

2014/
*RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE
ROSTOS DE UMA MARCA*



| | |
|------------------------|----|
| MUNDO DELTA | 6 |
| PERFIL DO RELATÓRIO | 8 |
| MENSAGEM DO PRESIDENTE | 10 |

| | |
|-------------|----|
| TABELAS GRI | 90 |
| VERIFICAÇÃO | 96 |

1/ GESTÃO DE ROSTO HUMANO

12

2/ CRIAÇÃO DE VALOR SUSTENTADO NO MERCADO

24

3/ ROSTOS DELTA

48

4/ AMBIENTE

64

5/ CORÇÃO DELTA

77

| | |
|--|----|
| 1.1 MISSÃO, VALORES E PRINCÍPIOS | 14 |
| 1.2 ORGANOGAMA DO GRUPO | 17 |
| 1.3 MODELO DE GOVERNO | 18 |
| 1.4 CRIAÇÃO DE VALOR SUSTENTÁVEL | 19 |
| 1.5 DIÁLOGO COM AS PARTES INTERESSADAS | 19 |
| 1.6 BOAS PRÁTICAS NA CADEIA DE VALOR | 20 |
| 1.7 PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS | 22 |

| | |
|---|----|
| 2.1 INOVAÇÃO | 29 |
| 2.2 GRÃO MAIOR ESCOLA DE BARISTA | 32 |
| 2.3 CENTRO DE CIÊNCIA DO CAFÉ | 33 |
| 2.4 EM QUALQUER PARTE DO MUNDO, “UM CLIENTE, UM AMIGO” | 36 |
| 2.5 PRODUTOS E SERVIÇOS SUSTENTÁVEIS | 42 |

| | |
|---|----|
| 3.1 POLÍTICA DE FORMAÇÃO | 59 |
| 3.2 POLÍTICA DE SAÚDE, SEGURANÇA E HIGIENE | 61 |

| | |
|--|----|
| 4.1 ENERGIA | 67 |
| 4.2 RACIONALIZAÇÃO DO CONSUMO DE ÁGUA | 69 |
| 4.3 EFLUENTES | 70 |
| 4.4 RESÍDUOS | 72 |
| 4.5 BIODIVERSIDADE NAS ORIGENS | 74 |

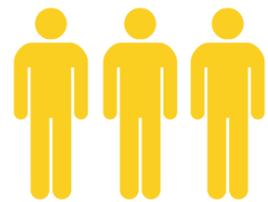
| | |
|---|----|
| 5.1 CENTRO EDUCATIVO ALICE NABEIRO | 81 |
| 5.2 CAMPO MAIOR SOLIDÁRIO | 82 |
| 5.3 CAMPO MAIOR VILA SOLIDÁRIA DA EUROPA | 83 |
| 5.4 PROGRAMA “TEMPO PARA DAR” | 85 |



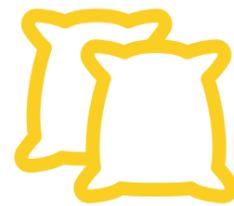
60
Origens de café



23.000
Toneladas de café comprado



2.516
Colaboradores



383.000
Sacas de café importadas



20.456
Toneladas de café vendido



4KG
Consumo médio por pessoa/ano

MUNDO DELTA



35
PAÍSES
DO MUNDO



PERFIL DO RELATÓRIO

PARA QUALQUER ESCLARECIMENTO ADICIONAL, CONTACTE SFF:

DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA

DELTA CAFÉS, SGPS, S.A.

AVENIDA CALOUSTE GULBENKIAN, 7370 CAMPO MAIOR

comunicacao@delta-cafes.pt | 268 699 200

ÂMBITO

Este é o 7.º Relatório de Sustentabilidade da Delta Cafés, SGPS, o qual reporta as principais atividades, projetos e dados relevantes, bem como os principais indicadores de desempenho da Delta Cafés, no período compreendido entre 1 de janeiro de 2012 e 31 de dezembro de 2014. O Relatório de Sustentabilidade da Delta Cafés, SGPS – Rostos de uma Marca visa responder às expectativas das partes interessadas e demonstrar a forma como a Sustentabilidade está incorporada no negócio.

O âmbito deste Relatório de Sustentabilidade abarca as empresas da Delta Cafés, SGPS. Relativamente ao último relatório verificaram-se as seguintes alterações na estrutura organizacional: a Nabeiro cessou atividade em 2012 e foram incorporadas as empresas Delta Foods Brasil, Q Brasil, Tecnidelta e Toldiconfex.

Quanto à estrutura acionista, não se registaram alterações desde a publicação do Relatório de Sustentabilidade Delta 2011.

FREQUÊNCIA

A Delta Cafés tem vindo a publicar Relatórios de Sustentabilidade com um intervalo de dois anos, porém o presente relatório narra o triénio 2012–2013–2014, apresentando, ainda, os desafios da gestão para o próximo biénio.



LINHAS ORIENTADORAS

Na elaboração do Relatório de Sustentabilidade – Rostos de uma Marca foram seguidas as diretrizes do GRI4, *Global Report Initiative*, tendo sido adotada a opção *core*.

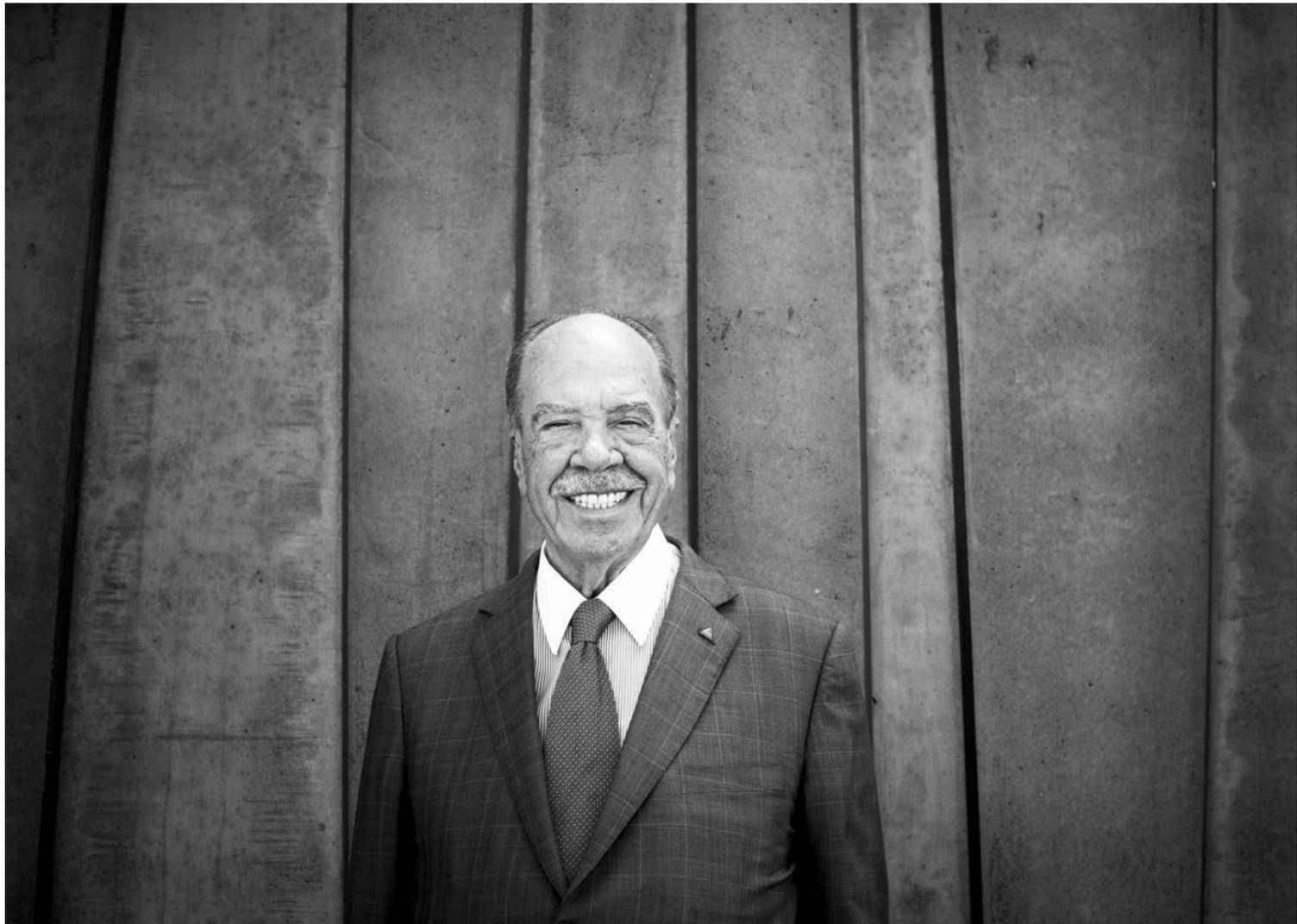
O processo de identificação dos assuntos com maior materialidade foi obtido através da realização de inquéritos online aos diversos *stakeholders*.

O Comité da Sustentabilidade identificou os grupos e subgrupos de partes interessadas envolvidas na atividade da empresa, numa ótica de relação bilateral. Com base nos critérios de responsabilidade, influência/impacto, dependência, representatividade e alvo de políticas e estratégia, foram identificadas as partes interessadas que estiveram na base da auscultação.

A auscultação das partes interessadas foi realizada através de inquérito *online*. No total foram realizadas 680 entrevistas, das quais foram obtidas 237 respostas. Em simultâneo, foram realizadas entrevistas à Administração do Grupo Nabeiro. A determinação da materialidade resulta da conjugação das temáticas que são relevantes para o negócio, sendo a Inovação, a Qualidade de Produtos e Serviços e a Gestão de Recursos Humanos os temas que maior interesse suscitaram.

VERIFICAÇÃO DE DADOS

Os dados apresentados no Relatório de Sustentabilidade – Rostos de uma Marca foram submetidos à verificação de uma entidade independente que atestou a veracidade dos mesmos, de acordo com a declaração anexa no final. O Relatório de Sustentabilidade foi verificado pela PricewaterhouseCoopers e o Relatório & Contas foi verificado pela Ernst & Young.



COMENDADOR RUI NABEIRO
ADMINISTRADOR

“Uma gestão de rosto humano e um compromisso fundamental: encarar o futuro com responsabilidade e respeito pelas gerações vindouras.”

MENSAGEM DO PRESIDENTE

No mundo empresarial, as estratégias e as soluções devem visar uma aplicação socialmente correta, ambientalmente sustentável e, como seria de esperar, economicamente viável.

A cultura do trabalho deve estar associada a rigorosos critérios de ética profissional. Maximizar e valorizar a produção recorrendo a ideias, preferencialmente nacionais, pode ser uma vantagem para a melhoria e desenvolvimento efetivo e sustentável do nosso país. É com este sentido de responsabilidade, e com uma vontade imensa de acrescentar valor a Campo Maior, que a Delta Cafés continua a reforçar o compromisso com o futuro do Alentejo, criando novos polos de produção, assegurando a criação de mais postos de trabalho e, por conseguinte, o crescimento sustentável desta vila alentejana. Localmente, crescemos e ficamos mais fortes; simultaneamente, estimulamos a economia do país. Inovar diariamente, criar estratégias e mecânicas diferenciadoras são aspetos a ter em conta para projetarmos o futuro das sociedades e a sustentabilidade das comunidades onde atuamos.

Atualmente, enfrentamos novos desafios que não assentam somente na conquista de mercados, mas na crescente globalização do comércio, nas tendências dos consumidores e na incessante atividade da concorrência.

Como é nosso apanágio, para a internacionalização definimos também uma estratégia sustentável. Queremos crescer, mas bem. Definimos prioridades e traçámos um plano minucioso que nos permite, com segurança e tranquilidade, avançar com os nossos produtos no mercado internacional.

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, integridade no negócio e particular atenção com as origens do café.

Vamos continuar a trabalhar.

Acreditamos na nossa equipa. Acreditamos no futuro.

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

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

Rui Nabeiro



JOÃO PAULO SILVA
Operador da Máquina de
Abastecimento de Café Verde

*“Gosto de trabalhar aqui
porque estou em família.
A Delta Cafés é realmente
uma família.”*

1/ GESTÃO DE ROSTO HUMANO

1.1 MISSÃO, VALORES E PRINCÍPIOS

- INTEGRIDADE
- TRANSPARÊNCIA
- QUALIDADE TOTAL
- LEALDADE
- INOVAÇÃO RESPONSÁVEL
- VERDADE
- SUSTENTABILIDADE
- SOLIDARIEDADE



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 a sua atividade em valores sólidos e princípios humanos que se refletiram 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 pelos nossos princípios é requisito fundamental para o desenvolvimento de uma relação sólida e duradoura. Pertencer à grande família Delta significa a partilha de valores com os nossos colaboradores, através do Manual de Acolhimento.

A seleção, 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 obedecem 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 objetivos e expectativas das partes interessadas, através de um processo de inovação e investimento responsável.

Assegura uma contribuição proativa 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 atividade por práticas transparentes, íntegras e solidárias com todas as partes interessadas, e espera a mesma atitude por parte dos seus parceiros. 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, assegurando que os seus parceiros estratégicos respeitam os 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 objetivas a todas as partes interessadas de que as demonstrações financeiras refletem corretamente a posição financeira e o desempenho da empresa.

A Delta Cafés espera que os seus colaboradores e parceiros estratégicos 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 ativa 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 objetivo de aumentar a competitividade da cadeia de valor e orientando a organização para a inovação responsável.

QUALIDADE, SAÚDE E SEGURANÇA

Os colaboradores da Delta Cafés são o ativo mais valioso da empresa. Assim sendo, aposta nas condições laborais, nomeadamente o desenvolvimento profissional dos colaboradores, implementando programas integrados de formação contínua, promovendo a capacitação e a promoção de talentos; potenciando uma melhor conciliação entre a atividade profissional e a vida familiar e incentivando o envolvimento de todos os colaboradores no desenvolvimento sustentável do Grupo e da comunidade.

SUSTENTABILIDADE NAS ORIGENS

Consciente de 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 promove parcerias que apoiem a capacitação dos produtores e fomentem a sustentabilidade ambiental, práticas amigas do ambiente e de proteção 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 impactos ambientais, de forma a não comprometer os interesses das gerações futuras.

1.2
ORGANOGRAMA DO GRUPO

Empreendedor por natureza, Manuel Rui Azinhais Nabeiro fundou a sua própria marca de café em 1961 – Delta Cafés.

Volvidos mais de 50 anos, a marca afirma-se como um exemplo de pioneirismo, inovação e vontade empresarial. Atualmente, o Grupo Nabeiro é constituído por 27 empresas, organizadas por áreas estratégicas. A Delta Cafés, SGPS é a *sub-holding* constituída por todas as empresas que se dedicam à atividade principal do Grupo, importação, torrefação e comercialização de café, assim como as empresas de suporte.

DELTA CAFÉS, SGPS, S.A.

CONSTITUIÇÃO 12/01/79



1.3 MODELO DE GOVERNO

O Conselho de Administração é constituído pela família Nabeiro que representa os acionistas 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. O governo de Sustentabilidade é assegurado através da Equipa de Sustentabilidade, da qual são parte integrante as seguintes áreas: Ambiente, Sistemas Integrados, Central de Compras, Recursos Humanos, 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 reúne mensalmente e detém as seguintes responsabilidades: aprovação da estratégia de sustentabilidade, definição dos objetivos, elaboração do plano e monitorização da *performance*. O Presidente do Comité, Ivan Nabeiro, é o responsável pela aprovação do plano e estabelece a comunicação com o Conselho de Administração do Grupo.

DESENVOLVIMENTO E IMPACTO DE INVESTIMENTOS

UNIDADE: EUROS

| | 2013 | 2014 |
|---------------------------------------|-----------|-----------|
| INFRAESTRUTURAS E SERVIÇOS OFERECIDOS | 3.754.892 | 3.654.902 |

VALOR ECONÓMICO DIRETO GERADO E DISTRIBUÍDO

UNIDADE: EUROS

| | 2013 | 2014 |
|--|--------------------|--------------------|
| VALOR ECONÓMICO GERADO | 291.845.742 | 311.646.007 |
| VENDAS | 288.187.509 | 307.085.082 |
| PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS | 0 | 0 |
| PROVEITOS SUPLEMENTARES | 3.538.240 | 4.386.071 |
| PROVEITOS FINANCEIROS | 119.993 | 174.854 |
| VALOR ECONÓMICO DISTRIBUÍDO | 290.987870 | 297.265.752 |
| CUSTOS OPERACIONAIS | 211.203.851 | 211.789.948 |
| CMVMC | 111.901.696 | 110.819.471 |
| FSE | 62.071.087 | 66.294.967 |
| AMORTIZAÇÕES, AJUSTAM. E PROVISÕES | 28.745.612 | 25.827.123 |
| OUTROS CP OP. | 8.485.457 | 8.848.386 |
| SALÁRIOS E BENEFÍCIOS DE EMPREGADOS | 66.580.335 | 69.180.158 |
| PAGAMENTO A FINANCIADORES | 4.151.446 | 2.414.920 |
| PAGAMENTOS AO ESTADO | 6.093.458 | 12.567.516 |
| IMPOSTOS | 1.035.570 | 1.065.495 |
| IRC | 5.057.888 | 11.502.021 |
| MULTAS E PENALIDADES | 0 | 0 |
| INVESTIMENTOS NA COMUNIDADE | 2.958.779 | 1.313.209 |
| VALOR ECONÓMICO ACUMULADO | 857.872 | 14.380.256 |

ASSISTÊNCIA FINANCEIRA RECEBIDA PELO GOVERNO

UNIDADE: EUROS

| | 2013 | 2014 |
|-----------|--------|---------|
| SUBSÍDIOS | 66.134 | 322.641 |

PROPORÇÃO DE GASTOS COM FORNECEDORES LOCAIS

UNIDADE: EUROS

| | 2013 | 2014 |
|---|-------------|-------------|
| CUSTO TOTAL COM FORNECEDORES | 218.888.501 | 239.139.730 |
| CUSTOS COM FORNECEDORES LOCAIS (NACIONAL) | 132.858.369 | 142.318.945 |
| % DE CUSTOS COM FORNECEDORES LOCAIS | 61% | 60% |

1.4 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 otimização do desempenho interno e na qualidade. Para a Delta Cafés, o fator reside na valorização do seu capital intelectual, como meio para sustentar processos de *benchmark* e inovação.

A Delta Cafés pressupõe a qualidade e a flexibilidade dos processos internos e tem por objetivo 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 economicamente responsável, disponibilizando vários canais de comunicação que permitem ouvir as partes interessadas e ter em conta as suas sugestões e reclamações, dando origem, caso se justifique, a um Plano de Ação.

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.

1.5 DIÁLOGO COM AS PARTES INTERESSADAS

| GRUPO DE PARTES INTERESSADAS | SUB-GRUPOS DE PARTES INTERESSADAS | CANALIS/ INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO |
|------------------------------|---|---|
| INVESTIDORES | > FAMÍLIA NABEIRO | > REUNIÕES DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO > ACRESCENTAR RELATÓRIO & CONTAS |
| CLIENTES/ CONSUMIDORES | > HORECA > DISTRIBUIÇÃO MODERNA > DISTRIBUIDORES > 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 > DIRETORES > COMERCIAIS > TÉCNICOS > ADMINISTRATIVOS > OPERADORES | > REUNIÕES REGULARES > COMISSÃO DOS TRABALHADORES > NEWSLETTER > PORTAL INTERNO > SITE > REVISTA DELTA MAGAZINE > RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE |
| COMUNIDADE | > COMUNIDADE (CAMPO MAIOR) > COMUNIDADES ONDE O GRUPO TEM PRESENÇA DIRETA > COMUNIDADES ONDE O GRUPO TEM PRESENÇA INDIRETA | > LINHA DE ATENDIMENTO > VISITAS CENTRO DE CIÊNCIA DO CAFÉ > REUNIÕES > REVISTA DELTA MAGAZINE |
| ESTADO | > AUTARQUIA LOCAL > AUTARQUIA REGIONAL > INSTITUTOS PÚBLICOS/MINISTÉRIOS | > COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL (SITE, OFÍCIOS E OUTROS) |
| ONG'S E INSTITUIÇÕES | > SAÚDE > COMUNIDADE > AMBIENTE | > REUNIÕES > PROJETOS > PROTOCOLOS |
| FORNECEDORES | > MATÉRIAS PRIMAS > MATÉRIAS SUBSIDIÁRIAS > EQUIPAMENTOS > PRODUTOS ALIMENTARES > SERVIÇOS > ECONOMATO E CONSUMÍVEIS | > PRINCÍPIOS ORIENTADORES DE NEGÓCIO > CONSULTAS DE MERCADO > AUDITORIAS > RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE |

1.6 BOAS PRÁTICAS NA CADEIA DE VALOR

IMPACTOS POSITIVOS

- Contribui para a competitividade dos países em vias de desenvolvimento.
- Criação indireta de emprego.
- Crescimento económico.
- Melhoria das condições sociais.
- Incentivos para o não abandono das terras
- Promoção da biodiversidade das espécies cafeeiras.

IMPACTOS NEGATIVOS

- Efeitos colaterais do crescimento económico.
- Perda da biodiversidade.
- Consumo de recursos (água e energia).

PARTE INTERESSADA IMPACTADA

- Fornecedores
- Produtores
- Comunidade



TRANSPORTE DO CAFÉ

Desde os países produtores até ao porto de Lisboa, é realizado por via marítima, a partir daí até à estação de Elvas é utilizado o comboio, que reduz os custos económicos e as emissões de CO₂.



IMPACTOS POSITIVOS

- Criação de emprego direto e indireto.
- Fixação da população e aumento da natalidade no concelho de Campo Maior.
- Melhoria das condições sociais e económicas das comunidades.
- Criação de valor na cadeia nacional e local.
- Desenvolvimento do tecido empresarial.
- Aumento da competitividade da comunidade local.

