre períodos distintos ou com relatórios de outras organizações	2	
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	2; 66	
3.10	Explicação do efeito de quaisquer reformulações de informações existentes em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações (por ex., fusões/aquisições, mudança do período ou ano base, natureza do negócio, métodos de medição)	2	
3.11	Alterações significativas, em relação a relatórios anteriores, no âmbito, limite ou métodos de medição aplicados	2	
3.12	Tabela que identifica o local das informações –padrão no relatório	66–77	
3.13	Política e prática corrente relativa à procura de um processo independente de garantia de fiabilidade para o relatório. Se não for incluída no relatório de garantia de fiabilidade que acompanha o relatório de sustentabilidade, explique o âmbito e a base de qualquer verificação independente que se tenha realizado, assim como a natureza da relação existente entre a organização e o(s) auditor(es)	2; 78–79	
4. GOVERNANÇA, COMPROMISSOS E ENVOLVIMENTO			
4.1	Estrutura de governança da organização, incluindo comissões subordinadas ao órgão de governança hierarquicamente mais elevado e com responsabilidade por tarefas específicas, tais como a definição da estratégia ou a supervisão da organização	10	
4.2	Indicar se o Presidente do órgão de governança 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).	10	
4.3	Indicar, no caso de organizações com uma estrutura de administração unitária, o número de membros do órgão de governança hierarquicamente mais elevado que são independentes e/ou os membros não –executivos	10	
4.4	Mecanismos que permitam a accionistas e funcionários transmitir recomendações ou orientações ao órgão de governança hierarquicamente mais elevado	11–13	
4.5	Relação entre a remuneração dos membros do órgão de governança 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)	Tabela GRI	Só existem remunerações fixas.
4.6	Processos ao dispor do órgão de governança hierarquicamente mais elevado para evitar a ocorrência de conflitos de interesse	12	
4.7	Processo para a determinação das qualificações e competências exigidas aos membros do órgão de governança hierarquicamente mais elevado para definir a estratégia da organização relativamente às questões ligadas ao desempenho económico, ambiental e social	Tabela GRI	A Delta Cafés SGPS é uma empresa familiar. A gestão de topo da organização é composto pelo seu fundador e respectiva família.

TABELA GRI

INDICADOR GRI3	PÁGINA GRI	PRINCÍPIO GLOBAL COMPACT	JUSTIFICAÇÃO ADICIONAL
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	7–9	
4.9	Processos do órgão de governança, 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	12	
4.10	Processos para a avaliação do desempenho do órgão de governança hierarquicamente mais elevado, especialmente em relação ao desempenho económico, ambiental e social	Tabela GRI	A avaliação da gestão de topo é feita em assembleia geral.
4.11	Explicação sobre se o princípio da precaução é abordado pela organização e de que forma	7–8	
4.12	Cartas, princípios ou outras iniciativas, desenvolvidas externamente, de carácter económico, ambiental e social, que a organização subscreve ou defende	26; SS–S7	
4.13	Participação significativa em associações (tais como associações industriais) e/ou organizações de defesa nacionais/internacionais, em que a organização: detém posições nos órgãos de governança; participa em projectos e comissões; contribui com financiamentos substanciais, que ultrapassam as obrigações normais dos participantes; encara a participação como estratégica	S7	
4.14	Relação dos grupos que constituem as partes interessadas envolvidas pela organização	13	
4.15	Base para a identificação e selecção das partes interessadas a serem envolvidas	13; Tabela GRI	A identificação de stakeholders foi realizada com base nos 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 foi estabelecido uma hierarquia de partes interessadas.
4.16	Abordagens utilizadas para envolver as partes interessadas, incluindo a frequência do envolvimento, por tipo e por grupos, das partes interessadas	13	
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	Tabela GRI	O presente Relatório de Sustentabilidade visa responder às principais questões/ temáticas identificadas pelas partes interessadas no processo de auscultação, nomeadamente: características e qualidade do produto; inovação; actuação na comunidade e sustentabilidade nos países produtores.