IMPACTOS 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



IMPACTOS POSITIVOS

- Contribuição para a competitividade dos países em vias de desenvolvimento.
- Criação de emprego
- Crescimento económico das comunidades.
- Criação de competências nos clientes Horeca.
- Melhoria das condições sociais.

IMPACTOS NEGATIVOS

- Efeitos colaterais negativos de crescimento económico.
- Preço do café.
- Consumo dos recursos.

PARTE INTERESSADA IMPACTADA

- Clientes
- Colaboradores
- Comunidade local
- Fornecedores
- Estado



PRESENÇA NA COMUNIDADE

Apoio a atividades e projetos que promovem o desenvolvimento de comunidades competitivas.

A Inovação promove a criação de valor.

Aposta na criação de redes de conhecimento.

Promoção de voluntariado empresarial, através da Associação Coração Delta.

Aposta na formação de crianças e jovens através do Centro Educativo Alice Nabeiro (CEAN), Manual de Empreendedorismo “Ter ideias para mudar o Mundo”, Manual para Jovens Empreendedores.

Apoio a crianças e jovens com necessidades educativas especiais.

O Centro de Formação Comendador Rui Nabeiro, em parceria com inúmeras instituições, faculta formações que permitem colmatar as lacunas de competências na comunidade.

Difusão da cultura e ciência do café através do Centro de Ciência do Café.



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 ações para promover a capacitação dos produtores.

IMPACTOS POSITIVOS

- Criação de emprego direto e indireto.

IMPACTOS NEGATIVOS

- Poluição atmosférica e sonora.

PARTE INTERESSADA IMPACTADA

- Fornecedores
- Comunidade

TRANSFORMAÇÃO DO CAFÉ

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

A Delta Cafés tem um sistema de gestão integrada que incorpora a Qualidade, a Segurança Alimentar, o Ambiente, a Responsabilidade Social e a Saúde e Segurança dos colaboradores.

A Delta Cafés realiza o adequado tratamento de resíduos gerados pela sua atividade.

COMERCIALIZAÇÃO DO CAFÉ

Gama de produtos alargada, adaptada aos diferentes mercados.

Diferentes canais de comunicação para ouvir as partes interessadas.

Otimização e racionalização de rotas de distribuição.

Formação para os profissionais da restauração, na Escola Barista Grão Mayor.

Garantia de rastreabilidade total na cadeia alimentar.

Desenho e implementação de um sistema de *Customer Relationship Management* (CRM).

1.7 PRÉMIOS E RECONHECIMENTO



MARCA

Novadelta é considerada a **MELHOR EMPRESA DE AGRO-INDÚSTRIA**, prémio atribuído pela Revista Exame.

Angonabeiro é galardoada com o **PRIMEIRO PRÉMIO SINASE**, Sector Social.

Delta Cafés é a **2.ª MARCA COM MAIOR REPUTAÇÃO** segundo o estudo Reprtrak Pulse.

Delta Cafés é eleita pelo 2.º ano **ESCOLHA DO CONSUMIDOR**.

Delta Cafés é eleita pelo 13.º ano consecutivo **MARCA DE CONFIANÇA** pelo estudo das Selecções do Reader's Digest.

Delta Cafés recebe o **PRÉMIO EQUILÍBRIO EMPRESA/FAMÍLIA**, no âmbito do estudo desenvolvido pela Human Resources.

SOCIAL

A Delta é considerada entre o Top 5 das empresas no **PRÉMIO EXCELÊNCIA NO TRABALHO**, estudo desenvolvido pela Heidrick & Struggles, Diário Económico e INDEG-IUL.

Centro Ciência do Café recebe **PRÉMIO GRADA DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL**, em Badajoz.

A Revista Mais Alentejo atribui os seguintes prémios: **MAIS EMPRESA** à Delta Cafés; **MAIS INOVAÇÃO** ao Centro de Ciência do Café e **MAIS EXCELÊNCIA EMPRESA** a João Manuel Nabeiro.

PERSONALIDADE

Rui Nabeiro é considerado uma das 25 figuras mais marcantes pelo Diário Económico.

Estudo promovido pelas Selecções do Reader's Digest distingue Rui Nabeiro como **EMPRESÁRIO DE CONFIANÇA**.

Rui Nabeiro é considerado o **CEO COM MELHOR REPUTAÇÃO EM PORTUGAL**, de acordo com o estudo promovido pela GfK Metris e divulgado pela Revista Exame.

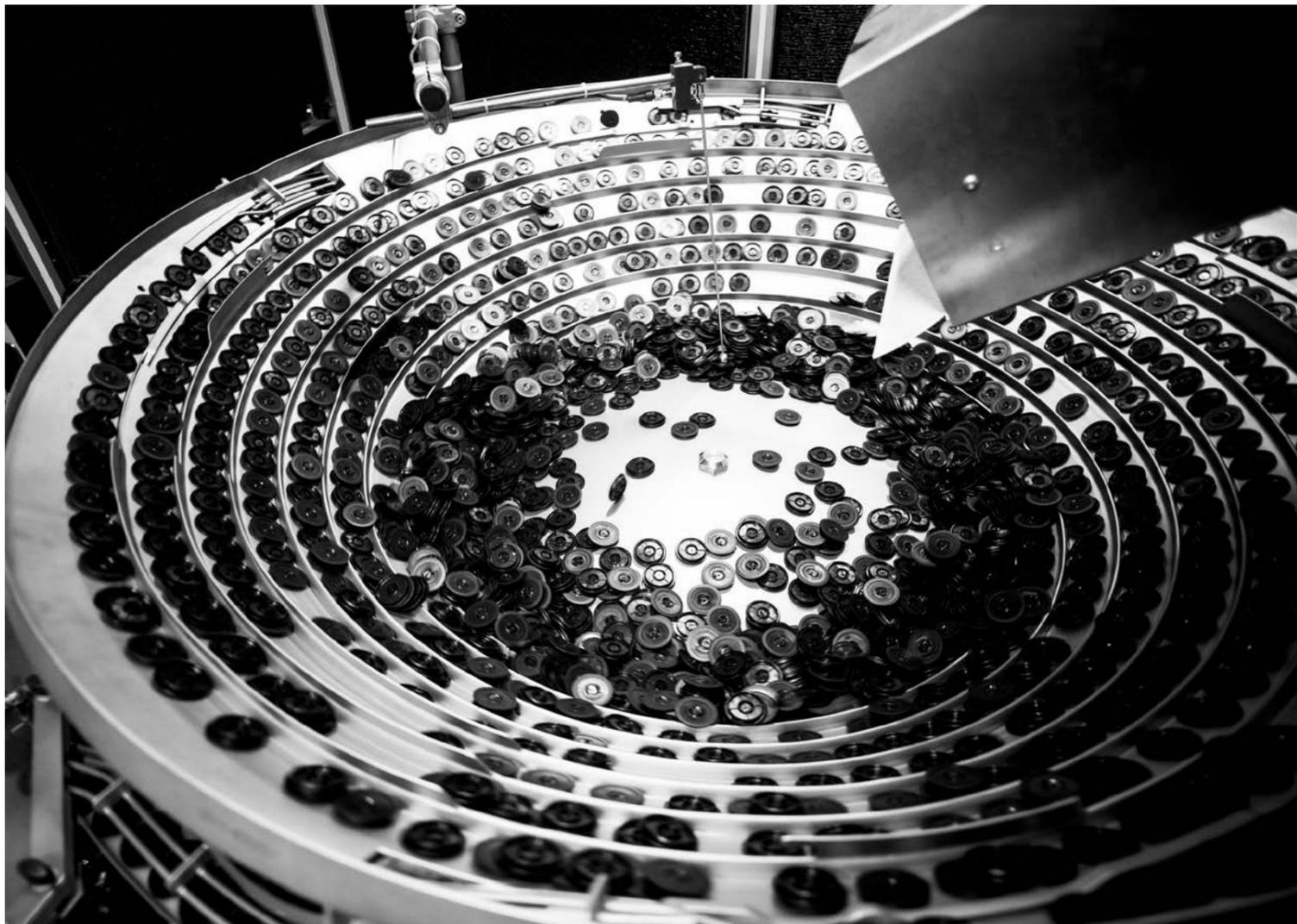
O Comité Olímpico de Portugal distingue Rui Nabeiro com o **PRÉMIO PRESTÍGIO**.

A Associação Portuguesa de Gestão das Pessoas atribui a Rui Nabeiro o **PRÉMIO APG MÉRITO**.

ADELINO CARDOSO
Coordenador da Torrefação

“Gosto de trabalhar aqui porque me sinto motivado.”





JOÃO MIGUEL SANTOS
Operador

*“Gosto de contribuir para o
crescimento da empresa.”*

2/ **CRIAÇÃO DE VALOR SUSTENTADO NO MERCADO**



RUI MIGUEL NABEIRO
Administrador

“Na Delta Cafés, a inovação está presente há muito tempo. Sempre sentimos a necessidade de inovar, acrescentar valor ao mercado, aos nossos clientes e consumidores.”

2.1 INOVAÇÃO

APOSTAMOS NA INOVAÇÃO

Garantir a viabilidade financeira do Grupo implica estar atento às alterações dos mercados, mudanças dos hábitos de consumo e necessidades dos consumidores. Esta atitude impulsionou, precocemente, a inovação no Grupo Nabeiro, como forma de sustentar o crescimento económico e social da empresa.

Inventar, idealizar, conceber, diversificar, renovar, desenvolver, criar são alguns dos sinónimos da palavra inovar. Na Delta Cafés, a inovação está presente há muito tempo. Sempre sentimos a necessidade de inovar, acrescentar valor ao mercado, aos nossos clientes e consumidores. Novas imagens, novas embalagens e novos conceitos foram desenvolvidos ao longo dos anos.

Alargámos o nosso portefólio de produtos e a nossa oferta. Mas quisemos mais. Quisemos, sobretudo, criar tendências, para nós o verdadeiro significado de inovação. E criámos Delta Q. Uma marca que reflete a importância que a inovação tem na Delta Cafés. Desenvolvemos o nosso próprio departamento de I&D, o qual foi reforçado pela compra da Diverge Design, o que nos tem permitido, num curto espaço de tempo, apresentar produtos inovadores, que acrescentam valor e transmitem o legado de uma marca com mais de 50 anos. Temos trabalhado com parceiros externos e, simultaneamente, apostado na formação e procura de *know-how*. Disso são exemplo a Escola Barista Grão Maior e o Centro de Ciência do Café. Na Delta Cafés procuramos ouvir as ideias dos nossos colaboradores, clientes e consumidores, porque as suas opiniões e sugestões aportam valor ao que diariamente é desenvolvido.

A inovação é, também, condição *sine qua non* para a entrada em novos mercados. Razão pela qual uniformizámos, recentemente, a imagem de marca e, pela primeira vez, passámos a contar com produtos globais. Um passo na conquista do estatuto de marca internacional.

Os mercados internacionais asseguram o ritmo de crescimento económico do Grupo. 2012 foi considerado o ano zero do projeto de consolidação da internacionalização da marca que, até à data, estava maioritariamente dependente do mercado da saudade. Espanha, Angola, França, Luxemburgo e Brasil são mercados prioritários, onde a marca detém investimento direto sendo que, no total, estamos presentes em 30 países.

A superior qualidade dos nossos *blends* e a originalidade do modelo de negócio Delta, alicerçada em duas décadas de liderança do mercado português de cafés e pelas sucessivas provas de confiança dos consumidores nacionais, são alguns dos trunfos com que contamos para vencer a batalha do crescimento internacional. Com a plena consciência que, não sendo fácil, é missão possível.

LUÍS MARQUES
Operador

“Aqui sinto-me em casa. São 30 anos recheados, junto a grandes profissionais, grandes amizades e bastante união.”



2.1 INOVAÇÃO

Para o Grupo Nabeiro, Inovação é o compromisso com o consumidor através da criação sustentada de valor.

ÁREAS ESTRATÉGICAS INOVAÇÃO

VALORIZAÇÃO DO MERCADO DENTRO DO LAR

AUMENTAR O GRAU DE PENETRAÇÃO NO MERCADO DOMÉSTICO, DIVERSIFICANDO A OFERTA E EXPLORANDO O CAFÉ EM TODOS OS SEUS FORMATOS.

VALORIZAÇÃO DO MERCADO FORA DO LAR

POTENCIAR A CAPACIDADE DE EXPLORAR NOVOS PRODUTOS E SERVIÇOS SATISFAZENDO AS NECESSIDADES DO MUNDO DO CAFÉ E DA TOTALIDADE DO NEGÓCIO.

SUSTENTABILIDADE

RESPONSABILIDADE SOCIAL, RESPEITO PELO MEIO AMBIENTE E A SOLIDARIEDADE. OTIMIZAÇÃO DE PROCESSOS INTERNOS.

Ao longo de mais de 50 anos, a Delta Cafés tem vindo a surpreender, constantemente, os seus clientes e consumidores, lançando produtos inovadores no mercado, aliando a sabedoria dos mestres cafeeiros a uma terra tradicional.

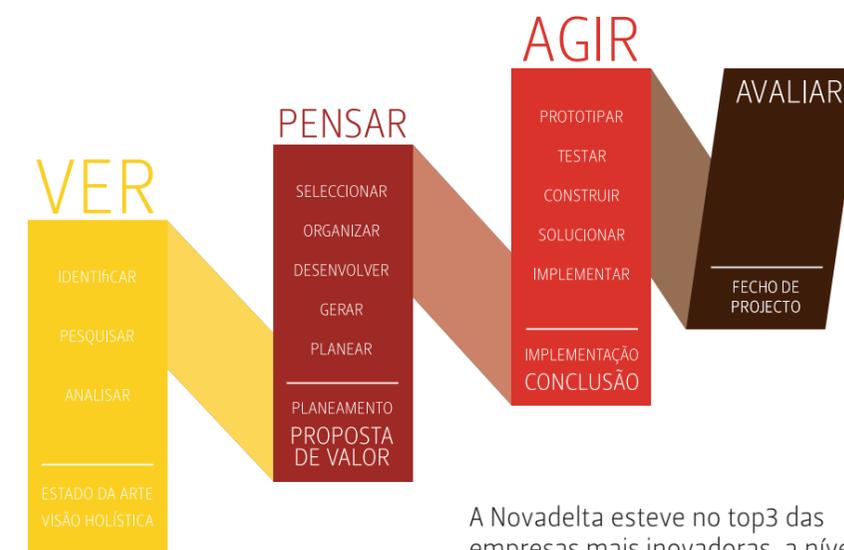
Esta forma de estar no mercado tem sido reconhecida pelos consumidores portugueses que, em 2014, pelo 13.º ano consecutivo, elegeram a Delta Cafés como Marca de Confiança.

O *rebranding* da marca, em 2012, veio reforçar a aposta na internacionalização e permitiu uniformizar a comunicação em todo o mundo. Com uma imagem mais atual, moderna e sofisticada, a Delta Cafés pretende conquistar novos consumidores num número crescente de países.

Inovação e internacionalização são, assim, vetores determinantes para o crescimento sustentado da marca.

A Delta Cafés tem vindo a adotar uma estratégia de inovação incremental, para tal dispõe de uma estrutura própria (Diverge – Grupo Nabeiro Innovation Centre) que se dedica à investigação, desenvolvimento e inovação do Grupo. Esta equipa acompanha as tendências de mercado, recebe os *inputs* das empresas do Grupo e desenvolve soluções que vão ao encontro das necessidades dos distintos mercados onde a marca está presente.

Todos os projetos, independentemente da sua tipologia, são desenvolvidos com base na seguinte metodologia de trabalho: ver, pensar, agir e avaliar. Para cada fase, são definidos recursos, ferramentas de trabalho



e dinâmicas específicas, os quais ajudam a responder aos objetivos. A fase de avaliação pretende servir para uma melhoria contínua, detetando falhas e “erros” de cada projeto.

A Novadelta esteve no top3 das empresas mais inovadoras, a nível nacional, tendo submetido 39 pedidos de invenção nacional ao Instituto Nacional de Propriedade Intelectual, tendo sido concedidas 3 patentes e tendo sido feitos 12 pedidos de registos de desenhos ou modelos de utilidade.



REBRANDING

Uma nova imagem, uma gama consolidada. Desde 1961 que selecionamos os melhores cafés do mundo para os paladares mais exigentes. Aliamos a tradição e a experiência dos nossos mestres torrefatores, proporcionando cafés únicos de aromas incomparáveis. Uma gama a descobrir pelos mais exigentes consumidores do mundo.

LANÇAMENTO DA GAMA DE SOLÚVEIS

A Delta Cafés reforçou a sua aposta no canal Alimentar e apresentou a gama de solúveis com uma nova imagem e embalagens reformuladas. Composta pelas referências Café, Decaf, Semba e Seara.

CONHEÇA A MARCA EM WWW.DELTA-CAFES.PT

2.1. INOVAÇÃO

DELTA Q BUSINESS

Data de 2013 a entrada de Delta Q no segmento *business*. Com a apresentação ao mercado da Quorum, a marca de café em cápsulas líder no mercado nacional deu um passo decisivo na expansão para novas áreas de negócio. De *design* moderno e prático, pautando-se pela eficiência energética e facilidade de utilização, o conceito Business concilia o prestígio e a garantia de confiança da marca, com a simplicidade de utilização.

É com a Quorum que a Delta Q tem levado o café que se bebe em muitos lares portugueses até às mesas da restauração, fazendo valer todos os predicados associados à marca e que se pautam pela excelência do resultado final. É, precisamente, aqui que o Delta Q Business entra, com os clientes a reconhecerem o contributo do conceito para elevar a oferta do serviço de café a um patamar de qualidade superior e, inclusivamente, do respetivo paradigma, ao proporcionar uma escolha diversificada ao seu cliente. Na base do crescimento de Delta Q encontram-se, além do portefólio alargado e exclusivo de café em cápsulas, um equipamento de utilização profissional que prima pela simplicidade de manuseamento, linhas simples e coerentes, que se integra de forma efetiva em qualquer ambiente de ampla utilização, possibilitando, ainda, evidentes ganhos de espaço mediante as suas reduzidas dimensões.

Valor acrescentado a que se junta uma eficaz poupança energética, com a Quorum a apresentar-se como uma enorme mais-valia para os profissionais, pelo facto de não possuir caldeira, razão pela qual não há consumo contínuo de energia, com o equipamento ao entrar em *standby* após um determinado período de tempo sem utilização.

EDIÇÕES LIMITADAS DELTA Q

Delta Q, a marca portuguesa de cápsulas, alcançou em 2012 a liderança de mercado em Portugal. E para continuar a surpreender os seus consumidores, a marca não abrandou o ritmo de dinamismo e inovação, lançando um conjunto de edições limitadas que aumentaram o leque de escolhas dos consumidores.

As edições limitadas Delta Q Origens, entre elas Kilimanjaro e Maasai, proporcionaram aos consumidores a possibilidade de degustarem as melhores origens de café do mundo. A nova especialidade, Qontrast, oferece a possibilidade de degustar “um *blend*, duas torras”, composto por Qontrast Light e Dark Roast.

Em 2014, a marca lançou uma nova campanha de comunicação: “O café sabe a vida. O café sabe a Delta Q”. Com esta nova aposta, Delta Q pretende mostrar momentos que sejam reveladores de uma nova atitude e uma forma de estar na vida.

2782
CLIENTES ATIVOS
DELTA Q BUSINESS

1124
CORPORATE
40%

1658
HORECA
60%

VENDAS
DESDE 2007 ATÉ 31 DE DEZEMBRO DE 2014

700.000
MÁQUINAS
vendidas

732.600.000
CÁPSULAS
vendidas

CONHEÇA A MARCA EM WWW.MYDELTAQ.PT

LUÍS VILHALVA
Barista Trainer

“Gosto de trabalhar aqui porque gosto do que faço.”

PAULO GRIFO
Barista Trainer

“Aqui somos uma grande família.”



2.3 CENTRO DE CIÊNCIA DO CAFÉ

ÁREA 1 DA PLANTA AO GRÃO

ONDE NASCE E COMO CRESCE?
QUAL É A SUA NATUREZA E EM
QUE AMBIENTES GANHA FORMA
E SABORES?

ÁREA 3 HISTÓRIA DO CAFÉ

QUEM TEVE A SORTE DE BEBER O
PRIMEIRO CAFÉ? E PORQUÊ?
ONDE NASCEU? ESSAS RESPOSTAS
TÊM UMA BOA HISTÓRIA.

ÁREA 5 O CONSUMO DO CAFÉ

SABIA QUE O CAFÉ É
CONSUMIDO EM TODO
O MUNDO, E QUE EM
TODO O MUNDO SE
BEBE DE MANEIRA
DIFERENTE?

ÁREA 2 A PALAVRA CAFÉ

QUAL A SUA ORIGEM
E QUE SENTIDOS
E ESTÍMULOS NOS
OFERECE?

ÁREA 4 A TRANSFORMAÇÃO DO CAFÉ

DA TERRA ATÉ À SUA CASA,
RESTAURANTE OU ESCRITÓRIO.
COMO SE PROCESSA,
DA APANHA À SELEÇÃO, DA
TORRA À ARTE DE SABOREAR.

2.2 GRÃO MAIOR – ESCOLA DE BARISTAS

Com o objetivo de inovar em torno do café expresso, a Delta Cafés criou, em 2006, uma equipa de cafetaria profissional num projeto inserido na 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.

Com formações regulares ao longo de cada ano, a Grão Maior – Escola Barista Delta está direcionada para a difusão da cultura do café e fomento das boas práticas associadas à preparação e serviço de café, bem como de outras bebidas à base de café, tendo como principal objetivo obter o “expresso perfeito”.

FORMAÇÃO TOTAL (HORAS)

| | 2012 | 2013 | 2014 |
|------------------------------|------|-------|-------|
| FORMAÇÃO INTERNA | | | |
| FORMANDOS | 181 | 1.226 | 1.374 |
| HORAS DE FORMAÇÃO LECIONADAS | 549 | 1.191 | 1.590 |
| FORMAÇÃO EXTERNA | | | |
| FORMANDOS | 453 | 2.229 | 1.383 |
| HORAS DE FORMAÇÃO LECIONADAS | 228 | 710 | 389 |
| EVENTOS | | | |
| HORAS | 127 | 715 | 807 |

CONHEÇA MAIS EM WWW.FACEBOOK.COM/ESCOLABARISTADELTA

O Centro de Ciência do Café, inaugurado em 2014, é um espaço único, inovador e moderno que tem como objetivo proporcionar, a quem o visita, uma viagem interativa ao mundo do Café.

O Centro de Ciência do Café (CCC) visa, não só, reforçar a oferta cultural, mas também aumentar a oferta turístico-patrimonial da região. Neste espaço com características únicas, os visitantes têm a oportunidade de obter um maior e mais rico conhecimento sobre o café, através de todas as temáticas relacionadas com este produto.

O CCC tem como missão constituir-se como um grande centro nacional e internacional de difusão da cultura científica, tecnológica e social do café, contribuindo para inspirar e motivar os cidadãos para o conhecimento científico, para o empreendedorismo e para as novas formas de aprendizagem.

21.000
VISITANTES
por ano

Neste espaço é possível conhecer todo o processo de produção, desde o cultivo à torra, e tudo o que o envolve até chegar à preparação, ao cheiro de um bom café, através de uma viagem no tempo: dos primeiros mitos que envolvem o café, às naus portuguesas. No final, o visitante fica a perceber porque razão o café é uma das bebidas mais consumidas em todo o mundo e como este influenciou as artes e a literatura.



HELENA NABEIRO
Administradora

“Somos, naturalmente, exigentes no que fazemos, responsáveis pelo que criamos e inquietos por manter as nossas ideias e projetos a funcionar com excelência (...)”

2.3. CENTRO DE CIÊNCIA DO CAFÉ

CONHECIMENTO, UMA CHAVE PARA O FUTURO

Na Delta Cafés estamos, fortemente, empenhados em melhorar as condições de vida das comunidades onde estamos inseridos e com as quais interagimos, apostando no seu desenvolvimento sustentável, partilhando e acrescentando valor.

Uma das nossas principais estratégias assenta na utilização dos recursos do Grupo, visando o crescimento e o progresso, sempre empenhados em cultivar a proximidade com os nossos colaboradores, clientes e consumidores finais.

Falar em Delta Cafés é, também, falar em Campo Maior. Nem sempre é fácil, em particular para as novas gerações, associar a transformação e comércio do café a uma vila alentejana, encostada à fronteira. Com o propósito de clarificar e ajudar a entender as nossas raízes, criámos, em 1994, o Museu do Café, um espaço que durante largos anos ilustrou o nosso percurso como Grupo industrial e deu a conhecer a temática e as origens do café. A vila de Campo Maior ficou mais rica. O Museu do Café garantiu um lugar de destaque na região, no país e, também, no estrangeiro.

Somos, naturalmente, exigentes no que fazemos, responsáveis pelo que criamos e inquietos por manter as nossas ideias e projetos a funcionar com excelência, razão pela qual a requalificação deste espaço concentrou todas as nossas energias e recursos, nascendo, assim, em 2014, o Centro de Ciência do Café. Apostámos num espaço amplo, moderno e luminoso, onde o conhecimento se alia à divulgação técnico-científica de forma interativa, procurando estimular a curiosidade em torno do “Mundo do Café”.

Desta forma, entrámos no mundo do conhecimento, da técnica e, essência do nosso *core business*, o café. Encurtando, assim, o caminho que Campo Maior deve percorrer no sentido de se tornar no centro europeu de referência na transformação e comércio do café.

Um legado de futuro que permitirá às gerações vindouras encontrar terreno para o aprofundamento do estudo e expansão do conhecimento como polos de sucesso numa sociedade moderna e evoluída.

HELENA NABEIRO



RICARDO MEIRA
Técnico

“Gosto de trabalhar aqui porque é uma empresa familiar, motivadora e que nos oferece segurança.”



24H
TEMPO MÁXIMO
Resposta da
Assistência
Técnica



535
Comerciais



243
Técnicos



2.4 EM QUALQUER PARTE DO MUNDO, “UM CLIENTE, UM AMIGO”

“Um cliente, um amigo” continua a ser o modelo de negócio nos dias de hoje, que posiciona a Delta Cafés no mercado global, com os mesmos valores que o seu fundador preconizou.

Desde a sua fundação, a Delta Cafés estabeleceu relações personalizadas e duradouras com os seus clientes. Esta forma peculiar de abordar o mercado, entendida como modelo de gestão de Rosto Humano, faz parte da cultura organizacional da empresa e tornou possível a sua afirmação como líder no mercado nacional.

A proximidade é uma prática de gestão da Delta Cafés, assente num modelo de crescimento e de distribuição, que se materializa através de uma rede de departamentos comerciais/empresas e de uma consistente equipa comercial que estabelece o contacto direto com o cliente.

Este modelo gera mais-valias que permitem aumentar a rentabilidade da relação comercial, consolidando-se numa parceria *win-win* entre a Delta Cafés e o cliente.

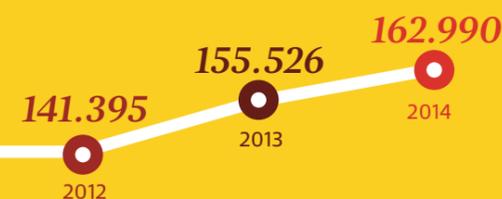
CLIENTES DELTA CAFÉS, SGPS, POR SEGMENTO

| | 2012 | 2013 | 2014 |
|----------------------|--------|--------|--------|
| HORECA | 46.177 | 47.214 | 48.066 |
| DISTRIBUIÇÃO MODERNA | 1.788 | 1.838 | 1.699 |
| GROSSISTAS | 180 | 222 | 265 |
| INSTITUCIONAL | 10.466 | 11.148 | 11.046 |
| TOTAL | 58.611 | 60.422 | 61.076 |

RECURSOS HUMANOS DA TECNIDELTA

| | 2012 | 2013 | 2014 |
|-------------------------|------|------|------|
| N.º DE EMPREGADOS | 268 | 255 | 258 |
| TÉCNICOS ESPECIALIZADOS | 153 | 145 | 145 |
| VENDEDORES | 8 | 7 | 6 |
| EQUIPA DE MONTAGEM | 5 | 5 | 5 |
| DESENHADORES | 5 | 4 | 4 |

TOTAL DE CHAMADAS LINHA VERDE



VOLUME DE NEGÓCIO EM EUROS



PROJETOS EXECUTADOS

| | 2012 | 2013 | 2014 |
|-----------------|------|------|------|
| N.º DE PROJETOS | 217 | 170 | 125 |

ASSISTÊNCIA TÉCNICA/PROJETOS

| | 2012 | 2013 | 2014 |
|---------------------------------|------|------|------|
| ASSISTÊNCIAS TÉCNICAS EFETUADAS | 15 | 15 | 15 |
| EQUIP. REPARADOS NA OFICINA | 7 | 8 | 9 |

ASSISTÊNCIA TÉCNICA NO CANAL PROFISSIONAL

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*, em 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 respetivo 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, Novadelta Luxemburgo, Angonabeiro e Delta Foods Brasil, em França, Luxemburgo, Angola e Brasil.

CONHEÇA MAIS EM WWW.TECNIDELTA.PT



LINHA DE ATENDIMENTO AO CLIENTE

Com o objetivo de reforçar a relação com os seus clientes, o Grupo tem defendido a criação de centros de atendimento, onde desenvolve uma relação personalizada com os seus stakeholders.

O centro de atendimento “A Voz do Cliente”, sediado em Campo Maior, faz convergir, num mesmo local, todas as chamadas das inúmeras empresas que constituem hoje o Grupo Nabeiro. Através deste canal de comunicação e de apoio, todos os clientes têm, assim, a possibilidade de estarem mais perto das empresas e de apresentarem as suas sugestões e esclarecerem as suas dúvidas. Uma linha aberta para todo o mundo Delta.

Convergência de serviços e padronização de procedimentos, aos quais se juntam novos serviços uniformizados de informações ao nível de qualidade e outros para se conseguir uma centralização dos contactos comerciais por parte de novos e potenciais clientes. Atualmente, “A Voz do Cliente” assegura o atendimento de todas as empresas sediadas em Campo Maior e departamentos comerciais do país.

O Contact Center Delta Q foi criado com o objetivo de prestar um serviço de excelência a todos os consumidores Delta Q, o Repair e Contact Center da Abrunheira é a unidade que faz a ponte entre a marca e o mercado. Dividido em três unidades operacionais, este espaço é a prova viva da qualidade do conceito estendido também ao seu serviço.

Com um *repair center* de âmbito ibérico e um *contact center* universal, que tem como visão atuar à dimensão internacional, o Serviço de Apoio Delta Q é a unidade que presta atendimento a todos os serviços da marca no pós-venda. Todos os clientes Delta Q podem utilizar, de forma gratuita, a linha de atendimento, encontrando-se a equipa do *contact center* ao dispor para responder a todo o tipo de questões, prestando esclarecimentos em linha ou via e-mail. Com foco no cliente, é na exigência e profissionalismo de cada intervenção que o serviço de atendimento Delta Q se diferencia no mercado.

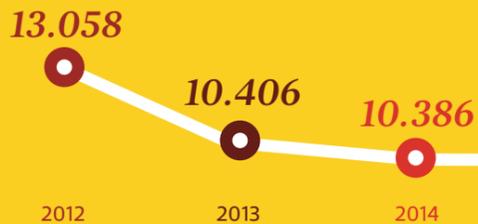
Contact Center Delta Q



RECEBIDOS



ENVIADOS



CHAMADAS INBOUND

| | 2012 | 2013 | 2014 |
|---------------------|--------|--------|--------|
| ATENDIDAS | 47.786 | 43.681 | 35.406 |
| ABANDONADAS | 2.929 | 710 | 699 |
| EFICÁCIA | 94% | 98% | 98% |
| PEDIDOS DE CONTACTO | 2.240 | 719 | 594 |



40.000
CHAMADAS ATENDIDAS
média por ano



24H
TEMPO MÉDIO
Resposta obrigatória ao pedido por e-mail



48H
TEMPO MÉDIO
Reparação de equipamento



45
TÉCNICOS
DE CALL CENTER



Call Center Grupo Nabeiro

ASSISTÊNCIA TÉCNICA/PROJETOS

| | 2013 | 2014 |
|-------------|---------|---------|
| ATENDIDAS | 345.305 | 274.498 |
| ABANDONADAS | 39.956 | 21.310 |
| ENTRADAS | 384.509 | 295.808 |



16
OPERADORES
+1
SUPERVISORA
+1
COORDENADORA



RITA NABEIRO
Administradora

“Há mais de 50 anos, também a Delta Cafés teve de conquistar a confiança do mercado. Fê-lo com base neste princípio: criando amigos, que recomendavam a marca, e, desta forma, foi fidelizando cada vez mais clientes (...)”

2.4. EM QUALQUER PARTE DO MUNDO, “UM CLIENTE, UM AMIGO”

NOVOS CONTEXTOS, NOVOS MERCADOS, A MESMA FORMA DE CONDUZIR O NEGÓCIO

O aparecimento de novos meios acelerou a velocidade e a qualidade da comunicação, ao mesmo tempo que encurtou distâncias entre pessoas, países e culturas. Nos últimos anos, assistimos ao aparecimento de diversas tecnologias e plataformas, que vieram alterar, significativamente, a forma como nos relacionamos com o mundo e com os outros.

As redes sociais são um bom exemplo, conseguindo amplificar a comunicação como um rastilho. Foi através deste meio que algumas das mais recentes revoluções políticas tiveram início, é através dele que nos chegam muitas notícias e que se promovem novos produtos ou negócios. Com baixo custo e um alcance elevado, são uma excelente plataforma para grandes ou pequenas empresas.

O seu princípio baseia-se na partilha e na publicidade boca-a-boca. A sua eficácia reside em dois eixos principais – confiança e prescrição. Tratam-se de conceitos conhecidos onde se muda a forma mas não a fórmula. Há mais de 50 anos, também a Delta Cafés teve de conquistar a confiança do mercado. Fê-lo através da fidelização de cada vez mais clientes e da criação de valor dentro de toda a cadeia do negócio, tornando-se conhecida por ser “Uma Marca de Rosto Humano”. A proximidade ao cliente é um eixo fundamental da nossa atuação e é por esse motivo que a máxima “Um Cliente, Um Amigo” continua a ser um dos valores mais sólidos do Grupo nos diferentes negócios e mercados em que está presente.

A nossa ambição é de que a marca Delta Cafés seja cada vez mais global e, para tal, é imperativo ter uma visão clara de futuro, aliada a uma ambição saudável. A tecnologia pode evoluir, mas os valores pelos quais nos regemos são as fundações deste grande edifício. Como tal, iremos continuar o trabalho de relação com as comunidades envolventes, pensando de forma global e agindo localmente. Tal é possível através da criação de parcerias sustentáveis e da partilha de conhecimento sobre os nossos produtos e boas práticas de negócio.

Porque o futuro é hoje, é importante adotar uma estratégia de evolução incremental, com uma aposta forte na inovação e com investimento contínuo em novos métodos de produção. Tão ou mais importante é a valorização contínua das pessoas, o bem mais precioso da nossa organização.

Rita Nabeiro,

LIA FITAS
Técnica de Laboratório
Desenvolvimento e Melhoria

“Gosto de trabalhar aqui porque é uma empresa que une tradição e modernidade, sinto que aqui posso evoluir aliando o conhecimento científico ao adquirido pela experiência de anos.”



CONTROLO DE QUALIDADE

RECEÇÃO DO CAFÉ

- Verificação do estado do contentor.
- Empilhamento e armazenamento em lotes.
- Verificação da existência de manchas de humidade nos sacos.

PRIMEIRA ANÁLISE

- Recolha de amostras a 60% dos sacos.
- Análise sensorial (cor, cheiro, aspeto visual) dos grãos de café verde.
- Paletização e armazenamento por lote/contentor.

ANÁLISE LABORATORIAL

- Torra do café.
- Determinação da perda de massa por secagem (humidade).
- Determinação do teor de extração aquoso.
- Determinação do teor das cinzas.
- Determinação do cloreto nas cinzas.
- Determinação do teor de cafeína.
- Análise sensorial (prova de café).

ENSAIOS LABORATORIAIS

- Identificação da origem e da preparação do café verde.
- Determinação do crivo do café verde.
- Determinação dos defeitos do café verde.
- Determinação da perda de massa por secagem do café verde (humidade).
- Análise sensorial (cor, cheiro, aspeto visual) do café verde.

AMOSTRAS ANALISADAS

| | 2012 | 2013 | 2014 |
|---------------------|--------|--------|--------|
| MATÉRIA-PRIMA | 1.474 | 1.507 | 1.479 |
| PRODUTO ACABADO | 599 | 576 | 698 |
| ANÁLISES REALIZADAS | 25.217 | 24.448 | 24.714 |



M.ª JOSÉ ALVES

Responsável de Controlo de Processo e Laboratório de Processo

“O Grupo Nabeiro (Novadelta) é uma empresa em crescimento, que tem excelentes práticas organizacionais, reconhece e valoriza os seus colaboradores e encoraja o desenvolvimento em equipa.”

2.5 PRODUTOS E SERVIÇOS SUSTENTÁVEIS

A matéria-prima adquirida pela Delta Cafés é proveniente de diversos países produtores de café privilegiando aqueles que implementam práticas mais sustentáveis.

A garantia da qualidade da matéria-prima é fundamental para assegurar a continuidade dos padrões definidos em cada lote comercial. O modelo de compras da Delta Cafés assenta numa relação de profunda confiança nos parceiros e no conhecimento específico das características e qualidades utilizadas pela empresa. Este conhecimento mútuo gera valor para a cadeia de fornecimento, pois garante que as especificidades de qualidade da Delta Cafés são cumpridas.

Após a receção da matéria-prima, na análise sensorial são detetados os defeitos de origem e é verificado se o café está conforme a amostra padrão aprovada anteriormente. Caso ocorra alguma inconformidade, o contentor será rejeitado para evitar problemas de qualidade no produto final.

A análise sensorial ou degustação do café é um dos processos mais importantes na determinação da qualidade do produto. A análise é realizada por um painel de provadores, baseada nos sentidos do olfacto e gosto.

80 A 85% DOS FORNECEDORES GERIDOS PELA CENTRAL DE COMPRAS afirmam cumprir os Princípios Orientadores de Negócio

Entre os atributos mais importantes que determinam a qualidade pode referir-se o *flavour*, atributo de difícil apreciação e que advém da conjugação do aroma (compostos voláteis) e do sabor, o corpo e a cor.

POLÍTICA DE QUALIDADE

A Gestão da Qualidade Total na organização está focalizada nas relações interpessoais com as partes interessadas, como estratégia de fidelização. O objetivo é contribuir, de forma continuada, para a construção de parcerias *win-win* com as partes interessadas através de processos, produtos e serviços geradores de valor acrescentado. Este objetivo é alcançado através da comparação e melhoria dos resultados atingidos e do redesenho dos processos, orientando a organização para a inovação e para o diálogo, de forma a agir proativamente em relação às partes interessadas.

A transformação do café contempla quatro etapas fundamentais, nas quais todos os parâmetros de controlo de qualidade e segurança alimentar são monitorizados e controlados, de forma a garantir a elevada qualidade do produto que a Delta Cafés fornece aos seus clientes.



CRISTINA LOURENÇO
Coordenadora do Laboratório e Controlo da Qualidade

“Gosto de trabalhar aqui porque me identifico com os valores da empresa. Faço o que gosto e gosto ainda mais do que faço.”

RASTREABILIDADE DE PRODUTO

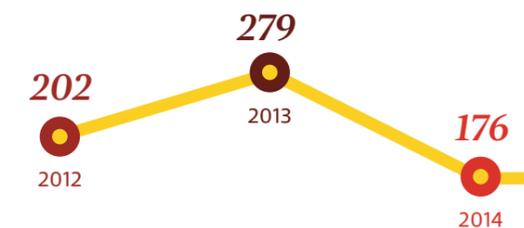
A Delta Cafés pretende garantir a segurança alimentar em toda a cadeia de fornecimento para os produtos e serviços comercializados. Para o efeito, existe uma equipa multidisciplinar de Segurança Alimentar transversal a todas as áreas/sectores da empresa.

A empresa empenha-se na resolução eficaz e eficiente das reclamações de todos os clientes, tendo para o efeito uma linha de apoio ao cliente e procedimentos definidos que suportam todo o processo de tratamento de reclamações. As sugestões também são consideradas como *input* para a melhoria contínua dos sistemas de gestão implementados.

AUDITORIAS

| | 2012 | 2013 | 2014 |
|-------------------------------|------|------|------|
| AUDITORIAS INTERNAS | 15 | 15 | 15 |
| AUDITORIAS EXTERNAS | 7 | 12 | 11 |
| AUDITORIAS A PRODUTO EXTERNAS | 2 | 2 | 2 |

RECLAMAÇÕES DE CLIENTE



COMUNICAÇÃO RESPONSÁVEL

A política de comunicação assenta na transparência, não discriminação e qualidade de informação, promovendo a emergência do “Consumo Responsável”.

A Delta Cafés defende que o consumidor é o motor impulsionador de uma mudança de comportamentos, facultando informação aos seus consumidores sobre a melhor forma de consumir e conservar os produtos, assim como informação nutricional sobre os mesmos.

VANTAGENS E BENEFÍCIOS PARA A SAÚDE

O Programa “Café e Saúde” em Portugal faz parte de um sistema já implementado em vários países europeus e que apresenta como principais objetivos a compilação e promoção de informação científica sobre os benefícios do café junto dos profissionais de saúde.

O café é hoje reconhecido como uma bebida que traz benefícios para a saúde, aumentando a capacidade de vigilância, concentração e desempenho dos seus consumidores.

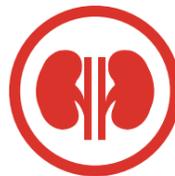
VANTAGENS E BENEFÍCIOS DO CAFÉ NA SAÚDE



PELE

O óleo do grão do café verde é rico em antioxidantes, substâncias que auxiliam na proteção da pele contra a ação dos radicais livres responsáveis pelo envelhecimento. Tem aplicação na área da indústria cosmética.

MEDIKKA ED. CIENFIFICA, PROF. DARCY LIMA



SISTEMA ENDÓCRINO

A ingestão crónica de café reduz o risco da Diabetes Tipo 2. A ingestão crónica de café beneficia o nível de insulina no sangue.

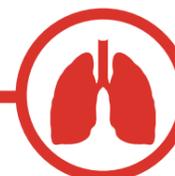
JOURNAL OF THE AMERICAN DIETIC ASSOCIATION – 2008



CORAÇÃO

Está provado que a ingestão moderada de café não influencia a pressão arterial. Não foi encontrada qualquer relação de causa e efeito entre uma “bica” e a pressão arterial. Está provado que a cafeína não tem correlação com as arritmias cardíacas. O café aumenta a força da contração cardíaca, o que até pode ser positivo.

REVISTA CIRCULATION DA AMERICAN HEART ASSOCIATION – 2013



SISTEMA RESPIRATÓRIO

Estudos epidemiológicos referem que os pacientes asmáticos que tomam café apresentam menor incidência de crises, pois a cafeína possui um efeito broncodilatador.

NYU SCHOOL OF MEDICINE



SISTEMA MUSCULOESQUELÉTICO

A cafeína estimula a contração muscular e poupa glicogénio. Permite que os ácidos gordos se queimem melhor, produzindo mais energia. Desenvolve a resistência e a força, permitindo treinos com maior intensidade e durante mais tempo, potenciando as aptidões naturais dos atletas.

“CAFÉ E SAÚDE HUMANA”, PROF. DARCY LIMA
INSTITUTO DE NEUROLOGIA DA UFRJ



SISTEMA NERVOSO CENTRAL

Em doses moderadas, o café não provoca quaisquer transtornos em pessoas que gozem de boa saúde física e mental.

A ingestão crónica de café pode reduzir o risco de demência.

O consumo regular de cafeína pode atenuar o declínio cognitivo na doença de Alzheimer.