5. ABORDAGEM DE GESTÃO E INDICADORES DE DESEMPENHO		
FP1	Percentagem do volume de compras a fornecedores que cumprem com a política de compras da empresa (sectorial)	24–26
FP2	Percentagem do volume de compras , submetido à verificação de conformidade com as normas de produção responsável reconhecidas internacionalmente , discriminado por norma (sectorial)	24–26

TABELA GRI

INDICADOR GRI3	PÁGINA GRI	PRINCÍPIO GLOBAL COMPACT	JUSTIFICAÇÃO ADICIONAL
INDICADORES DE DESEMPENHO ECONÓMICO			
FORMAS DE GESTÃO	6-8; 26; 36-37; 64-65		
ASPECTO - DESEMPENHO ECONÓMICO			
EC1. Valor económico directo gerado e distribuído, incluindo receitas, custos operacionais, remuneração de funcionários, doações e outros investimentos na comunidade, lucros acumulados e pagamentos a investidores e governos. (essencial)	8;		
EC2. Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as actividades da organização, devido às alterações climáticas. (essencial)	14-15		
EC3. Cobertura das obrigações referentes ao plano de benefícios definidos pela organização. (essencial).	Tabela GRI		A Delta Cafés SGPS não possui um Fundo de Pensões.
EC4. Apoio financeiro significativo recebido do governo (essencial)	Tabela GRI		+ de 211 mil Euros.
ASPECTO - PRESENÇA NO MERCADO			
EC5. Rácio entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, nas unidades operacionais importantes (complementar)	34	1	
EC6. Políticas, práticas e proporção de custos com fornecedores locais, em unidades operacionais importantes (essencial)	Tabela GRI		+ de 264 milhões de euros em compras a produtores de café e outros fornecedores; + de 63 milhõe de euros em compras a fornecedores locais.
EC7. Procedimentos para a contratação local e proporção de cargos de gestão de topo ocupado por indivíduos provenientes da comunidade local, nas unidades operacionais mais importantes, (essencial)	32	6	
ASPECTO - IMPACTES ECONÓMICOS INDIRECTOS			
EC8. Desenvolvimento e impacto dos investimentos em infra-estruturas e serviços que visam essencialmente o benefício público através de envolvimento comercial, em géneros ou pro bono. (essencial)	43-47	1	
EC9. Descrição e análise dos Impactes Económicos Indirectos mais significativos, incluindo a sua extensão. (complementar)	14-15	1	
INDICADORES DE DESEMPENHO AMBIENTAL			
FORMAS DE GESTÃO	6-7; 26; 36-37; 44; 64-65		
ASPECTO - MATÉRIAS-PRIMAS			
EN1. Discriminação das matérias-primas, por peso ou por volume. (essencial)	Mundo Delta; 25	8	
EN2. Percentagem das matérias-primas utilizadas que são provenientes de reciclagem. (essencial)	Tabela GRI	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.
ASPECTO - ENERGIA			
EN3. Discriminação do consumo directo de energia, por fonte de energia primária (essencial)	45-46	8	
EN4. Discriminação do consumo indirecto de energia, por fonte primária (essencial)	45	8	

TABELA GRI

INDICADOR GRI3	PÁGINA GRI	PRINCÍPIO GLOBAL COMPACT	JUSTIFICAÇÃO ADICIONAL
EN5. Total de poupança de energia devido a melhorias na conservação e na eficiência. (complementar)	45-47	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. (complementar)	47	8;9	
EN7. Iniciativas para reduzir o consumo indirecto de energia e objectivos alcançados. (complementar)	45-47; 14	8;9	
ASPECTO - ÁGUA			
EN8. Consumo total de água, por fonte. (essencial)	48-49	8	
EN9. Fontes hídricas significativamente afectadas pelo consumo de água. (complementar)	Tabela GRI		Com excepção da empresa Novadelta, o consumo de todas as empresas é abastecida pela rede pública. No caso da Novadelta, os furos estão devidamente licenciados e as captações autorizados, sendo que o impacte não é considerado significativo.
EN10. Percentagem e volume total de água reciclada e reutilizada. (complementar)	50-51	8;9	
ASPECTO - BIODIVERSIDADE			
EN11. Localização e dimensão dos terrenos pertencentes, arrendados ou administrados pela organização em áreas protegidas ou de elevado valor para a biodiversidade, ou adjacente às mesmas. (essencial)	53	8	
EN12. Descrição dos impactes significativos de actividades, produtos e serviços sobre áreas protegidas ou de elevado valor para a biodiversidade. (essencial)	53	8	
EN13. Habitats protegidos ou recuperados. (complementar)	53	8	
EN14. Estratégias e programas, actuais e futuros, de gestão de impactes na biodiversidade. (complementar)	53	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 (complementar)	Tabela GRI		O sobreiro, designado de montado de sobro, considerado como um habitat com estatuto de conservação foi identificado no perímetro circundante à Novadelta.
ASPECTO - EMISSÕES, EFLUENTES E RESÍDUOS			
EN16. Totalidade das emissões de gases causadores do efeito de estufa, por peso. (essencial)	46-47	8	
EN17. Outras emissões relevantes e indirectas de gases com efeito de estufa, por peso. (essencial)	Tabela GRI		As viagens de trabalho, via terrestre; estão incluídas no EN16. Para minimizar impactes o transporte é disponibilizado pela empresa transporte colectivo para a unidade industrial.  As deslocações de trabalho, via aérea, no universo da Delta Cafes SGPS não são relevantes.
EN18. Iniciativas para reduzir as emissões de gases com efeito de estufa, assim como reduções alcançadas. (complementar)	46-47	7;8;9	
EN19. Emissão de substâncias destruidoras da camada de ozono, por peso. (essencial)	Tabela GRI		Não Reportado.

TABELA GRI

INDICADOR GRI3		PÁGINA GRI	PRINCÍPIO GLOBAL COMPACT	JUSTIFICAÇÃO ADICIONAL
EN20.	NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas, por tipo e por peso. (essencial)	Tabela GRI		Cumprimos a legislação vigente. As empresas Torrefacção Camelo, João dos Santos e Novadelta, no seu processo de torrefacção, têm várias fontes de emissão nas suas instalações. Fontes essas abrangidas pela legislação em vigor Decreto-lei n.º 78/2004 de 3 de Abril.O combustível utilizado nas câmaras de combustão dos torradores é o gás natural. As emissões gasosas expelidas são gases da combustão, partículas e compostos orgânicos voláteis que se formam devido a reacções químicas de compostos orgânicos que constituem o café, a elevada temperatura, e físicas, da desagregação de partículas de café. Estas empresas efectuam a monitorização das suas fontes fixas de emissão de acordo com os planos de monitorização enviados, ao abrigo do Decreto-Lei n.º 78/2004 de 3 de Abril, à CCDR-Alentejo e comunica-lhe os respectivos resultados.Os resultados das monitorizações efectuadas estão conforme a legislação em vigor.
EN21.	Descarga total de água, por qualidade e destino. (essencial)	S0-S1	8	
EN22.	Quantidade total de resíduos, por tipo e método utilizado no fim de linha. (essencial)	S2	8	
EN23.	Número e volume total de descargas significativas (essencial) - derrames	Tabela GRI		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 VIII, e percentagem de resíduos transportados por navio, a nível internacional. (complementar)	Tabela GRI		Não Aplicável.
EN25.	Identificar a dimensão, o 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. (complementar)	S0		
ASPECTO - PRODUTOS E SERVIÇOS				
EN26.	Iniciativas para mitigar os impactes ambientais de produtos e serviços e o grau de redução do impacte. (essencial)	47-S3	8	
EN27.	Percentagem recuperada de produtos vendidos e respectivas embalagens, por categoria. (essencial)	Tabela GRI	8	Não Aplicável. O café não é um produto recuperável e as embalagens não são reutilizáveis. As embalagens só podem ser reutilizadas para o mesmo fim para que foram concebidas o que não é compatível com o facto da nossa área de negócio ser alimentar.
ASPECTO - CONFORMIDADE				
EN28.	Montantes envolvidos no pagamento de coimas significativas e o número total de sanções não-monetárias por incumprimento das leis e regulamentos ambientais. (essencial)	Tabela GRI		Ao longo de 2010 e 2011, a Delta Cafés SGPS não foi alvo de coimas ou sanções significativas por incumprimento de leis e regulamentos.
ASPECTO - TRANSPORTES				
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. (complementar)	14-15		