A ingestão crónica de cafeína tem um efeito protetor nas pessoas com sintomas da doença de Parkinson. A cafeína potencia o estado de alerta, a atenção prolongada e a memória.

JOURNAL OF ALZHEIMER'S DISEASE – 2012

E NEUROLOGY – 2008



SISTEMA DIGESTIVO E NUTRIÇÃO

O café é um alimento funcional relevante, pois produz um impacto positivo na saúde. O café tem um valor nutritivo importante. O café contém substâncias antioxidantes, que eliminam os radicais livres, promovendo a renovação celular. O café é uma bebida termogénica, isto é, aumenta o metabolismo basal. Estudos epidemiológicos recentes, evidenciam os efeitos do café sobre patologias do foro intestinal.

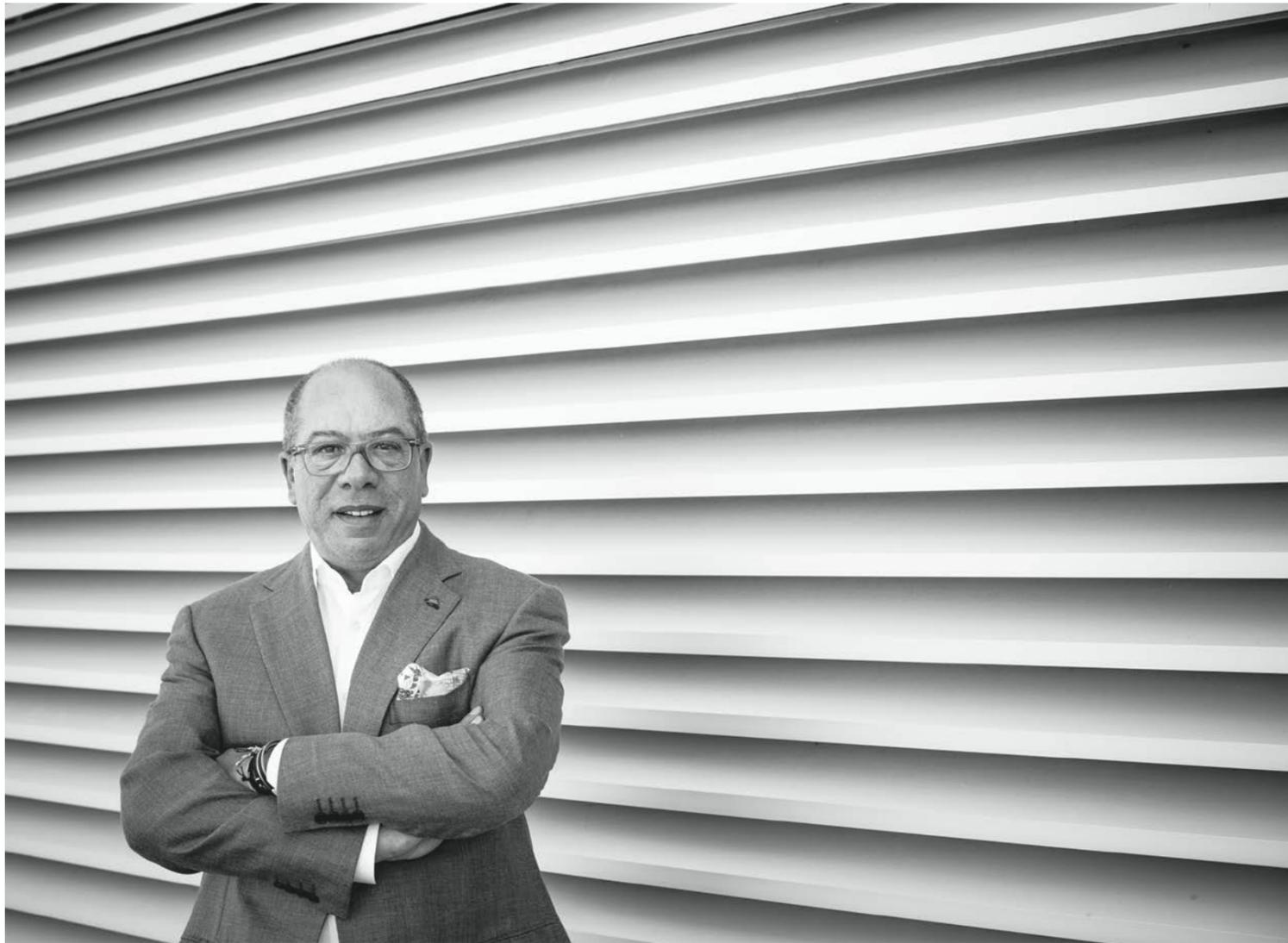
ESTUDOS DA HARVARD SCHOOL OF PUBLIC HEALTH, EUA, 2012



JOSÉ JANEKO
Operador de Torrador

*“Gosto de trabalhar
aqui porque gosto do
que faço há 34 anos.”*

3/ ROSTOS DELTA



JOÃO NABEIRO
Administrador

“Num mundo cada vez mais global, fortemente concorrencial e agressivo do ponto de vista empresarial, as pessoas assumem um papel fulcral para o sucesso e competitividade das empresas.”

3. ROSTOS DELTA

ACREDITAMOS NO TALENTO

Acreditamos no talento. Valorizamos o conhecimento e as ideias. Esta é, genuinamente, a visão do Grupo Nabeiro: promover e acompanhar os seus talentos.

Ancorar o projeto empresarial e as suas múltiplas facetas na vida e nos hábitos dos nossos colaboradores foi, e continua a ser, determinante para o sucesso da Organização. Crescer amparado nestas guias orientadoras transforma os desafios do dia-a-dia em metas apetecidas.

Desde a nossa fundação regemo-nos por valores e princípios nobres e claros. Ainda assim, é importante que todos, individualmente, assumam o seu mundo de valores, que capitalizem as suas potencialidades e características, constituindo-se como uma “fonte de vida” e rejuvenescimento constante para o nosso Grupo.

Parecendo um lugar-comum, nunca é demais lembrar o papel do capital humano. Num mundo cada vez mais global, fortemente concorrencial e agressivo do ponto de vista empresarial, as pessoas assumem um papel fulcral para o sucesso e competitividade das empresas. São a matéria-prima com que se inova e impulsiona toda a estrutura produtiva, desde a sua raiz até ao ato final em que colhemos do cliente a sua confiança e o seu crédito.

Só com equipas fortemente motivadas e perante a volatilidade das tendências e hábitos de consumo se consegue manter o nível de expectativas e objetivos num patamar superior.

A nossa marca tem sido orientada por um espírito pioneiro e empreendedor, é nisso que investimos, acompanhando as incessantes alterações dos mercados, modernizando e equipando as nossas empresas, disponibilizando aos nossos colaboradores os instrumentos necessários a um desempenho profissional e técnico de elevada performance.

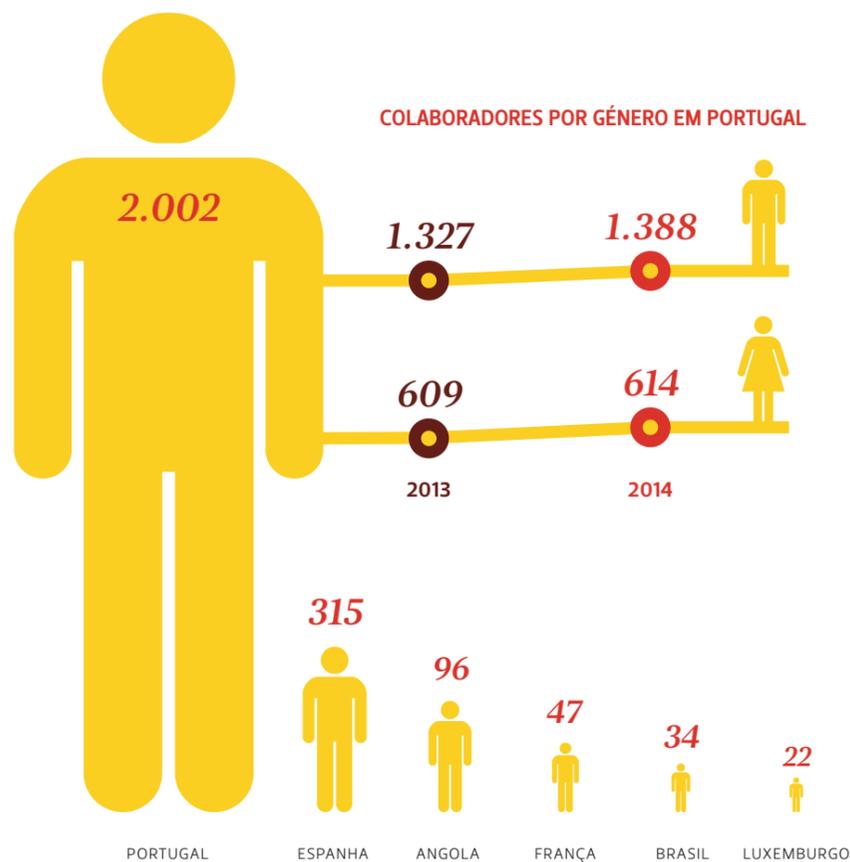
Cremos que qualidade, inovação e proximidade, asseguradas por pessoas convictas da sua missão e preparadas, fazem toda a diferença.

João Nabeiro

3. ROSTOS DELTA

A chave do sucesso do Grupo Nabeiro-Delta Cafés são as pessoas e o seu envolvimento com a marca, que resulta da relação de proximidade que pratica e que se espelha, inclusivamente, no contacto direto com a Administração e no seu conhecimento de cada colaborador, das suas necessidades e motivações.

COLABORADORES POR PAÍS, 2014



COLABORADORES DA DELTA CAFÉS, SGPS, 2014

| | |
|--------------|----------------------|
| 1.035 | MRAN |
| 396 | NOVADELTA |
| 258 | TECNIDELTA |
| 268 | NOVADELTA ESPANHA |
| 140 | TOLDICONFEX |
| 113 | CAMELO |
| 96 | ANGONABEIRO |
| 47 | NOVADELTA FRANÇA |
| 47 | SIEC |
| 37 | DELTA MADEIRA |
| 27 | Q BRASIL |
| 22 | NOVADELTA LUXEMBURGO |
| 21 | JOÃO DOS SANTOS |
| 7 | DELTA FOODS BRASIL |
| 2 | NABEIROREST |

3. ROSTOS DELTA

A empresa reconhece a importância de uma boa gestão do seu Capital Humano e de um relacionamento transparente com os colaboradores, assente em relações mútuas de verdade, confiança, lealdade e empenho.

O Modelo de Gestão “Rosto Humano” garante o respeito integral pelos direitos dos colaboradores e reconhece os seus reais contributos na busca constante de uma melhoria contínua. Deste modo, é garantida uma correta monitorização do seu desempenho e, também, a identificação das suas reais necessidades de desenvolvimento, incluindo as novas competências que assegurarão a competitividade da empresa. Empenhada no desenvolvimento profissional e humano dos seus colaboradores, a empresa encoraja e promove a aquisição de novos conhecimentos e de novas competências, assim como estimula novos interesses e ativa o desenvolvimento do potencial dos seus colaboradores, procurando sempre assegurar um bom equilíbrio entre empresa e família, facto, aliás, reconhecido recentemente com a atribuição do PRÉMIO HUMAN RESOURCES PORTUGAL 2014 na categoria “Equilíbrio Empresa/Família”.

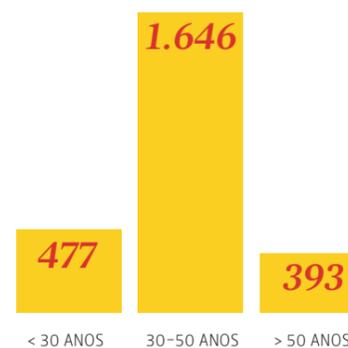
Focalizada nas concretizações e desempenho profissionais, através de uma coerente e integrada gestão de pessoas, a Delta Cafés

integra na sua estratégia determinados processos que lhe permitem alimentar e consolidar uma cultura organizacional única, tais como, e entre outros, os Programas de Acolhimento e Integração, a Gestão por Objetivos, a implementação de Projetos de Formação e Desenvolvimento específicos e o Design e Desenvolvimento de Funções.

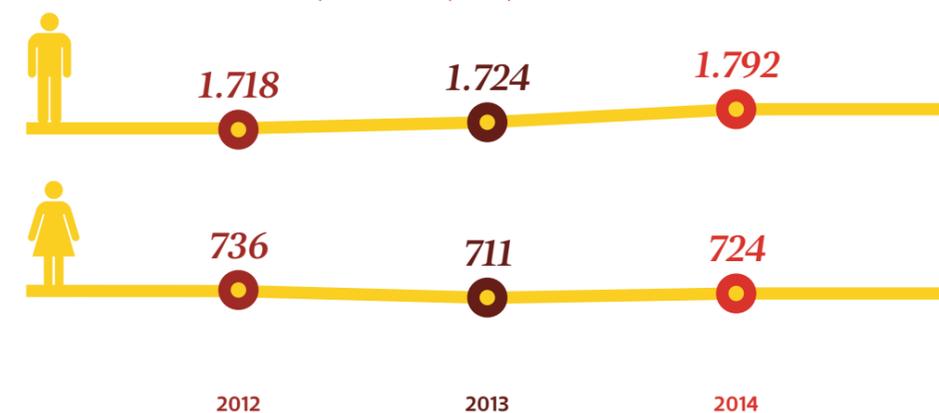
Em 2014, a Delta Cafés, SGPS totalizou 2.516 colaboradores, registando um aumento de 3% em relação ao ano anterior, que se traduziu na criação de 81 postos de trabalho. Relativamente à sua distribuição geográfica, 80% dos colaboradores estão sediados em Portugal, 13% em Espanha, 4% em Angola, 2% em França, 1% no Luxemburgo e 1% no Brasil. As novas contratações estão relacionadas com a estratégia de crescimento e foram verificadas com maior incidência nas empresas sediadas em Portugal, Espanha e França. Em 2014, ocorreram 276 novas contratações, com maior incidência em Portugal, Espanha e França, com uma taxa de rotatividade que ronda os 11%.

2.516
COLABORADORES
Delta Cafés, SGPS

TOTAL DE COLABORADORES POR FAIXA ETÁRIA, 2014

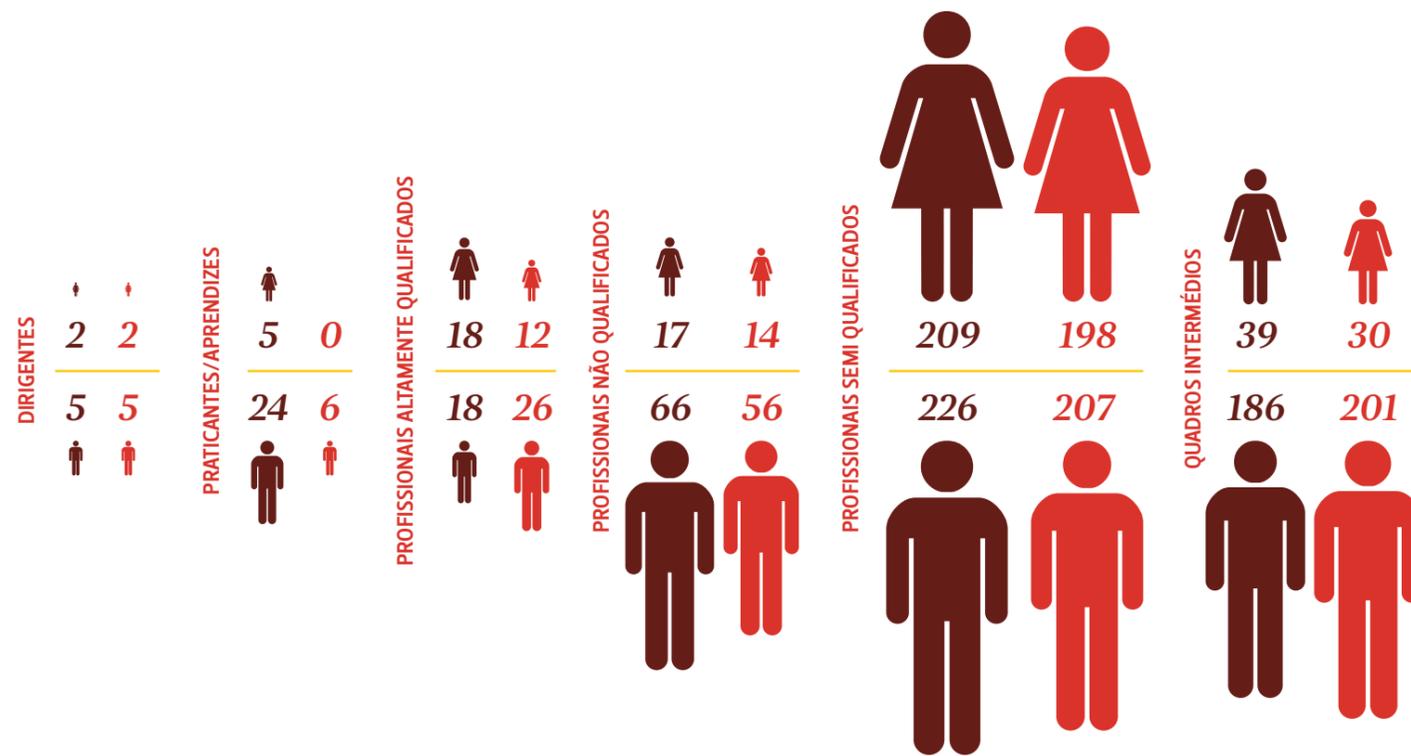


COLABORADORES POR GÉNERO, DELTA CAFÉS, SGPS, 2014



COMPOSIÇÃO DOS ÓRGÃOS SOCIAIS POR CATEGORIA PROFISSIONAL E GÊNERO
DELTA CAFÉS, SGPS

● 2013 ● 2014



TOTAL DOS NÍVEIS PROFISSIONAIS, 2014



A empresa está comprometida em assegurar um processo anual de Planeamento, Monitorização e Avaliação do Desempenho, que assenta numa definição clara de Objetivos (específicos, realistas e quantificáveis), na identificação/revisão das principais Responsabilidades e Competências inerentes a cada função, numa monitorização contínua do desempenho ao longo do ano e numa avaliação geral do desempenho alcançado durante o ano, em função de critérios objetivos como, por exemplo e entre outros, Segurança, Qualidade de Trabalho, Absentismo e Cooperação/Atitude.

A empresa preocupa-se em defender e promover a melhoria da qualidade de vida dos seus colaboradores e respetivas famílias, oferecendo-lhes um ambiente de trabalho digno, seguro e organizado, patrocinando o desenvolvimento das suas habilidades e competências profissionais e sociais e estimulando o seu interesse pessoal e a participação em causas e projetos humanitários e sociais.

VARIAÇÃO DA PROPORÇÃO DO SALÁRIO MAIS BAIXO, POR GÉNERO, COMPARADO AO SALÁRIO MÍNIMO LOCAL

| | 2013 | 2014 |
|-------------------------------|--------|--------|
| PORTUGAL | | |
| SALÁRIO MÍNIMO DELTA (€) | 485 | 485 |
| SALÁRIO MÍNIMO NACIONAL (€) | 485 | 485 |
| RÁCIO | 1,00 | 1,00 |
| ANGOLA | | |
| SALÁRIO MÍNIMO DELTA (KZ) | 25.000 | 35.000 |
| SALÁRIO MÍNIMO NACIONAL (KZ) | 15.003 | 15.003 |
| RÁCIO | 1,67 | 2,33 |
| ESPAÑA | | |
| SALÁRIO MÍNIMO DELTA (€) | 857 | 857 |
| SALÁRIO MÍNIMO NACIONAL (€) | 753 | 753 |
| RÁCIO | 1,14 | 1,14 |
| FRANÇA | | |
| SALÁRIO MÍNIMO DELTA (€) | 1.450 | 1.500 |
| SALÁRIO MÍNIMO NACIONAL (€) | 1.430 | 1.445 |
| RÁCIO | 1,01 | 1,04 |
| LUXEMBURGO | | |
| SALÁRIO MÍNIMO DELTA (€) | 1.450 | 1.921 |
| SALÁRIO MÍNIMO NACIONAL (€) | 1.430 | 1.921 |
| RÁCIO | 1,01 | 1,00 |
| BRASIL | | |
| SALÁRIO MÍNIMO DELTA (R\$) | 678 | 724 |
| SALÁRIO MÍNIMO NACIONAL (R\$) | 693 | 693 |
| RÁCIO | 0,98 | 1,04 |



M.ª LUÍS ENCARNAÇÃO
Operadora

“Gosto de trabalhar aqui porque alargo os meus horizontes.”