TABELA GRI

INDICADOR GRI3		PÁGINA GRI	PRINCÍPIO GLOBAL COMPACT	JUSTIFICAÇÃO ADICIONAL
ASPECTO - GERAL				
EN30.	Total de custos e investimentos com a protecção ambiental, por tipo. (complementar)	Tabela GRI		Não Reportado.
INDICADORES DE DESEMPENHO DE PRÁTICAS LABORAIS E TRABALHO CONDIGNO				
FORMAS DE GESTÃO		6-7; 26; 29-30; 36-37; 64-65		
ASPECTO - EMPREGO				
LA1.	Discrimine a mão-de-obra total, por tipo de emprego, por contrato de trabalho e por região. (essencial)	31-32		
LA2.	Discrimine o número total funcionários e respectiva taxa de rotatividade, por faixa etária, por género e por região. (essencial)	32	6	
LA3.	Benefícios assegurados aos funcionários a tempo inteiro que não são concedidos a funcionários temporários ou a tempo parcial. (complementar)	41		
LA15.	Taxas de Retorno e de Retenção após Licença Parental	Tabela GRI		A taxa de retenção após licença parental é de 100%.
ASPECTO - RELAÇÕES ENTRE FUNCIONÁRIOS E ADMINISTRAÇÃO				
LA4.	Percentagem de funcionários abrangidos por acordos de negociação colectiva. (essencial)	33	1,3	
LA5.	Prazos mínimos para aviso prévio em relação a mudanças operacionais, incluindo se essa questão é mencionada nos acordos de negociação colectiva (essencial)	Tabela GRI		São cumpridos os prazos legalmente definidos para notificar os colaboradores no que respeita a qualquer alteração na sua posição contratual.
FP3.	Percentagem de horas de trabalho perdidas devido a disputas trabalhistas e greves, discriminado por país	Tabela GRI		Não foram registadas horas perdidas por disputas trabalhistas e greves.
ASPECTO - SEGURANÇA E SAÚDE NO TRABALHO				
LA6.	Percentagem da totalidade da mão-de-obra representada em comissões formais de segurança e saúde, que ajudam na acompanhamento e aconselhamento sobre programas de segurança e saúde ocupacional. (complementar)	39	1	
LA7.	Percentagens de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absentismo e óbitos relacionados com o trabalho, por região. (essencial)	39-40	1	
LA8.	Programas de educação, formação, aconselhamento, prevenção e controlo de risco, em curso, para garantir assistência aos funcionários, às suas famílias ou aos membros da comunidade afectados por doenças graves (essencial)	38-39	1	
LA9.	Tópicos relativos a saúde e segurança, abrangidos por acordos formais com sindicatos (complementar)	Tabela GRI		Não Reportado.
ASPECTO - FORMAÇÃO E EDUCAÇÃO				
LA10.	Média de horas de formação, por ano, por funcionário, discriminadas por categoria de funcionário (essencial)	36-37		
LA11.	Programas para a gestão de competências e aprendizagem contínua que apoiam a continuidade da empregabilidade dos funcionários e para a gestão de carreira. (complementar)	36		

TABELA GRI

	INDICADOR GRI3	PÁGINA GRI	PRINCÍPIO GLOBAL COMPACT	JUSTIFICAÇÃO ADICIONAL
LA12.	Percentagem de funcionários que recebem, regularmente, análises de desempenho e de desenvolvimento da carreira. (complementar)	Tabela GRI		Não Reportado.
ASPECTO – DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES				
LA13.	Composição dos órgãos de governança e discriminação dos funcionários por categoria, de acordo com o género, a faixa etária, as minorias e outros indicadores de diversidade. (essencial)	34–35	1,3	
LA14.	Rácio entre os salário base e remuneração da mulher e do homem	Tabela GRI		Não reportado.

INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL - DIREITOS HUMANOS				
FORMAS DE GESTÃO		6–7; 26; 36–37; 64–65		
ASPECTO – PRÁTICAS DE INVESTIMENTO E DE AQUISIÇÕES				
HR1.	Percentagem e número total de acordos de investimentos significativos e contratos que incluam cláusulas referentes a direitos humanos ou que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos (essencial)	24–27		
HR2.	Percentagem de fornecedores críticos, empresas contratadas ou parceiros de negócio que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos e as medidas tomadas (essencial)	Tabela GRI	1; 2; 3; 4; 5; 6	A selecção de fornecedores ou parceiros de negócio é condicionada pela aceitação dos nossos Principios Orientadores de Negócio, os quais estão de acordo com a Declaração Universal de Direitos Humanos e os princípios da Norma SA 8000. De 3 em 3 anos, os fornecedores são requalificados e anualmente são realizadas avaliações.
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 beneficiaram de formação. (complementar)	Tabela GRI		Todos os novos colaboradores recebem formação sobre Direitos Humanos, durante o processo de acolhimento.
ASPECTO – NÃO DISCRIMINAÇÃO				
HR4.	Número total de casos de discriminação e as medidas correctivas tomadas (essencial)	Tabela GRI	1,2,6	Não foram registados casos de discriminação no período em reporte.
ASPECTO – LIBERDADE DE ASSOCIAÇÃO E ACORDO DE NEGOCIAÇÃO COLECTIVA				
HR5.	Operações e fornecedores críticos identificadas em que o direito de exercer a liberdade de associação e a negociação coletiva pode ser violado ou correr risco significativo e as medidas tomadas para apoiar esse direito (essencial)	Tabela GRI	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 permissa.
ASPECTO – TRABALHO INFANTIL				
HR6.	Operações e fornecedores críticos identificadas como tendo risco significativo de ocorrência de trabalho infantil e as medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil (essencial)	Tabela GRI	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 permissa.
ASPECTO – TRABALHO FORÇADO E ESCRAVO				
HR7.	Operações e fornecedores críticos identificadas como tendo risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e as medidas tomadas para contribuir para a sua erradicação (essencial)	Tabela GRI	1,2	Todos os novos colaboradores recebem formação sobre Direitos Humanos, durante o processo de acolhimento.

TABELA GRI

	INDICADOR GRI3	PÁGINA GRI	PRINCÍPIO GLOBAL COMPACT	JUSTIFICAÇÃO ADICIONAL
ASPECTO – PRÁTICAS DE SEGURANÇA				
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. (complementar)	Tabela GRI	1,2	Todos os novos colaboradores recebem formação sobre Direitos Humanos, durante o processo de acolhimento.
ASPECTO – DIREITOS DOS INDÍGENAS				
HR9.	Número total de Incidentes que envolvam a violação dos direitos dos povos indígenas e acções tomadas. (complementar)	Tabela GRI		Não Aplicável.
HR10.	Percentagem e número total de operações submetidas a reavaliações dos direitos humanos e/ou avaliações de impacte (essencial)	Mundo Delta		
HR11.	Número total de reclamações registadas relacionadas com direitos humanos (essencial)	Tabela GRI		No período reportado não se registou nenhuma reclamação relacionada com direitos humanos.

INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL - SOCIEDADE				
FORMAS DE GESTÃO		6–7; 26; 36–37; 64–65		
ASPECTO – COMUNIDADE				
S01.	Percentagem de operações que tem envolvimento com a comunidade local, avaliação de impactes e programas de desenvolvimento implementados (essencial)	14–15		
S09.	Operações com impacte negativo significativo, real ou potencial, nas comunidades locais (essencial)	14–15, 24–25, 39, 45–47		
S010.	Medidas de prevenção e mitigação implementadas em operações com impacte negativo significativo, real ou potencial, nas comunidades locais (essencial)	14–15		
ASPECTO – ALIMENTOS SAUDÁVEIS E COM PREÇO ACESSÍVEL				
FP4.	Natureza, âmbito e eficácia de quaisquer programas e práticas (contribuições em espécie, iniciativas voluntárias, transferência de conhecimento, parcerias e desenvolvimento de produtos) que promovem estilos de vida saudáveis, a prevenção de doenças crónicas, o acesso a alimentos saudáveis, nutritivos e com preço acessível e a melhoria do bem estar das comunidades carentes (sectorial)	Tabela GRI		Somos parceiros do programa “Café e Saúde”, promovido pela AICC, a qual tem como objectivo a produção e divulgação de informação sobre os benefícios do café na saúde.
ASPECTO – CORRUPÇÃO				
S02.	Percentagem e número total de unidades de negócio alvo de análise de riscos para prevenir a corrupção. (essencial)	Tabela GRI		Não Reportado.
S03.	Percentagem de funcionários que tenham efectuado formação nas políticas e práticas de anti–corrupção da organização. (essencial)	Tabela GRI	10	A formação sobre este aspecto está incluída na formação que os colaboradores da Delta Cafés têm vindo a receber no âmbito do processo de certificação pela norma SA 8000.
S04.	Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção. (essencial)	Tabela GRI	10	Não foram registados casos de corrupção ao longo do período.
ASPECTO – POLITICAS PÚBLICAS				
S05.	Participação na elaboração de políticas públicas e lobbies. (essencial)	Tabela GRI		A Delta Cafés não participou na elaboração de políticas públicas.