COMPOSIÇÃO DOS ÓRGÃOS SOCIAIS DELTA CAFÉS, SGPS, POR REGIÃO

| | PORTUGAL | | ANGOLA | | ESPAÑA | | FRANÇA | | LUXEMBURGO | | BRASIL | |
|--------------------------------------|----------|-------|--------|------|--------|------|--------|------|------------|------|--------|------|
| | 2013 | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 | 2014 |
| DIRIGENTES | 7 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| PRATICANTES/ APRENDIZES | 27 | 6 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| PROFISSIONAIS ALTAMENTE QUALIFICADOS | 25 | 26 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11 | 12 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| PROFISSIONAIS NÃO QUALIFICADOS | 42 | 31 | 41 | 39 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| PROFISSIONAIS QUALIFICADOS | 1.163 | 1.284 | 47 | 55 | 204 | 208 | 30 | 28 | 18 | 20 | 12 | 10 |
| PROFISSIONAIS SEMIQUALIFICADOS | 0 | 372 | 406 | 2 | 12 | 12 | 0 | 0 | 2 | 2 | 15 | 17 |
| QUADROS INTERMÉDIOS | 194 | 198 | 0 | 0 | 29 | 29 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 | 3 |
| QUADROS MÉDIOS | 42 | 50 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| QUADROS SUPERIORES | 30 | 28 | 0 | 0 | 65 | 66 | 5 | 6 | 0 | 0 | 4 | 4 |

/POR FAIXA ETÁRIA

| | <30 ANOS | | 30-50 ANOS | | >50 ANOS | |
|-----|----------|-------|------------|------|----------|------|
| | 2013 | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 | 2014 |
| 1 | 0 | 1 | 2 | 5 | 5 | |
| 20 | 5 | 9 | 0 | 0 | 1 | |
| 12 | 6 | 23 | 22 | 1 | 10 | |
| 49 | 41 | 24 | 15 | 10 | 14 | |
| 246 | 281 | 1.062 | 1.123 | 166 | 201 | |
| 123 | 120 | 226 | 202 | 86 | 83 | |
| 24 | 13 | 162 | 168 | 39 | 50 | |
| 1 | 3 | 34 | 38 | 7 | 9 | |
| 7 | 8 | 75 | 76 | 22 | 20 | |

TOTAL E TAXAS DE NOVAS CONTRATAÇÕES E ROTATIVIDADE DE COLABORADORES EM PORTUGAL, POR FAIXA ETÁRIA E GÉNERO

| | 2013 | | 2014 | |
|---------------|------------|-----------|------------|-----------|
| | ENTRADAS | TAXAS | ENTRADAS | TAXAS |
| MASCULINO | 75 | 6% | 139 | 10% |
| FEMININO | 28 | 5% | 43 | 7% |
| <30 ANOS | 42 | 12% | 94 | 27% |
| 30-50 ANOS | 60 | 5% | 82 | 6% |
| >50 ANOS | 1 | 0,4% | 6 | 1,8% |
| SAÍDAS | 141 | 7% | 105 | 5% |
| MASCULINO | 91 | 7% | 76 | 5% |
| FEMININO | 50 | 8% | 29 | 5% |
| <30 ANOS | 31 | 9% | 38 | 11% |
| 30-50 ANOS | 80 | 6% | 59 | 4% |
| >50 ANOS | 30 | 10,5% | 8 | 2,5% |

NOTA: PARA OS DADOS DE ANGOLA, ESPAÑA, FRANÇA, LUXEMBURGO E BRASIL NÃO FOI POSSÍVEL A OBTENÇÃO DE EVIDÊNCIAS PARA VERIFICAÇÃO.



MARIA ISABEL MIRANDA
Empacotadeira

“Gosto de trabalhar aqui porque faz parte da minha vida.”

3.1 POLÍTICA DE FORMAÇÃO

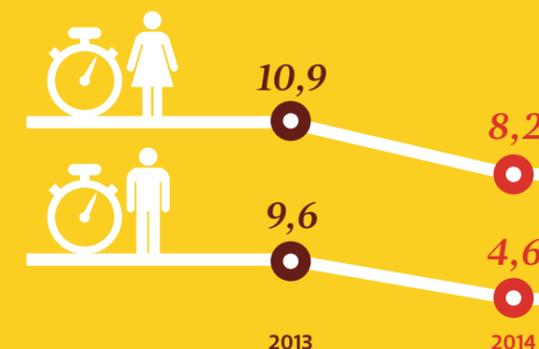
HORAS DE FORMAÇÃO POR EMPRESA

| | 2013 | 2014 |
|-----------------|--------|--------|
| CAMELO | 360 | 116 |
| DELTA MADEIRA | 205 | 70 |
| MRAN | 4.472 | 2.735 |
| NABEIROREST | 28 | 0 |
| JOÃO DOS SANTOS | 0 | 8 |
| NOVADELTA | 12.486 | 7.577 |
| TECNIDELTA | 1.542 | 803 |
| TOLDICONFEX | 286 | 129 |
| TOTAL | 19.379 | 11.438 |

/POR COLABORADOR

| | 2013 | 2014 |
|-----------------|------|------|
| CAMELO | 3,2 | 1,0 |
| DELTA MADEIRA | 5,9 | 1,9 |
| MRAN | 4,5 | 2,6 |
| NABEIROREST | 7,0 | 0,0 |
| JOÃO DOS SANTOS | 0,0 | 0,4 |
| NOVADELTA | 31,9 | 19,1 |
| TECNIDELTA | 6,1 | 3,1 |
| TOLDICONFEX | 2,2 | 0,9 |
| TOTAL | 56,0 | 33,3 |

/POR COLABORADOR
(HORAS/COLABORADOR)



COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO, 2012-2014



COLABORADORES
POR TIPO DE CONTRATO E GÉNERO

| | 2013 | 2014 |
|---------------|-------|-------|
| MASCULINO | 1.724 | 1.792 |
| TERMO CERTO | 161 | 195 |
| TERMO INCERTO | 7 | 11 |
| SEM TERMO | 1.556 | 1.586 |
| FEMININO | 711 | 724 |
| TERMO CERTO | 66 | 59 |
| TERMO INCERTO | 6 | 12 |
| SEM TERMO | 639 | 653 |

Todos os colaboradores Delta trabalham a full-time.

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

O Centro de Formação Comendador Rui Nabeiro, através do desenvolvimento de todos os seus projetos formativos e de um largo volume de horas de formação já ministradas, 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.

São parceiros de formação do Grupo Nabeiro-Delta Cafés:

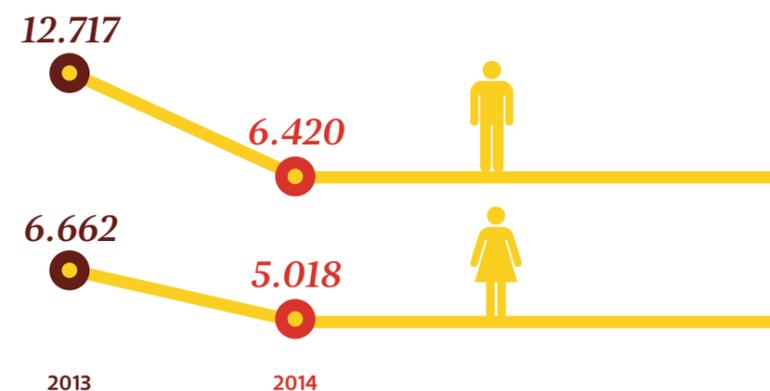
- Instituto do Emprego e Formação Profissional
- Universidade da Beira Interior
- Universidade de Évora
- Instituto Politécnico de Portalegre
- Instituto de Biologia Experimental Tecnológica



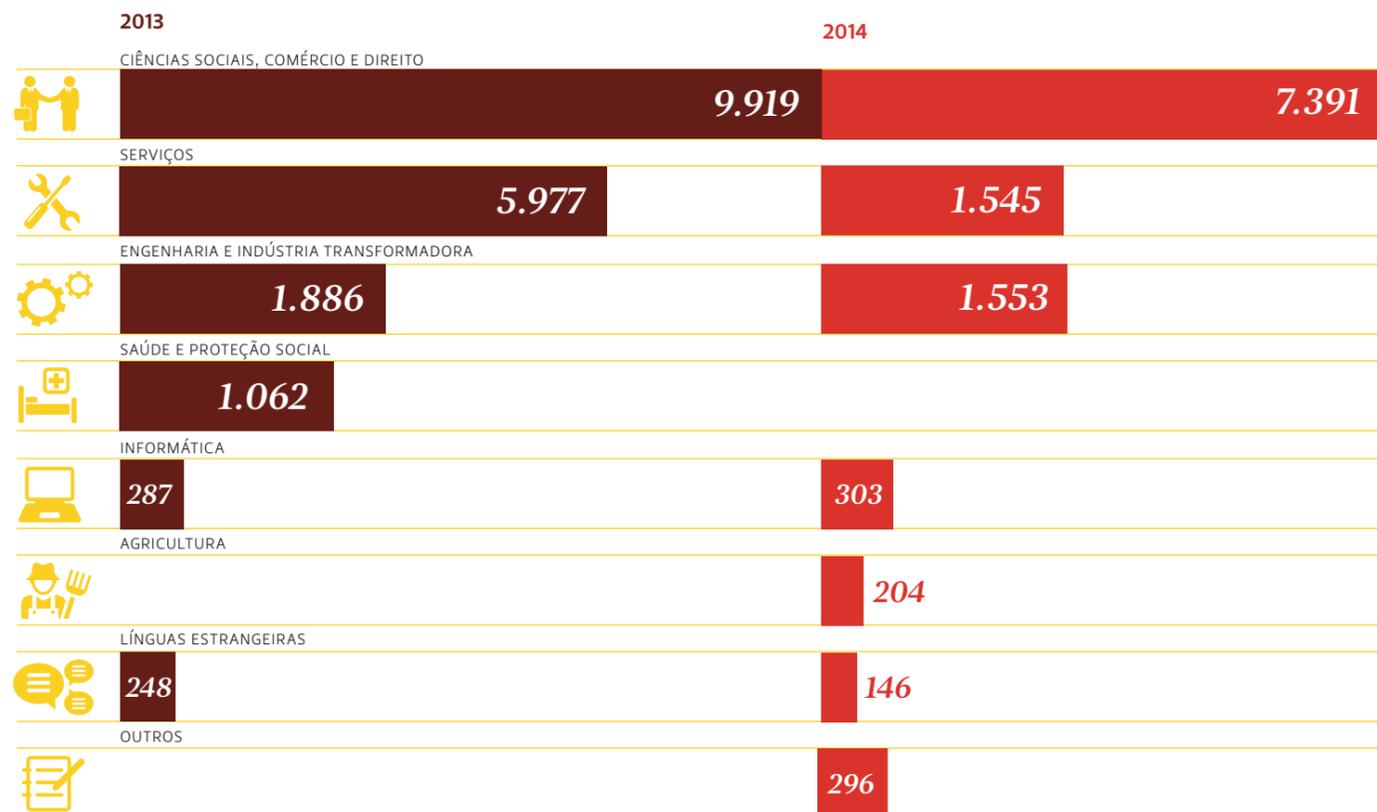
HORAS DE FORMAÇÃO POR CATEGORIA

| | 2013 | 2014 |
|--------------------------------------|--------|-------|
| DIRIGENTES | 0 | 6 |
| PRATICANTES/APRENDIZES | 57 | 8 |
| PROFISSIONAIS ALTAMENTE QUALIFICADOS | 486 | 87 |
| PROFISSIONAIS NÃO QUALIFICADOS | 219 | 2.592 |
| PROFISSIONAIS QUALIFICADOS | 13.944 | 6.540 |
| PROFISSIONAIS SEMIQUALIFICADOS | 2.322 | 895 |
| QUADROS INTERMÉDIOS | 1.800 | 734 |
| QUADROS MÉDIOS | 333 | 489 |
| QUADROS SUPERIORES | 218 | 87 |

HORAS DE FORMAÇÃO POR GÉNERO



HORAS DE FORMAÇÃO POR ÁREA



LILIANA CHÍCHARO
Auxiliar de Produção

“Gosto de trabalhar aqui porque é uma empresa de grande prestígio.”

3.2 POLÍTICA DE SAÚDE, SEGURANÇA E HIGIENE

Prevenir acidentes, lesões e doenças profissionais e proteger os nossos colaboradores e parceiros são os objetivos primordiais da Política de Saúde e Segurança da Delta Cafés.

A promoção de um ambiente seguro e saudável, a par da sensibilização e formação sobre saúde e segurança junto dos parceiros, são outras prioridades. Um sistema integrado de gestão garante a aplicação dos princípios contidos na Política de Higiene, Saúde e Segurança aplicada a todos os colaboradores. Este contribui para a prevenção de riscos profissionais, para o aumento da competitividade e a diminuição da sinistralidade. Ao abrigo de protocolos celebrados com o Grupo, realizámos também alguns rastreios à comunidade, nomeadamente de audição a todas

as crianças de Campo Maior com 6 anos e de higiene oral.

Desde o início da atividade 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 disponibiliza aos 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.



JOSÉ LUÍS SÁ-RATO
Operador de montacargas

“Gosto de pertencer à equipa da Delta Cafés.”



MARIA JOSÉ GUERRINHA
Operadora

“Tenho uma vida a trabalhar com paixão pela empresa.”

MARIA FÁTIMA SARAGOÇA
Operadora

“Gosto das funções que desempenho e sinto-me bem a trabalhar.”

TOTAL DE ACIDENTES DE TRABALHO, POR GÉNERO



88
ACIDENTES DE TRABALHO em 2014

Estão em vigor protocolos com outras entidades que permitem 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.

90
ACIDENTES DE TRABALHO em 2013

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

SAÚDE E SEGURANÇA – PORTUGAL

| | 2013 | 2014 |
|-----------------------------|-------|-------|
| ACIDENTES COM BAIXA | 66 | 70 |
| MASCULINO | 45 | 47 |
| FEMININO | 21 | 23 |
| ACIDENTES SEM BAIXA | 24 | 18 |
| MASCULINO | 20 | 10 |
| FEMININO | 4 | 8 |
| DIAS PERDIDOS | 2.142 | 1.518 |
| MASCULINO | 1.562 | 1.098 |
| FEMININO | 580 | 420 |
| DOENÇAS OCUPACIONAIS | 0 | 0 |
| MASCULINO | 0 | 0 |
| FEMININO | 0 | 0 |
| ÓBITOS | 0 | 0 |
| MASCULINO | 0 | 0 |
| FEMININO | 0 | 0 |
| TAXA DE FREQUÊNCIA | 17,5 | 18,5 |
| MASCULINO | 17,4 | 17,9 |
| FEMININO | 17,7 | 19,8 |

| | 2013 | 2014 |
|--------------------------------------|-----------|-----------|
| TAXA DE GRAVIDADE | 567,9 | 400,8 |
| MASCULINO | 604,1 | 418,1 |
| FEMININO | 488,8 | 361,6 |
| TAXA DE DOENÇAS PROFISSIONAIS | 0 | 0 |
| MASCULINO | 0 | 0 |
| FEMININO | 0 | 0 |
| TOTAL DE HORAS TRABALHADAS | 3.772.034 | 3.787.492 |
| MASCULINO | 2.585.480 | 2.625.894 |
| FEMININO | 1.186.554 | 1.161.598 |
| TOTAL DE DIAS DE AUSÊNCIA | 15.637 | 17.636 |
| MASCULINO | 6.934 | 8.308 |
| FEMININO | 8.703 | 9.328 |
| TOTAL DE DIAS TRABALHÁVEIS | 254 | 253 |
| MASCULINO | 254 | 253 |
| FEMININO | 254 | 253 |
| TOTAL DE ABSENTISMO (%) | 3,2% | 3,5% |
| MASCULINO | 2,1% | 2,4% |
| FEMININO | 5,6% | 6,0% |

NOTA: NÃO FOI POSSÍVEL OBTER OS DADOS DE ANGOLA, ESPANHA, FRANÇA, LUXEMBURGO E BRASIL.





MANUEL RUI BRITO
Chefe de Equipa

*“Trabalho aqui porque
gosto muito da nossa
empresa.”*

4/ AMBIENTE

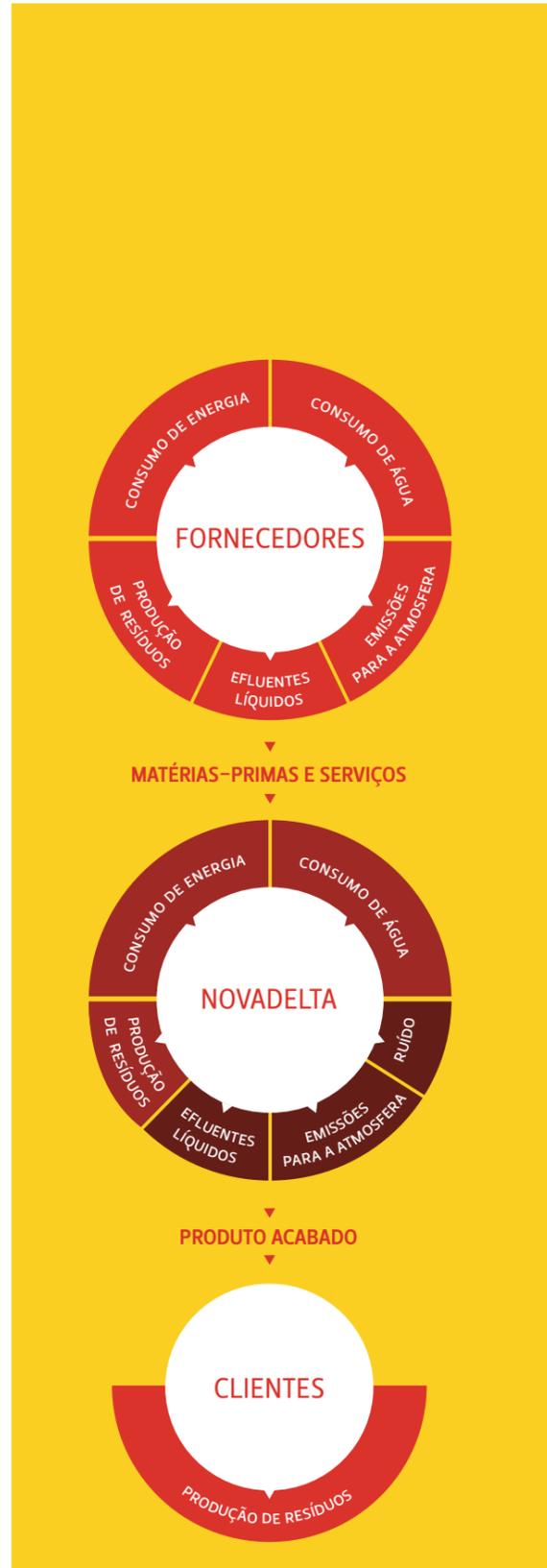
A Delta Cafés assume as responsabilidades tanto na criação de riqueza como na proteção do ambiente, pelo que adota práticas de gestão ambiental que permitem um conhecimento claro dos impactos provocados. Só uma perspetiva de gestão que integre a gestão ambiental proporcionará uma vantagem competitiva às empresas, pois o adequado tratamento das questões ambientais é um motor de inovação tecnológica e de crescimento económico. A implementação do Sistema de Gestão Ambiental (SGA) na Novadelta permite incluir aspetos ambientais na estratégia da empresa, de uma forma organizada, sistemática e contínua.

O SGA é parte de um Sistema de Gestão Integrado que inclui a estrutura funcional, responsabilidades, práticas, processos, procedimentos e recursos para definição e realização da política de ambiente.

A Novadelta tem implementado os *standards* exigidos pela Certificação Ambiental, segundo a norma NP EN ISO 14001 e o EMAS.

A IDENTIFICAÇÃO DOS ASPETOS AMBIENTAIS, RESULTANTES DAS ATIVIDADES, PRODUTOS E SERVIÇOS, E AVALIAÇÃO DA SUA IMPORTÂNCIA, É FEITA TENDO EM CONTA:

- Os principais aspetos ambientais diretos da organização que a empresa pode controlar;
- Os aspetos ambientais indiretos que pode influenciar estão associados maioritariamente a atividades desenvolvidas por subcontratados e à atividade de inovação e conceção. São exemplos, respetivamente, o serviço de transportes, as atividades de montagem de equipamentos e o desenvolvimento de novos produtos.
- Os aspetos associados a situações de emergência, como por exemplo os relacionados com a ocorrência de incêndio ou derrame;
- Os aspetos considerados significativos, tendo em conta a metodologia de avaliação da importância do impacto.



- ASPETOS AMBIENTAIS INDIRETOS NÃO SIGNIFICATIVOS
- ASPETOS AMBIENTAIS DIRETOS NÃO SIGNIFICATIVOS
- ASPETOS AMBIENTAIS DIRETOS SIGNIFICATIVOS

4.1 ENERGIA

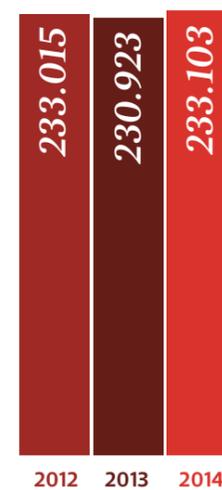
O perfil energético da Delta Cafés, SGPS desagregado é constituído pelo consumo de 42% de gasóleo, 33% de eletricidade, 24% de gás natural e 1% de gasolina.

O peso do gasóleo é justificado pelo modelo de negócio que aposta na auto-venda.

Em termos absolutos, o consumo da Delta Cafés, SGPS ronda os 3.047.365 GJ, registando um aumento na ordem dos 3,7%, face aos consumos de 2013, justificado pelo aumento da capacidade de embalagem de cápsulas na unidade industrial Novadelta.

TOTAL DE ENERGIA CONSUMIDA

UNIDADE: GJ



PERFIL ENERGÉTICO, 2012-2014



42%
Gasóleo



33%
Eletricidade



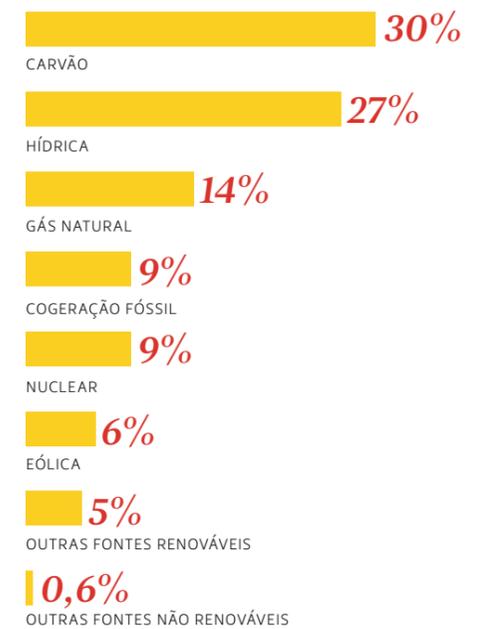
24%
Gás Natural



1%
Gasolina

CONSUMO INDIRETO DE ENERGIA POR FONTE PRIMÁRIA, 2014

FORNECEDOR DE ENERGIA, EDP, 2010-2011





HELENA MATA
Chefe de equipa de laboratório

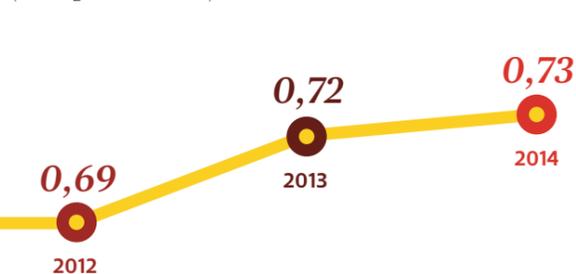
“Faço aquilo que gosto e com o qual me sinto realizada, tenho um sentimento de pertença e de orgulho em relação a uma empresa em cujos valores me revejo.”

As emissões atmosféricas, representadas em toneladas de dióxido de carbono, estão associadas ao consumo de energia, nomeadamente área produtiva, administrativa e distribuição associada à auto-venda. O seguinte gráfico apresenta as quantidades emitidas de CO₂ correspondentes aos consumos dos últimos três anos:

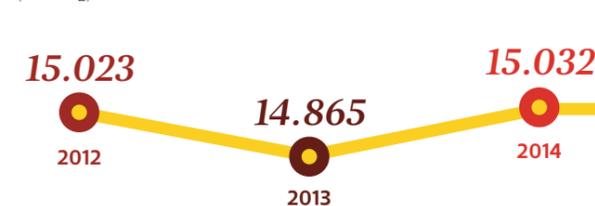
EMISSIONES POR ÂMBITO
(TON CO₂)

| | 2013 | 2014 |
|----------|--------|--------|
| ÂMBITO 1 | 10.827 | 10.939 |
| ÂMBITO 2 | 4.038 | 4.092 |

EMISSIONES 2012-2014
(TON CO₂/ CAFÉ VENDIDO)



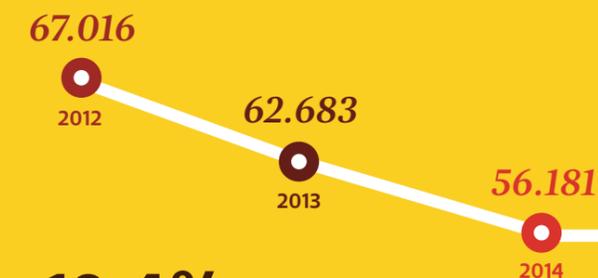
EMISSIONES DELTA CAFÉS, SGPS 2012-2014
(TON CO₂)



4.2 RACIONALIZAÇÃO DO CONSUMO DE ÁGUA

Todas as empresas, exceto a Novadelta S.A., consomem água da rede pública. A água consumida na Novadelta S.A. provém de quatro furos de captação, localizados nas instalações da empresa, todos devidamente licenciados. Toda a água consumida é submetida a um tratamento por osmose inversa na E.T.A. (Estação de Tratamento de Águas) e a sua qualidade é garantida por verificações periódicas externas. O consumo de água não intervém no processo produtivo, é para higienização das instalações e higiene dos colaboradores. Em 2014, verificou-se um consumo total de 56.181,40 m³, uma redução de 10,4% face a 2013. Em 2014, 67% da água consumida provém de captação subterrânea e 33% é fornecida pela rede pública.

CONSUMO TOTAL DELTA CAFÉS SGPS (m³)



-10,4% DE CONSUMO TOTAL face a 2013

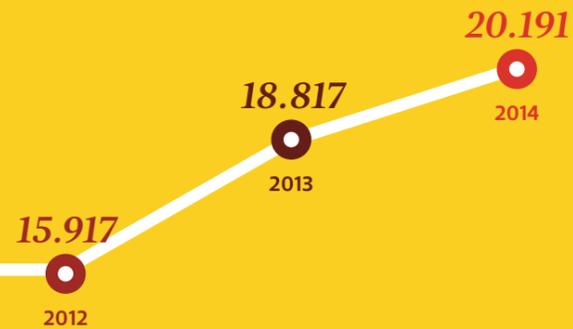
CONSUMO TOTAL DELTA CAFÉS, SGPS, POR REGIÃO (m³)

● 2012 ● 2013 ● 2014



4.3 EFLUENTES

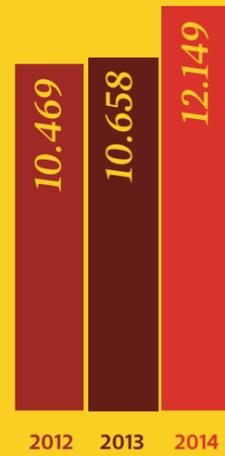
TOTAL DE EFLUENTES POR DESTINO (m³)



DESCARGA PARA LINHA DE ÁGUA (m³)



APROVEITAMENTO PARA REGA (m³)

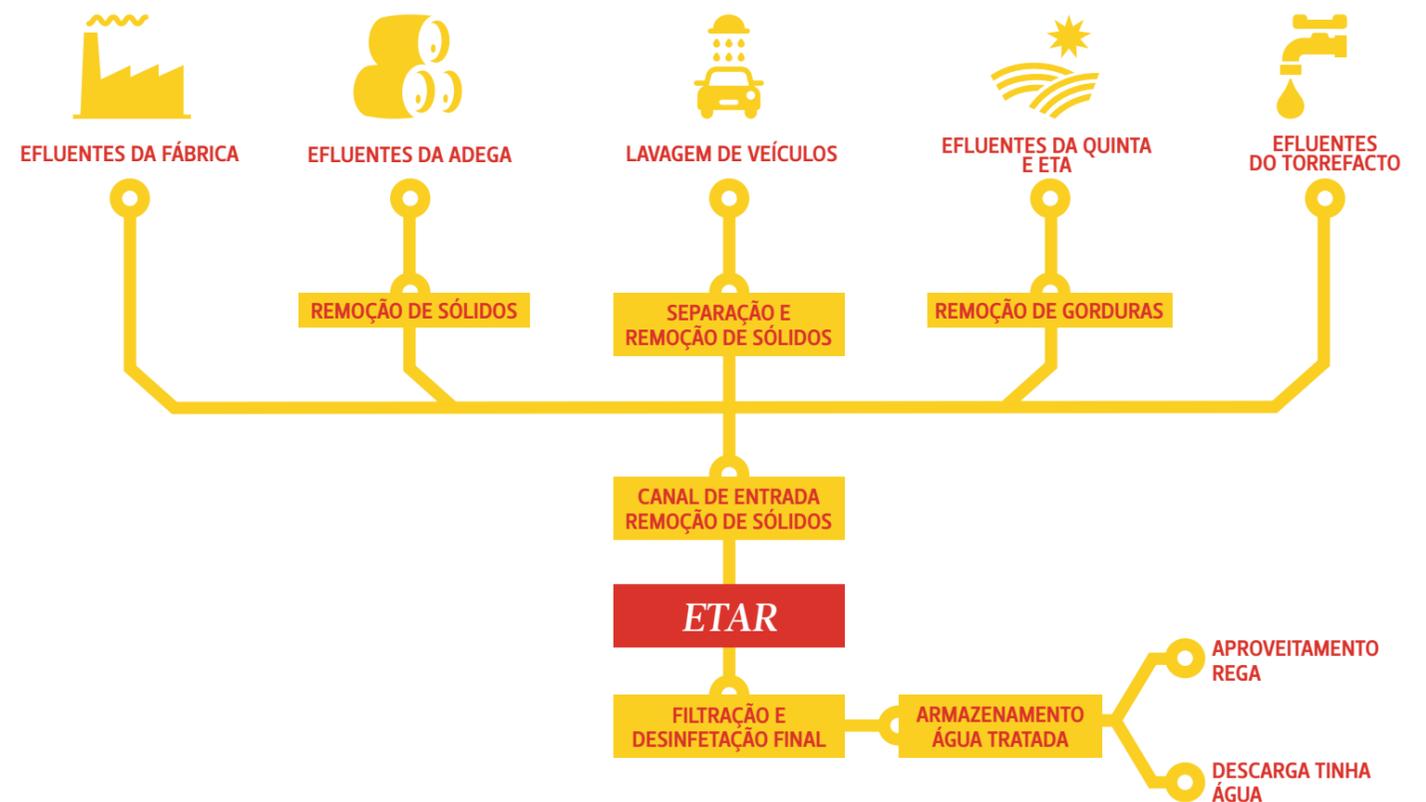


BRUNA ASSENHAS
Operadora
“Sinto-me orgulhosa em fazer parte do Grupo Nabeiro.”

Todas as empresas do Grupo realizam descargas para coletores municipais, exceto a Novadelta. O facto da área onde se situa a Novadelta não dispor de infraestruturas camarárias de saneamento exige que as águas residuais domésticas e industriais da unidade fabril drenem para uma Estação de Tratamento de Águas Residuais (E.T.A.R.) própria. A E.T.A.R. situa-se em terreno da empresa e foi projetada tendo em conta vários fatores, 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 fatores expostos, preconizou-se uma linha de tratamento principal que recebe todos os efluentes, diretamente ou após um tratamento específico. A Novadelta possui, ainda, uma licença de descarga de efluente tratado para o meio hídrico, de acordo com o Decreto-Lei n.º 236/98, de 1 de agosto.

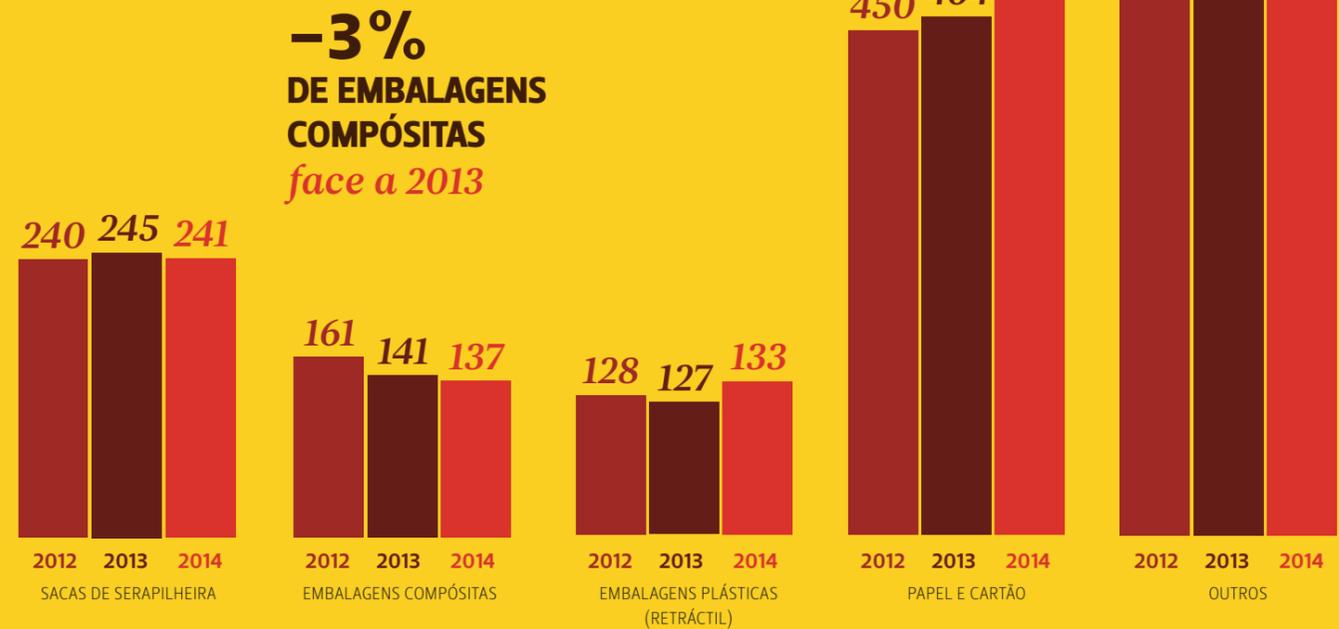
Em 2005 foi implementado um projeto de recuperação de efluentes para rega, visto o consumo de água ser um aspeto ambiental significativo. Deste modo, desde essa data, a água residual proveniente da E.T.A.R. passou a ser utilizada para rega.

No ano de 2013, a percentagem de efluente reaproveitado para rega (57%) foi inferior à do ano de 2012 devido à elevada pluviosidade registada nesse ano.



4.4 RESÍDUOS

TOTAL RESÍDUOS PRODUZIDOS (TON)



TIPOLOGIA DE RESÍDUOS PRODUZIDOS, DELTA CAFÉS, SGPS



0,2% RESÍDUOS PERIGOSOS 2014



99,8% RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS 2014

A redução e reciclagem de resíduos é uma preocupação inerente ao desenvolvimento de novos produtos e serviços.

CONSUMO DE MATERIAIS (TONELADAS)

| | 2012 | | | 2013 | | | 2014 | | |
|------------------------|--------|--------|--------|------|------|------|------|------|------|
| | 2012 | 2013 | 2014 | 2012 | 2013 | 2014 | 2012 | 2013 | 2014 |
| CAFÉ VERDE | 26.820 | 21.633 | 21.163 | 0,97 | 0,83 | 0,86 | | | |
| PELÍCULA | 6.586 | 7.036 | 8.288 | 0,24 | 0,28 | 0,35 | | | |
| PLÁSTICO PARA CÁPSULAS | 1.369 | 1.819 | 1.683 | 0,05 | 0,07 | 0,07 | | | |

(TON/ TONELADAS CAFÉ VENDIDO)

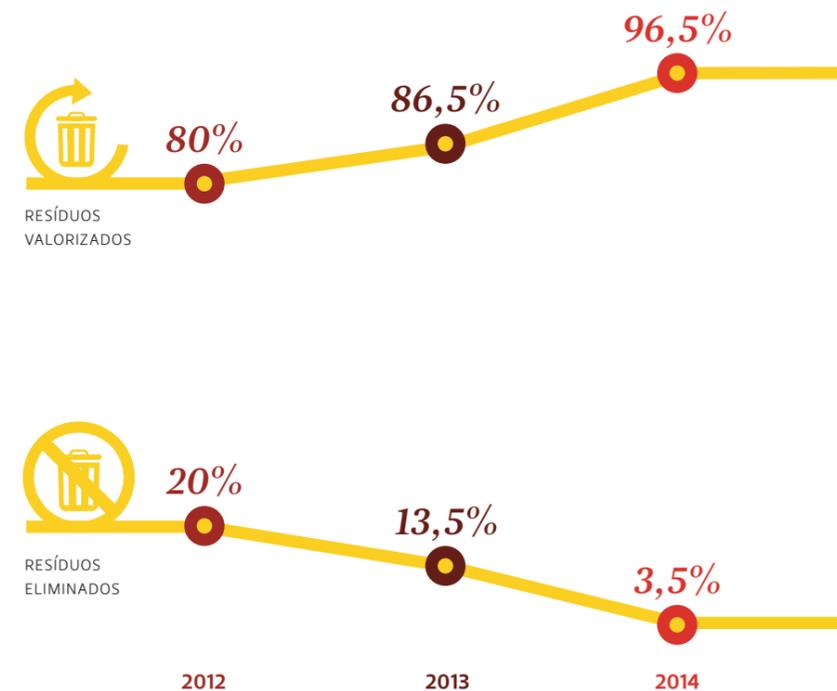
A Novadelta tem implementado um sistema de gestão de resíduos, onde estes estão devidamente quantificados, têm um destino adequado e existem procedimentos internos, que são observados e seguidos. Durante o ano de 2014, em termos totais, foram produzidas 1.634 toneladas de resíduos, um aumento de 3% em relação a 2013, devido à nova tipologia de embalagens e às novas tendências de mercado e requisitos necessários para a entrada em novos mercados.

Numa análise por tipologia de resíduos, as sacas de serapilheira representam 15%, as embalagens compósitas 8%, embalagens plásticas 8%, papel e cartão 29% e outros 39%. As embalagens compósitas registaram uma redução de 3% devido à normalização de imagem de alguns produtos, o que permitiu a redução do número de referências e, conseqüentemente, um menor desperdício nas películas. Quanto às embalagens plásticas, papel e cartão registaram um aumento relacionado com os

-19% DE MATÉRIA-PRIMA PLÁSTICA nas cápsulas

vários testes realizados no âmbito do projeto “Green Cap” e a destruição de materiais obsoletos. O projeto “Green Cap” visa identificar alternativas de materiais para a cápsula Delta Q, promovendo a melhoria da sustentabilidade no respetivo ciclo de vida. O objetivo foi atingido através da redução da quantidade de matéria-prima plástica em 19% e otimização do tipo de material utilizado nas cápsulas.

DESTINO FINAL DE RESÍDUOS PRODUZIDOS, DELTA CAFÉS, SGPS



4.5 BIODIVERSIDADE NAS ORIGENS

A obtenção de uma diversidade de café verde de elevada qualidade é uma preocupação constante e é parte integrante da filosofia da Delta.

Os melhores grãos de café provêm das melhores origens, sendo estas as que apresentam as maiores reservas de biodiversidade e que incluem um número elevado de espécies nativas. É nos países tropicais que são cultivadas as espécies de café mais comercializadas hoje em dia, o arábica e o robusta, além de serem conhecidas mais de 103 espécies de café. Quanto aos métodos de cultivo do café, existem maioritariamente dois tipos de produção das plantações: cultivo a pleno sol e cultivo de sombra. A Delta Cafés, ao comercializar cafés de certificação de Agricultura Biológica, UTZ e Rainforest, está a contribuir para a manutenção da biodiversidade dos ecossistemas naturais dos cafezais.

ATIVIDADE FABRIL DA NOVADELTA E RELAÇÃO COM O MEIO

Nas imediações da fábrica Novadelta existem montados abertos e dispersos, que alternam com pastagens extensivas e charcas pontuais, sendo esta diversidade paisagística o que torna esta área mais rica em biodiversidade. Apresenta um património natural relevante, com especial incidência para algumas azinheiras e sobreiros com mais de 100 anos, traduzindo-se numa área bem caracterizada e permitindo o aparecimento de ervas e arbustos importantes para a conservação das espécies animais. A aposta em áreas cerealíferas e olivais adjacentes revela-se também de extrema importância para a conservação de aves estepárias pelo estatuto de ameaça de algumas das espécies presentes, bem como os extensos hectares de vinha que albergam e fornecem alimento a inúmeras espécies. A atividade fabril desenvolvida pela Novadelta está perfeitamente enquadrada com o ambiente que a rodeia, uma vez que têm sido realizadas monitorizações de fauna e flora e a sua abundância permanece constante ou com tendência a aumentar.

POSSÍVEL CONTRIBUIÇÃO DA NOVADELTA PARA COMPOSTAGEM

A Herdade dos Adões, espaço adjacente à Novadelta e adquirida pelo Grupo em 2010, está a iniciar um projeto de agroturismo, sendo uma das componentes a produção de ervas aromáticas e medicinais (PAM) para comercialização. Com o auxílio de uma estufa, são autonomamente produzidas as sementes que irão originar as plantas para os nossos campos. Com o objetivo de fechar este ciclo, iniciou-se a produção dum composto a partir de resíduos/subprodutos, como sejam borra de café, aparas de madeira e restos de podas dos jardins envolventes à unidade fabril Novadelta. Estando, ainda, numa fase muito embrionária de testes e experimentação, é intenção a produção do composto ideal que cubra as necessidades das nossas plantas e que consiga substituir o que adquirimos externamente.





ALICE NABEIRO
Administradora

“Gosto de conviver com as crianças e equipa do CEAN porque aqui se respira alegria, sabedoria e amizade.”

Alice Nabeiro

5/
CORACÃO
DELTA



IVAN NABEIRO
Administrador

Estamos conscientes que nem tudo está feito. Não poderia ser de outra forma porque, como escreveu o espanhol Antonio Machado, “el camino se hace caminando”. E mal de quem não tem sonhos por cumprir, novas metas por alcançar.

5. CORAÇÃO DELTA

UMA MARCA QUE MARCA

Quando se fala em Responsabilidade Social Corporativa em Portugal, a Delta Cafés é nome de referência. Juntar aos negócios a vertente solidária é um gesto natural e que decorre da filosofia implementada pelo seu fundador, Rui Nabeiro. É algo que encaramos com um espírito de missão. Que nos dá orgulho e traz responsabilidade acrescida.

Recuando ligeiramente no tempo, até à anterior edição do Relatório de Sustentabilidade da Delta Cafés, SGPS, é com natural satisfação que vemos concretizada uma parte substancial dos objetivos sociais então enunciados como metas a atingir no curto ou médio prazo. Porque é importante projetar o futuro sem nunca esquecer o que ficou para trás, destacamos a edição do Manual de Empreendedorismo para a faixa etária 13-18 anos, bem como a expansão do Manual “Ter Ideias para Mudar o Mundo” (para crianças dos 3 aos 12 anos) a grande parte do território nacional e outros países. Ambos tiveram como embrião o Centro Educativo Alice Nabeiro, sendo que o novo Manual contempla uma importante sinergia com o mundo académico, traduzida no envolvimento da Universidade da Beira Interior e do Instituto Superior Técnico.

A importância das parcerias é também mensurável a outros níveis. Como a nossa presença através da Associação Coração Delta no programa “Campo Maior Solidário”, traduzida, entre outras vertentes, na criação de uma Loja Social e Lavandaria; e no programa “Campo Maior Vila Solidária da Europa”, através do lançamento da cooperativa de solidariedade social “Raia Mayor” e de um gabinete de Coworking para apoio à iniciativa empresarial.

Ainda no âmbito do Coração Delta, registamos igualmente com muito agrado o crescimento paulatino e sustentado do programa “Tempo para Dar”, focado na missão de ajudar a minorar as carências da população sénior do nosso país.

Continuando a olhar para os objetivos concretizados, não podemos nem devemos esquecer o significativo incremento do Fundo Social dos Colaboradores, em vigor desde 2012. Um projeto que envolve os nossos colaboradores de forma voluntária no contributo aos seus pares. Um gesto genuinamente solidário de quem, no quotidiano, interioriza a filosofia desta Marca de Rosto Humano que a Delta Cafés se orgulha de ser.