TABELA GRI

INDICADOR GRI3	PÁGINA GRI	PRINCÍPIO GLOBAL COMPACT	JUSTIFICAÇÃO ADICIONAL
S06. Valor total das contribuições financeiras ou em espécie a partidos políticos, políticos ou a instituições relacionadas, discriminadas por país. (complementar)	Tabela GRI	10	A Delta Cafés não contribuiu para nenhum partido político ou instituição relacionado.
ASPECTO - CONCORRÊNCIA DESLEAL			
S07. Número total de acções judiciais por concorrência desleal, antitrust e práticas de monopólio, bem como os seus resultados. (complementar)	Tabela GRI		A Delta Cafés não foi alvo de acções judiciais por concorrência desleal, antitrust e práticas de monopólio.
ASPECTO - CONFORMIDADE			
S08. Indique o número total de multas e sanções não-monetárias relacionadas com o não cumprimento de leis e regulamentos. (essencial)	Tabela GRI		Durante o período reportado, não foram registados multas e sanções não-monetárias significativas decorrentes do não cumprimento de leis e regulamentos.
INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL - RESPONSABILIDADE DO PRODUTO			
FORMAS DE GESTÃO	6-7; 26; 36-37; 64-65		
INDICADORES DE DESEMPENHO REFERENTES A RESPONSABILIDADE DO PRODUTO			
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. (essencial)	14-15; 24-25	1	
FP5. Percentagem do volume de produção fabricado em unidades operacionais certificadas por uma terceira parte independente, em conformidade com as normas do sistema de gestão de segurança de alimentos, internacionalmente reconhecidas (sectorial)	Tabela GRI		Não Reportado.
FP6. Percentagem do volume total de vendas de produtos ao consumidor, discriminado por categoria de produto, que contém baixo teor de gorduras saturadas e trans, sódio e açucares adicionados (sectorial)	Tabela GRI		Não Aplicável.
FP7. Percentagem do volume total de vendas de produtos ao consumidor, discriminado por categoria de produto, que contém um maior teor de ingredientes nutritivos como fibra, vitaminas, minerais, fitoquímicos e adição de alimentos funcionais (sectorial)	Tabela GRI		Não Aplicável.
ASPECTO - ROTULAGEM DE PRODUTOS E SERVIÇOS			
PR3. Indique o tipo de procedimentos para informação e rotulagem dos produtos e serviços, bem como a percentagem dos principais produtos e serviços sujeitos a tais requisitos. (essencial)	Tabela GRI	8	A Delta Cafés cumpre os requisitos sectoriais, leis e normativas que regulam a rotulagem dos produtos e serviços.
FP8. Políticas e práticas de comunicação aos consumidores sobre ingredientes e informações nutricionais para além das exigências legais (sectorial)	Tabela GRI		No período reportado, a rotulagem dos nossos produtos está de acordo com os requisitos legais. Mas, não incorpora informação nutricional sobre os seus ingredientes.
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. (complementar)	Tabela GRI	8	Ao longo do período em reporte, não foram registados incidentes e não conformidades relativos à rotulagem de produtos e serviços.
PR5. Procedimentos relacionados com a satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas que meçam a satisfação do cliente. (complementar)	23, 26	1	
ASPECTO - COMUNICAÇÕES DE MARKETING			