Estamos conscientes que nem tudo está feito. Não poderia ser de outra forma porque, como escreveu o espanhol Antonio Machado, “el camino se hace caminando”. E mal de quem não tem sonhos por cumprir, novas metas por alcançar. Continuar na senda da captação e retenção de talentos, assegurar a permanente motivação dos colaboradores e fortalecer o conhecimento da nossa cultura empresarial no contexto da internacionalização, estes são objetivos que já constavam no anterior Relatório de Sustentabilidade da Delta Cafés, SGPS, que transitam para este novo documento e que, estamos seguros, continuarão por muito tempo no nosso horizonte.

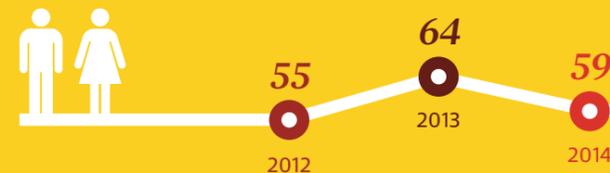
Continuar a erguer a bandeira da Responsabilidade Social sem nunca perder o foco na operação comercial é um desafio que continuaremos a aceitar de bom grado. Porque, além de ser o “café da vida” dos portugueses, Delta procura ser, cada vez mais, uma referência à escala global. Uma marca que sabe “fazer bem” e que, em simultâneo, quer continuar a “fazer o bem”.

Ivan Nabeiro

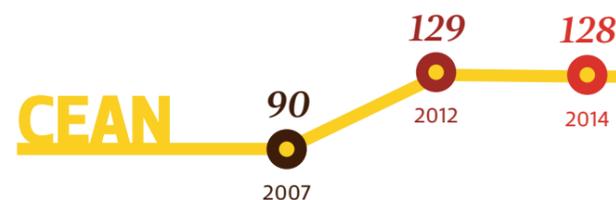
**+ DE
150
CRIANÇAS
DOS 3 AOS 12 ANOS
CEAN**

**45
BENEFICIÁRIOS
Sala Mágica**
DE 2012 A 2014

TOTAL DE BENEFICIÁRIOS DE INTERVENÇÃO PRECOCE



SERVIÇO DE APOIO A CRIANÇAS E JOVENS



A Responsabilidade Social faz parte do ADN do Grupo Nabeiro-Delta Cafés.

É fruto da filosofia do seu fundador, Manuel Rui Azinhais Nabeiro, apostado em criar condições para o desenvolvimento sustentável das populações, com especial incidência na sua terra natal, a vila alentejana de Campo Maior. O Coração Delta, Associação de Solidariedade Social do Grupo Nabeiro, foi criado com o objetivo de desenvolver projetos e serviços inovadores nas comunidades onde estamos presentes. Desde a sua fundação, em 2005, a Associação Coração Delta criou várias valências e serviços, tais como o Centro Educativo Alice Nabeiro, Intervenção Precoce, Serviço de Apoio a Crianças e Jovens, Voluntariado Empresarial, projetos ambientais e de cidadania. São suas associadas as empresas do Grupo Nabeiro e os seus colaboradores.

5.1 CENTRO EDUCATIVO ALICE NABEIRO

O Centro Educativo Alice Nabeiro (CEAN), inaugurado em 2007 em Campo Maior, aposta na formação integrada e alargada das crianças através de projetos e experiências inovadoras, desenvolvendo nas mesmas o espírito empreendedor. Acolhendo atualmente 150 crianças dos 3 aos 12 anos, o CEAN tem por finalidade facultar às crianças e jovens das comunidades um programa educativo-cultural integral, cobrindo as necessidades de formação e características vocacionais do universo de educandos aos quais se dirige. A criação do CEAN potenciou o equilíbrio da vida familiar e profissional dos colaboradores do Grupo Nabeiro.

O CEAN aposta na formação integrada e alargada das crianças através de projetos e experiências inovadoras, desenvolvendo nas mesmas o espírito empreendedor.

MANUAL “TER IDEIAS PARA MUDAR O MUNDO”

Em 2008, o Centro Educativo Alice Nabeiro consolidou a sua prática pedagógica criando o manual “Ter Ideias para Mudar o Mundo”, destinado a crianças dos 3 aos 12 anos. Apresentada em 2009 ao Ministério da Educação, a obra viria a ser objeto de dinamização nas escolas que aceitaram este desafio em Portugal, Estremadura espanhola, Angola e S. Tomé e Príncipe.

Em 2013, a União Europeia reconheceu o manual como projeto pioneiro e inovador no âmbito da publicação oficial intitulada “Entrepreneurship Education – A Guide for Educators”, desafiando outras instituições de ensino europeias a adotá-lo.

Em 2014, foi ainda reconhecido pelo seu carácter inovador no espaço europeu, tendo sido considerado pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) como um dos vinte projetos mais inspiradores. O manual “Ter Ideias para Mudar o Mundo” foi adotado até 2014 em 57 agrupamentos escolares de todo o país, num universo de 217 docentes e 3.850 alunos.

MANUAL PARA JOVENS EMPREENDEDORES

Depois da experiência bem sucedida com o manual “Ter Ideias para Mudar o Mundo”, a Associação Coração Delta uniu esforços

ao mundo académico para criar uma obra similar, destinada a adolescentes dos 13 aos 18 anos. O “Manual para Jovens Empreendedores: Comportamentos e Competências” segue um desenho que integra duas dimensões, até agora inexploradas no universo dos manuais pedagógicos que versam o desenvolvimento de um perfil empreendedor. Essas duas dimensões são os comportamentos e as competências. No plano dos comportamentos, exploram-se a Inteligência Emocional, a Orientação Empreendedora, a Gestão Relacional, a Responsabilidade Social e o Risco e Superação. Ao nível das competências, trabalham-se a Comunicação, a Liderança, a Negociação, a Criatividade e a Inovação. Todas estas áreas são complementadas com exemplos retirados do modelo Rui Nabeiro. Os conteúdos do Manual foram desenvolvidos por uma equipa multidisciplinar da qual fizeram parte elementos da Associação Coração Delta, Delta Cafés, Universidade da Beira Interior (UBI), Escola da Quinta das Palmeiras (Covilhã) e do CEG-IST do Instituto Superior Técnico (IST) da Universidade de Lisboa.

Neste momento, os conteúdos do Manual para Jovens Empreendedores estão a ser testados, sob a forma de projeto-piloto, nos Agrupamentos de Escolas de Campo Maior, Covilhã e Fundão.



5.3 CAMPO MAIOR VILA SOLIDÁRIA DA EUROPA

ÁREAS DE INTERVENÇÃO

TAXA DE INSUCESSO ESCOLAR SIGNIFICATIVA

BAIXO NÍVEL DE ESCOLARIDADE

TAXA DE AUTO-EMPREGO
POUCO EXPRESSIVA

NÍVEL DE EMPREGABILIDADE COM
CLARA TENDÊNCIA A DIMINUIR

ELEVADO NÚMERO DE JOVENS QUE
EXIGE RESPOSTAS GLOBAIS PARA A
SUA FIXAÇÃO NO TERRITÓRIO

5.2 CAMPO MAIOR SOLIDÁRIO

A Associação Coração Delta, em parceria com o Município e instituições de solidariedade social de Campo Maior, criou o projeto “Campo Maior Solidário”. De cariz social, inclui uma série de ações, nomeadamente lavandaria social, mercearia social, oficina da flor de papel, oficina da costura e uma viatura para realização de pequenas reparações nos domicílios. Estes serviços são assegurados pelos beneficiários do Rendimento Social de Inserção e desempregados de longa duração, estando disponíveis para a população campomaiorense.

“Campo Maior Solidário” tem a particularidade de usar uma moeda social – o Mayor – para as transações realizadas no âmbito do projeto.

Em 2012, primeiro ano de implementação da moeda, foram transacionados 19.538 “maiores”, número que cresceu em 2013 para 48.895 e em 2014 para 76.478 maiores.

O crescimento do programa também se traduziu no

66
BENEFICIÁRIOS
Campo Maior Solidário

2014

| | 2012 | 2013 | 2014 |
|------------------------------|--------|--------|--------|
| N.º DE BENEFICIÁRIOS | 61 | 72 | 66 |
| N.º DE HORAS DE VOLUNTARIADO | 3.073 | 6.827 | 9.778 |
| “MAYORES” TRANSACIONADOS | 19.538 | 48.895 | 76.478 |

número de horas de voluntariado: 3.073 horas em 2012, 6.827 em 2013 e 9.778 horas em 2014.

Já ao nível dos beneficiários do “Campo Maior Solidário”, o programa apoiou 61 pessoas em 2012, número que subiu para 72 em 2013 e registou um ligeiro decréscimo para 66 beneficiários em 2014.

Dando continuidade ao “Campo Maior Solidário”, a Associação Coração Delta juntou-se ao Município e a um conjunto alargado de parceiros locais e regionais para concretizar o projeto “Campo Maior – Vila Solidária da Europa”.

Com base no diagnóstico social efetuado por todas as entidades envolvidas, foram identificadas as seguintes problemáticas:

- Taxa de insucesso escolar significativa
- Baixo nível de escolaridade
- Taxa de auto-emprego pouco expressiva
- Nível de empregabilidade com clara tendência a diminuir
- Elevado número de jovens que exige respostas globais para a sua fixação no território

Para fazer face a estas problemáticas, a Associação Coração Delta intervém de forma direta no Eixo 2 do projeto Vila Solidária da Europa – Emprego, Empreendedorismo e Desenvolvimento Comunitário – através de duas infraestruturas:

RAIA MAYOR – COOPERATIVA DE SOLIDARIEDADE SOCIAL

Destinada a beneficiários de Rendimento Social de Inserção, desempregados de longa duração, pessoas em processo de reabilitação, portadoras de deficiência e pertencentes a minorias étnicas. A estratégia que presidiu à criação da Cooperativa de Solidariedade Social passou por desenvolver o empreendedorismo social como ferramenta de criação de novos postos de trabalho. Assim, tendo em conta as necessidades de mão-de-obra sentidas pelas empresas da região, a cooperativa dispõe de uma bolsa de colaboradores, que contrata para assegurar essa prestação de serviços.



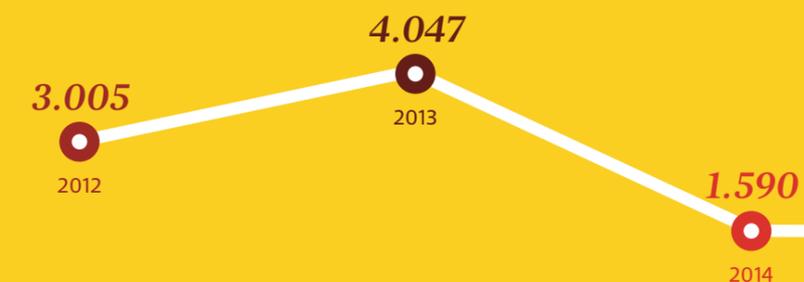
NUNO FIDALGO
Comercial/ Prospetor

“Sinto-me realizado profissionalmente por trabalhar nesta grande empresa portuguesa.”

5.4 PROGRAMA “TEMPO PARA DAR”

3.236
CASOS APOIADOS
Tempo para Dar

HORAS DE VOLUNTARIADO PROJETO “TEMPO PARA DAR”



COWORKING

Gabinete com visão transfronteiriça, como estratégia inovadora de fixação de jovens através do apoio à iniciativa empresarial, em Campo Maior.

O Coworking de Campo Maior funciona como uma incubadora de empresas, possibilitando aos jovens a partilha de conhecimentos e otimização de custos de utilização do espaço. Beneficiam de uma mentoria por parte da Delta Cafés até à constituição e lançamento da sua própria empresa.

Com capacidade para 15 jovens empresários, o *open space* conta atualmente com duas empresas e três projetos em fase embrionária. Esta realidade é consequência direta da realização de ações de sensibilização para o auto-emprego.

O “Tempo para Dar” é um programa de Voluntariado Empresarial, destinado a combater os problemas de isolamento e necessidade das populações idosas do país.

A filosofia seguida é a do voluntariado de proximidade, dinamizado pela rede de Embaixadores da Sustentabilidade, colaboradores dos departamentos/empresas do Grupo Nabeiro-Delta Cafés. Cabe aos Embaixadores fazer o levantamento das necessidades dos seniores, em parceria com as instituições da respetiva área geográfica, e dinamizar ações junto dos colegas de trabalho.

Em 2014, as iniciativas a favor do “Tempo para Dar” – donativos, caminhadas, sorteios, etc. – renderam um valor superior a 86.000 euros. O investimento feito pelo “Tempo para Dar” em ações de solidariedade ascendeu a mais de 89.000 euros.

Os montantes mais significativos foram investidos em cabazes e as restantes verbas foram aplicadas

em diversos bens alimentares, bens e equipamentos para as residências de idosos, ajudas técnicas e aplicadas em apoios a instituições e famílias desfavorecidas. Em idêntico período foram aplicados em despesas de saúde, em obras e reabilitação de casas dos idosos e atividades de lazer com os idosos.

No total, foram 3.236 os casos apoiados em 2014 pelo “Tempo para Dar”. Ao longo dos mesmos 12 meses, os colaboradores da Delta Cafés realizaram 1.590 horas de trabalho voluntário junto de idosos de todo o país, com destaque para 664 horas em Lisboa, 133 em Faro, 74 em Portimão, 49 em Viana do Castelo, 36 em Torres Vedras, 35 em Viseu, 42 em Setúbal e 32 horas em Leiria.

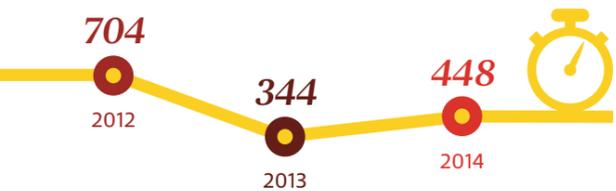


EDUARDO CUNHA
Operador de Receção

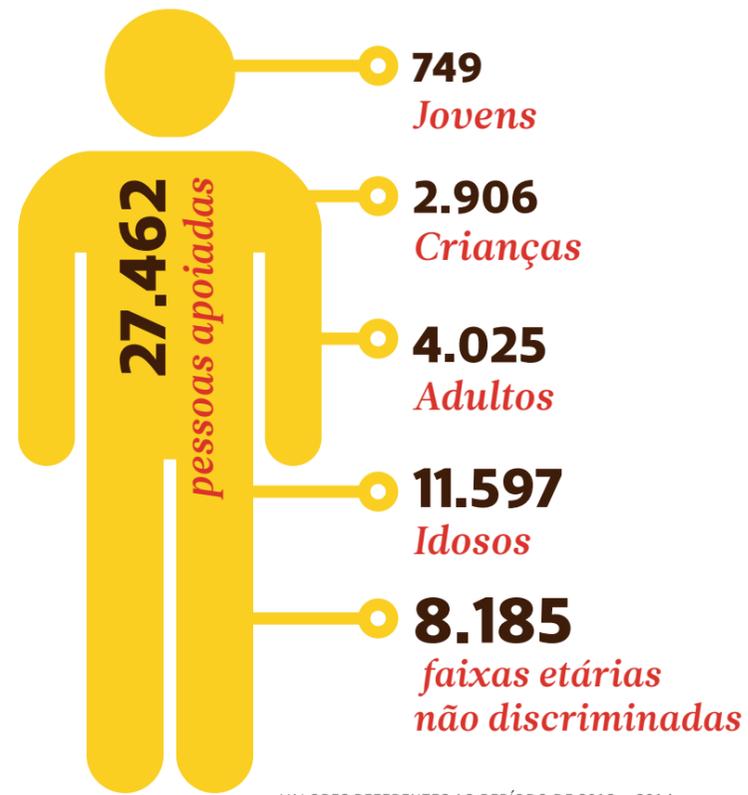
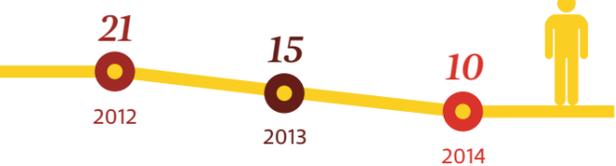
“Gosto de trabalhar aqui porque a Delta Cafés é uma marca valiosa.”



HORAS DE VOLUNTARIADO INDIVIDUAL



N.º DE VOLUNTÁRIOS – VOLUNTARIADO INDIVIDUAL

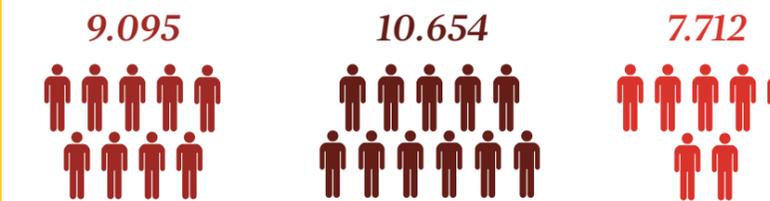


VALORES REFERENTES AO PERÍODO DE 2012 – 2014

FUNDO SOCIAL DOS COLABORADORES

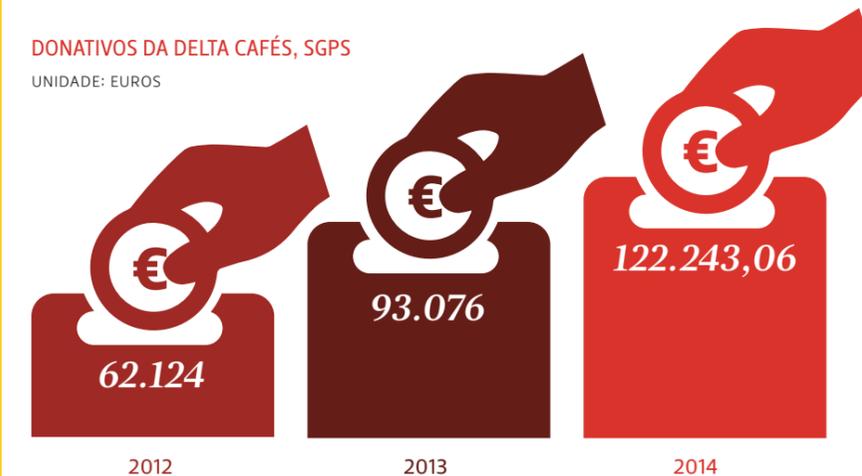
Em 2012 nasceu o Fundo Social dos Colaboradores do Grupo Nabeiro-Delta Cafés, com o objetivo de apoiar em situações de dificuldade inesperada, motivadas por doença prolongada ou incapacidade laboral temporária. Este Fundo Social resulta do contributo voluntário dos colaboradores, através do denominado Café Solidário. Em cada departamento comercial da Delta e outras empresas do Grupo existe o denominado Café Solidário, com o preço simbólico de 10 cêntimos. Destes, cinco cêntimos destinam-se às atividades do programa “Tempo para Dar” e os restantes cinco ao Fundo Social dos Colaboradores. Em 2014 os 50% do Café Solidário destinados ao Fundo Social permitiram alcançar o valor superior a 15.000 euros.