TABELA GRI

INDICADOR GRI3	PÁGINA GRI	PRINCÍPIO GLOBAL COMPACT	JUSTIFICAÇÃO ADICIONAL
PR6. Programas de adesão a leis, normas e códigos voluntários relacionados com comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio (essencial)	Tabela GRI		A Delta Cafés subscreveu os princípios do Pacto Global e a Carta de Compromissos para a Comunicação Responsável, desenvolvida pela APAN.
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. (complementar)	Tabela GRI	1	Ao longo do período em reporte, não foram registados incidentes e não conformidades relativosa comunicação de marketing, publicidade, promoção e patrocínio.
ASPECTO - PRIVACIDADE DO CLIENTE			
PR8. Número total de reclamações registadas relativas à violação da privacidade de clientes (complementar)	Tabela GRI	1	Ao longo do período em reporte, não foram registados incidentes e não conformidades relativosa à violação da privacidade de clientes.
ASPECTO - CONFORMIDADE			
PR9. Indique o número total de multas e sanções não-monetárias relacionadas com o não cumprimento de leis e regulamentos (essencial)	Tabela GRI		Durante o período reportado, não foram registados multas e sanções não-monetárias decorrentes do não cumprimento de leis e regulamentos.
ASPECTO - BEM-ESTAR ANIMAL			
FP9. Percentagem e total de animais criados e/ou processados, por espécie e tipo de criação (sectorial)	Tabela GRI		Não Aplicável
FP10. Políticas e práticas, por espécie e tipo de criação, relacionadas a alterações físicas e uso de anestésicos. (sectorial)	Tabela GRI		Não Aplicável
FP11. Percentagem e total de animais criados e/ou processados, por espécie e tipo de criação, por tipo de estabelecimento (sectorial)	Tabela GRI		Não Aplicável
FP12. Políticas e práticas para antibióticos, anti-inflamatórios, hormónios e/ou tratamentos com promotores de crescimento, por espécie e tipo de criação (sectorial)	Tabela GRI		Não Aplicável
FP13. Número total de incidentes de não conformidades com leis e regulamentos e adesão a normas voluntárias relacionadas a práticas de transporte, manipulação e abate de animais vivos terrestres e aquáticos (sectorial)	Tabela GRI		Não Aplicável

VERIFICAÇÃO INDEPENDENTE  
DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE



## RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2011

### FICHA TÉCNICA

#### COORDENAÇÃO E ELABORAÇÃO

Departamento de Comunicação  
Cláudia Portela  
comunicacao@delta-cafes.pt

#### REVISÃO DE CONTEÚDOS

Ana Isabel Carrapiço  
Cláudia Portela  
Cláudia Gama  
Dionísia Gomes  
João Vinagre  
Miguel Ribeirinho

#### EMPRESAS AUDITORAS

Ernest & Young  
PricewaterhouseCoopers

#### PROJECTO GRÁFICO

Diverge Design

#### FOTOGRAFIAS

Delta Cafés Arquivo

#### IMPRESSÃO

M2  
Av. Severiano Falcão, 22 E  
2685-378 Prior Velho  
www.m-2.pt

Para qualquer esclarecimento, contacte sff:

Departamento de Comunicação  
comunicacao@delta-cafes.pt

Delta Cafés, SGPS SA  
Avenida Calouste Gulbenkian, 15  
7370-025 Campo Maior  
T. 268 699 200  
[www.delta-cafes.pt](http://www.delta-cafes.pt)  
[www.mydeltaq.com](http://www.mydeltaq.com)

### AGRADECIMENTOS

A Equipa Coordenadora do Relatório de Sustentabilidade da Delta Cafés SGPS agradece o apoio prestado por toda a Administração do Grupo Nabeiro/Delta Cafés; pelo director financeiro, Dr. António Cachola; equipas de auditoria da Ernest & Young e PriceWaterHouseCoopers; à presidente do GRACE, Dr.ª Maria da Conceição Zagalo e ao Reitor da Universidade de Évora, Dr.º Carlos Braumann, pelos seus testemunhos.

Deixamos ainda um agradecimento especial à Diverge Design, do Grupo Nabeiro, pela concepção gráfica deste Relatório; ao Centro Educativo Alice Nabeiro (CEAN) e ao Grupo Vangest.

Guardamos por último uma referência a todos aqueles que, mesmo sem terem o seu nome aqui referido, contribuíram de alguma forma para a elaboração deste documento.

Este Relatório foi composto com as famílias tipográficas Delta Slab e Dobra, do designer português Dino dos Santos.

Impresso em papel feito a partir de árvores oriundas de florestas sustentáveis.

Todos os direitos resevados.



Delta Cafés, SGPS SA  
Avenida Calouste Gulbenkian, 15  
7370-025 Campo Maior  
T. 268 699 200  
[www.delta-cafes.pt](http://www.delta-cafes.pt)  
[www.mydeltaq.com](http://www.mydeltaq.com)