N.º DE BENEFICIÁRIOS DOS DONATIVOS DA DELTA CAFÉS SGPS



DONATIVOS DA DELTA CAFÉS, SGPS

UNIDADE: EUROS



Somos sócios das seguintes associações:

ACDB

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL
DISTRITO BEJA

ACIF

CÂMARA DE COMÉRCIO
E INDÚSTRIA DA MADEIRA

ADMAS

ASSOCIAÇÃO DIVULGADORA
CASA MUSEU ABEL SALAZAR

AEE

ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL
DE ELVAS

AEP

ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL
DE PORTUGAL

AHBVE

ASSOCIAÇÃO HUMANITÁRIA
BOMBEIROS VOLUNTÁRIOS DE ÉVORA

AHRESP

ASSOCIAÇÃO DA HOTELARIA,
RESTAURAÇÃO E SIMILARES
DE PORTUGAL

AICC

ASSOCIAÇÃO DA INDÚSTRIA
E COMÉRCIO DO CAFÉ

AIP

ASSOCIAÇÃO INDUSTRIAL
PORTUGUESA

AMCHAM

CÂMARA DE COMÉRCIO
AMERICANA EM PORTUGAL

ANDEMA

ASOCIACIÓN NACIONAL
PARA LA DEFENSA DE LA MARCA

APAN

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA
DE ANUNCIANTES

APEE

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA
DE ÉTICA

APEF

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA
DAS EMPRESAS FAMILIARES

APG

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA
DOS GEST. E TÉCN. DOS
RECURSOS HUMANOS

APHORT

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA
DE HOTELARIA, RESTAURAÇÃO
E TURISMO

APQ

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA
PARA A QUALIDADE

APLOG

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA
DE LOGÍSTICA

ASSOCIAÇÃO DOS ESCANÇÕES PORTUGAL

ASSOCIAÇÃO INTEGRALAR

INTERVENÇÃO DE EXCELÊNCIA
NO SECTOR AGROALIMENTAR

ARCHESMO

ASSOCIAÇÃO REGIONAL
DOS HOTELEIROS DA
COSTA DO ESTORIL, SINTRA E MAFRA

BCSD PORTUGAL

CONSELHO EMPRESARIAL
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

CASA DE ESPANHA

CASA DOS RAPAZES

INSTITUTO D. FRANCISCO GOMES

CASA DO

MENINO JESUS

CCP

CÂMARA DE COMÉRCIO
PORTUGAL-MOÇAMBIQUE

CCILE

CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA
LUSO-ESPAÑHOLA

CCILF

CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA
LUSO-FRANÇESA

CCILSA

CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA
LUSO-SUL AFRICANA

CCIP

CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA
PORTUGUESA

CCIPA

CÂMARA DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA
PORTUGAL-ANGOLA

CCLU

CÂMARA DE COMÉRCIO
LUSO-UCRANIANA

CCLBL

CÂMARA DE COMÉRCIO
LUSO-BELGA-LUXEMBURGO

CCP

CONFEDERAÇÃO DE COMÉRCIO
E SERVIÇOS DE PORTUGAL

CENTROMARCA

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA
DE EMPRESAS DE
PRODUTOS DE MARCA

CHAVES DE OURO DE PORTUGAL

CHP

CÂMARA HISPANO-PORTUGUESA

CNE

CENTRO NACIONAL DE EMBALAGEM

CLUBE MILITAR DE OFICIAIS DE SETÚBAL

CODIPOR

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA
DE IDENTIFICAÇÃO E
CODIFICAÇÃO DE PRODUTOS

CORAÇÃO DELTA

COTEC PORTUGAL

ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL
PARA A INOVAÇÃO

CLUBE DESPORTIVO COVA DA PIEDADE

DELTA CIÊNCIA E DESENVOLVIMENTO

ASSOCIAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO
DA INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA E DAS
ATIVIDADES DOS MUSEUS E DAS
CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS

DIÁRIO DO SUL

MANUEL JOSÉ MADEIRA PIÇARRA

FORÚM CULTURAL DEL CAFÉ

ORGANIZAÇÃO SEM FINS
LUCRATIVOS DO SECTOR
DO CAFÉ EM ESPANHA

GRACE

GRUPO DE REFLEXÃO E APOIO
À CIDADANIA EMPRESARIAL

ICAP

INSTITUTO CIVIL DA
AUTODISCIPLINA DA PUBLICIDADE

PARTILHAR-AFECTOS

ASSOCIAÇÃO DE SOLIDARIEDADE
DE SAÚDE MENTAL

PROSALIS

PROJETO SAÚDE LISBOA

SCAE

SPECIALITY COFFEE
ASSOCIATION OF EUROPE

SHIP

SOCIEDADE HISTÓRICA
DA INDEPENDÊNCIA DE PORTUGAL

UNICEF

COMITÉ PORTUGUÊS

TABELAS GRI

TABELA GRI

| INDICADOR | PÁGINA, LINK OU CONTEÚDO | OMISSÕES | JUSTIFICATIVO DA EMISSÃO | VERIFICAÇÃO EXTERNA |
|--------------------------------------|---|---|--------------------------|---------------------|
| ESTRATÉGIA E ANÁLISE | | | | |
| G4-1 | Mensagem do presidente. | 11 | | ✓ |
| PERFIL ORGANIZACIONAL | | | | |
| G4-3 | Nome da organização. | p. 8-9 | | ✓ |
| G4-4 | Principais marcas, produtos e serviços. | p. 17 | | ✓ |
| G4-5 | Localização da sede de operação da organização. | p. 8 | | ✓ |
| G4-6 | Número de países nos quais a organização opera e nome dos países nos quais as suas principais operações estão localizadas ou que são especialmente relevantes para os tópicos de sustentabilidade abordados no relatório. | p. 6-7 | | ✓ |
| G4-7 | Tipo e natureza legal de propriedade. | p. 18-19 | | ✓ |
| G4-8 | Mercados em que a organização atua (com discriminação geográfica, sectores cobertos e tipos de clientes e beneficiários). | p. 6-7; 36 | | ✓ |
| G4-9 | Dimensão da organização. | p. 4-5; 6-7; 18; 52-53 | | ✓ |
| G4-10 | Mão-de-obra total, por tipo de emprego, por contrato de trabalho e por região. | p. 52; 58 | | ✓ |
| G4-11 | Colaboradores abrangidos por acordo de negociação coletiva. | Em 2014, o total de colaboradores abrangidos por acordos coletivos foi de: 1,3% na MRAN, 0,3% na Novadelta e 0,7% na Toldiconfex. | | ✓ |
| G4-12 | Cadeia de fornecedores da organização. | p. 20-21; 43-45 | | ✓ |
| G4-13 | Alterações significativas ocorridas no decorrer do período coberto pelo relatório em relação à dimensão, estrutura, participação acionista ou cadeia de fornecedores da organização. | p. 8-9 | | ✓ |
| G4-14 | Abordagem ao princípio da precaução. | Ver Relatório & Contas | | ✓ |
| G4-15 | Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de carácter económico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa. | p. 88-89 | | ✓ |
| G4-16 | Participação em associações e organizações nacionais ou internacionais de defesa. | p. 88-89 | | ✓ |
| ASPETOS MATERIAIS E LIMITES | | | | |
| G4-17 | Lista de todas as entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas ou documentos equivalentes da organização. b. Reportar se qualquer entidade incluída nas demonstrações financeiras consolidadas ou documentos equivalentes da organização não foi coberta pelo relatório. | p. 8-9 | | ✓ |
| G4-18 | Processo para definição do conteúdo e limites do relatório. | p. 8-9 | | ✓ |
| G4-19 | Lista dos aspetos materiais identificados. | p. 8-9 | | ✓ |
| G4-20 | Identificação dos aspetos materiais no interior da organização e seus limites. | p. 8-9 | | ✓ |
| G4-21 | Identificação dos aspetos materiais no exterior da organização e seus limites. | p. 8-9 | | ✓ |
| G4-22 | Efeitos de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações. | p. 8-9 | | ✓ |
| G4-23 | Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere ao âmbito e limites. | p. 8-9 | | ✓ |
| ENVOLVIMENTO COM STAKEHOLDERS | | | | |
| G4-24 | Lista de grupos de stakeholders da organização. | p. 19 | | ✓ |
| G4-25 | Base para identificação e seleção de stakeholders. | p. 9; 19 | | ✓ |
| G4-26 | Abordagem adotada para envolvimento com stakeholders, inclusive a frequência do envolvimento por tipo e por grupo. | p. 9; 19 | | ✓ |
| G4-27 | Principais questões e preocupações apontadas pelos stakeholders como resultado do processo de envolvimento e as medidas adotadas pela organização no tratamento das mesmas. | p. 9; 43; 45 | | ✓ |

TABELA GRI

| INDICADOR | PÁGINA, LINK OU CONTEÚDO | OMISSÕES | JUSTIFICATIVO DA EMISSÃO | VERIFICAÇÃO EXTERNA |
|---|---|----------------|--------------------------|---------------------|
| PERFIL RELATÓRIO | | | | |
| G4-28 | Período coberto pelo relatório. | p. 8-9 | | ✓ |
| G4-29 | Data do relatório anterior mais recente. | p. 8-9 | | ✓ |
| G4-30 | Ciclo de emissão de relatórios. | p. 8-9 | | ✓ |
| G4-31 | Contactos para questões sobre o relatório ou os seus conteúdos. | p. 8 | | ✓ |
| SUMÁRIO DO CONTEÚDO DA GRI | | | | |
| G4-32 | Nível de aplicação, índice de conteúdo da GRI, referência ao relatório de verificação externa. | p. 8-9 | | ✓ |
| VERIFICAÇÃO | | | | |
| G4-33 | Política e procedimento relativamente à verificação externa do relatório. | p. 8-9; 96 | | ✓ |
| GOVERNAÇÃO | | | | |
| G4-34 | Estrutura de governação da organização (mandato e composição do Conselho de Administração ou Comissões com responsabilidade para tomada de decisão com impacto económico, ambiental e social). | p. 17-18 | | ✓ |
| ÉTICA E INTEGRIDADE | | | | |
| G4-56 | Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética. | p. 14-15 | | ✓ |
| ASPETO MATERIAL: DESEMPENHO ECONÓMICO | | | | |
| G4-EC1 | Valor económico direto gerado e distribuído. | p. 18 | | ✓ |
| G4-EC4 | Apoio financeiros significativos recebidos pelo governo. | p. 18 | | ✓ |
| ASPETO MATERIAL: PRESENÇA NO MERCADO | | | | |
| G4-EC5 | Rácio entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, por género, nas unidades operacionais importantes. | p. 56 | | ✓ |
| ASPETO MATERIAL: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRETOS | | | | |
| G4-EC7 | Desenvolvimento e impacto de investimentos em infraestruturas e serviços oferecidos. | p. 18 | | ✓ |
| G4-EC8 | Impactos económicos indiretos significativos, inclusive a extensão dos impactos. | p. 20-21 | | - |
| ASPETO MATERIAL: PRÁTICAS DE COMPRA | | | | |
| G4-EC9 | Proporção de despesas com fornecedores locais em unidades operacionais importantes. | p. 18 | | ✓ |
| ASPETO MATERIAL: MATERIAIS | | | | |
| G4-EN1 | Materiais utilizados, por peso ou volume. | p. 72 | | ✓ |
| G4-EN2 | Porcentagem de materiais utilizados que são provenientes de reciclagem. | Não se aplica. | | - |
| ASPETO MATERIAL: ENERGIA | | | | |
| G4-EN3 | Consumo de energia dentro da organização. | p. 67 | | ✓ |
| ASPETO MATERIAL: ÁGUA | | | | |
| G4-EN8 | Consumo total de água, por fonte. | p. 69 | | ✓ |
| G4-EN9 | Recursos hídricos significativamente afetados pelo consumo de água. | p. 69 | | - |
| G4-EN10 | Porcentagem e volume total de água reciclada e reutilizada. | p. 70 | | - |
| ASPETO MATERIAL: BIODIVERSIDADE | | | | |
| G4-EN11 | Localização e área dos terrenos pertencentes, arrendados ou administrados pela organização, no interior de zonas protegidas, ou a elas adjacentes, e em áreas de alto índice de biodiversidade fora das zonas protegidas. | p. 70-71 | | - |

TABELA GRI

| INDICADOR | PÁGINA, LINK OU CONTEÚDO | OMISSÕES | JUSTIFICATIVO DA EMISSÃO | VERIFICAÇÃO EXTERNA |
|---|--|--|--------------------------|---------------------|
| G4-EN12 | Descrição dos impactos significativos de atividades, produtos e serviços sobre a biodiversidade das áreas protegidas e sobre as áreas de alto índice de biodiversidade fora das áreas protegidas. | p. 20-21; 74-75 | | - |
| G4-EN13 | Habitats protegidos ou recuperados. | Não se aplica. | | - |
| G4-EN14 | Número de espécies, na Lista Vermelha da IUCN e na lista nacional de conservação das espécies, com habitats em áreas afetadas por operações, discriminadas por nível de risco de extinção. | Não se aplica. | | - |
| ASPETO MATERIAL: EMISSÕES | | | | |
| G4-EN15 | Emissões diretas de GEE (Âmbito 1). | p. 68 | | ✓ |
| G4-EN16 | Emissões indiretas de GEE (Âmbito 2). | p. 68 | | ✓ |
| G4-EN18 | Intensidade de emissões de GEE. | p. 68 | | ✓ |
| G4-EN20 | Emissão de substâncias destruidoras da camada de ozono, por peso. | Não se aplica. | | - |
| G4-EN21 | Emissões de NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas. | Não se aplica. | | - |
| ASPETO MATERIAL: EFLUENTES E RESÍDUOS | | | | |
| G4-EN22 | Descarga total de água, por qualidade e destino. | p. 70 | | ✓ |
| G4-EN23 | Peso de resíduos produzidos, por tipo e por método de tratamento. | p. 72-73 | | ✓ |
| G4-EN24 | Número e volume total de derrames significativos. | Não existem derrames no período reportado. | | - |
| G4-EN25 | Peso dos resíduos transportados, importados, exportados ou tratados, considerados perigosos nos termos da Convenção de Basileia – Anexos I, II, III e IV e percentagem de resíduos transportados por navio, a nível internacional. | Não se aplica | | - |
| G4-EN26 | Identidade, dimensão, estatuto de proteção e valor para a biodiversidade dos recursos hídricos e respetivos habitats, afetados de forma significativa pelas descargas de água e escoamento superficial. | p. 70-71 | | - |
| ASPETO MATERIAL: PRODUTOS E SERVIÇOS | | | | |
| G4-EN27 | Extensão e mitigação de impactos ambientais de produtos e serviços. | p. 20-21 | | - |
| G4-EN28 | Porcentagem recuperada de produtos vendidos e respetivas embalagens, por categoria. | Não se aplica. | | - |
| ASPETO MATERIAL: CONFORMIDADE | | | | |
| G4-EN29 | Montantes envolvidos no pagamento de coimas significativas e o número total de sanções não monetárias por incumprimento das leis e regulamentos ambientais. | Não foram aplicadas sanções não monetárias por incumprimento dos regulamentos ambientais. | | - |
| ASPETO MATERIAL: GERAL | | | | |
| G4-EN31 | Total de gastos e investimentos ambientais. | Esta informação não está disponível para a totalidade das empresas que constituem a Delta Cafés, SGPS. | | - |
| ASPETO MATERIAL: AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES | | | | |
| G4-EN32 | Novos fornecedores avaliados com critérios ambientais. | p. 15-16; 43 | | - |
| G4-EN33 | Impactos ambientais negativos na cadeia de abastecimento e ações tomadas. | p. 20-21 | | - |
| ASPETO MATERIAL: MECANISMOS DE QUEIXAS E RECLAMAÇÕES RELATIVOS A IMPACTOS AMBIENTAIS | | | | |
| G4-EN34 | Número de reclamações ambientais. | No período reportado não houve registo de reclamações ambientais. | | - |
| ASPETO MATERIAL: EMPREGO | | | | |
| G4 | FORMAS DE GESTÃO GENÉRICAS | p. 51-53 | | ✓ |
| G4-LA1 | Número e taxa de novas contratações e taxa de rotatividade por faixa etária, género e região. | p. 53; 57 | | ✓ |
| G4-LA2 | Benefícios para colaboradores a tempo integral que não são atribuídos aos colaboradores temporários ou a tempo parcial. | p. 61-62 | | - |

TABELA GRI

| INDICADOR | PÁGINA, LINK OU CONTEÚDO | OMISSÕES | JUSTIFICATIVO DA EMISSÃO | VERIFICAÇÃO EXTERNA |
|---|--|--|--------------------------|---------------------|
| ASPETO MATERIAL: RELAÇÕES LABORAIS | | | | |
| G4 | FORMAS DE GESTÃO GENÉRICAS | p. 52-53; 56 | | - |
| G4-LA4 | Prazos mínimos de notificação prévia em relação a mudanças operacionais, incluindo se esse procedimento é mencionado nos acordos de contratação coletiva. | Em caso de mudanças operacionais, os colaboradores são informados com um prazo mínimo de 30 dias. | | - |
| ASPETO MATERIAL: SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO | | | | |
| G4 | FORMAS DE GESTÃO GENÉRICAS | p. 61-62 | | ✓ |
| G4-LA5 | Porcentagem da totalidade da mão-de-obra representada em comissões formais de segurança e saúde, que ajudam no acompanhamento e aconselhamento sobre programas de segurança e saúde ocupacional. | 100% dos colaboradores da Novadelta estão representados na comissão de segurança e saúde. | | ✓ |
| G4-LA6 | Taxa de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos e óbitos relacionados com o trabalho, por região e gênero. | p. 63 | | ✓ |
| ASPETO MATERIAL: FORMAÇÃO E EDUCAÇÃO | | | | |
| G4 | FORMAS DE GESTÃO GENÉRICAS | p. 59 | | ✓ |
| G4-LA9 | Média de horas de formação, por ano, por trabalhador, discriminadas por categoria de funções. | p. 59 -60 | | ✓ |
| G4-LA10 | Programas para a gestão de competências e aprendizagem contínua que apoiam a continuidade da empregabilidade dos funcionários e para a gestão de carreira. | p. 59 | | - |
| ASPETO MATERIAL: DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES | | | | |
| G4 | FORMAS DE GESTÃO GENÉRICAS | p. 15-16; 39 | | ✓ |
| G4-LA12 | Composição dos órgãos sociais da empresa e relação dos trabalhadores por categoria, de acordo com o gênero, a faixa etária, as minorias e outros indicadores de diversidade. | p. 54-57 | | ✓ |
| ASPETO MATERIAL: AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES EM PRÁTICAS LABORAIS | | | | |
| G4 | FORMAS DE GESTÃO GENÉRICAS | p. 15-16; 39 | | - |
| G4-LA14 | Novos fornecedores avaliados com critérios de práticas laborais. | p. 15-16 ; 43 | | - |
| G4-LA15 | Impactos sociais negativos na cadeia de abastecimento e ações tomadas. | p. 20-21 | | - |
| ASPETO MATERIAL: MECANISMOS DE QUEIXAS E RECLAMAÇÕES RELATIVOS A IMPACTOS LABORAIS | | | | |
| G4 | FORMAS DE GESTÃO GENÉRICAS | p. 52-63 | | - |
| G4-LA16 | Número de reclamações relacionadas com práticas laborais. | No período reportado não existem reclamações relacionadas com práticas laborais. | | - |
| ASPETO MATERIAL: INVESTIMENTO | | | | |
| G4-HR1 | Acordos de investimento e contratos com cláusulas sobre direitos humanos. | p. 15-16; 39 | | - |
| ASPETO MATERIAL: NÃO DISCRIMINAÇÃO | | | | |
| G4-HR3 | Número total de casos de discriminação e medidas corretivas tomadas. | No período reportado, não existiram casos de discriminação. | | ✓ |
| ASPETO: LIBERDADE DE ASSOCIAÇÃO E NEGOCIAÇÃO COLETIVA | | | | |
| G4-HR4 | Operações e fornecedores identificados com risco de violação do direito de liberdade de associação e negociação coletiva e medidas tomadas. | Não existiu nenhum caso registado. | | - |
| ASPETO: TRABALHO INFANTIL | | | | |
| G4-HR5 | Operações e fornecedores identificados com risco de trabalho infantil e medidas tomadas. | Não existiu nenhum caso registado. | | - |
| G4-HR6 | Operações e fornecedores identificados com risco de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e medidas tomadas. | Não existiu nenhum caso registado. p. 15-16; 39 | | - |
| ASPETO: PRÁTICAS DE SEGURANÇA | | | | |
| G4-HR8 | Número total de Incidentes que envolvam a violação dos direitos dos povos indígenas e ações tomadas. | Durante o período reportado, não se registou nenhum incidente que envolva a violação dos direitos dos povos indígenas. | | - |

TABELA GRI

| INDICADOR | PÁGINA, LINK OU CONTEÚDO | OMISSÕES | JUSTIFICATIVO DA EMISSÃO | VERIFICAÇÃO EXTERNA |
|---|--|---|--------------------------|---------------------|
| ASPETO MATERIAL: AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES EM DIREITOS HUMANOS | | | | |
| G4-HR10 | Novos fornecedores avaliados com critérios de direitos humanos. | p. 15-16; 43 | | - |
| ASPETO MATERIAL: MECANISMOS DE QUEIXAS E RECLAMAÇÕES RELACIONADAS COM DIREITOS HUMANOS | | | | |
| G4-HR12 | Número de reclamações ambientais, endereçadas e resolvidas através mecanismos de reclamação formais. | No período reportado não se verificou nenhuma reclamação sobre Direitos Humanos. | | - |
| ASPETO: COMUNIDADE | | | | |
| G4-S01 | Operações com programas de envolvimento das comunidades locais. | p. 82-87 | | ✓ |
| ASPETO MATERIAL: ANTI-CORRUPÇÃO | | | | |
| G4-S05 | Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção. | No período reportado não se registaram casos de corrupção. | | - |
| ASPETO MATERIAL: POLÍTICAS PÚBLICAS | | | | |
| G4-S06 | Valor total de contribuições políticas por país e beneficiário. | No período reportado não verificaram contribuições a partidos políticos. | | - |
| ASPETO: CONCORRÊNCIA DESLEAL | | | | |
| G4-S07 | Número total de ações judiciais por concorrência desleal, <i>antitrust</i> e práticas de monopólio, bem como os seus resultados. | No período reportado não se registou nenhum caso. | | - |
| ASPETO: CONFORMIDADE | | | | |
| G4-S010 | Impactos negativos na sociedade, na cadeia de abastecimento e ações tomadas. | p. 20-21 | | - |
| ASPETO MATERIAL: MECANISMOS DE QUEIXAS E RECLAMAÇÕES RELATIVOS A IMPACTOS NA SOCIEDADE | | | | |
| G4-S011 | Número de reclamações relacionadas com impactos na sociedade. | No período de reporte não se registaram reclamações relacionadas com impactos na sociedade. | | - |
| ASPETO MATERIAL: ROTULAGEM DE PRODUTOS E SERVIÇOS | | | | |
| G4 | FORMAS DE GESTÃO GENÉRICAS | p. 42-45 | | ✓ |
| G4-PR1 | Porcentagem de categorias de produtos e serviços significativos para as quais são avaliados impactos na saúde e segurança. | p. 43; 45 | | ✓ |
| G4-PR2 | Número total de não conformidades com regulamentos e códigos voluntários relacionados com impactos na saúde e segurança causados pelos produtos e serviços. | No período reportado não foi reportado nenhuma não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relacionados com impactos na saúde e segurança . | | ✓ |
| ASPETO: PUBLICIDADE | | | | |
| G4 | FORMAS DE GESTÃO GENÉRICAS | p. 42-47 | | - |
| G4-PR7 | 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. | No período reportado não foi registado nenhum incidente resultante de não conformidade com os regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio. | | - |
| ASPETO MATERIAL: PRIVACIDADE DO CLIENTE | | | | |
| G4 | FORMAS DE GESTÃO GENÉRICAS | p. 42-47 | | - |
| G4-PR8 | Número total de reclamações registadas relativas à violação da privacidade de Clientes. | No período reportado não foi registada nenhuma reclamação relativa à violação da privacidade do cliente. | | - |

Ao Conselho de Administração da
Delta Cafés, S.G.P.S., S.A.

VERIFICAÇÃO INDEPENDENTE DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2014

INTRODUÇÃO

Fomos solicitados pelo Conselho de Administração da Delta Cafés, S.G.P.S., S.A. (Delta), para procedermos à verificação independente do “Relatório de Sustentabilidade 2014” (Relatório). A verificação foi efetuada de acordo com as instruções e critérios definidos pela Delta, referidos e divulgados no Relatório, e com os princípios e a abrangência descritos no Âmbito.

RESPONSABILIDADES

O Conselho de Administração da Delta é responsável pela preparação do Relatório e divulgação da informação de desempenho apresentada e seus critérios de avaliação, bem como pelos sistemas de controlo interno, processos de recolha, agregação, validação e relato da mesma. A nossa responsabilidade consiste na elaboração de um relatório contendo o nosso parecer sobre a adequação daquela informação baseada nos procedimentos de verificação independente que efetuámos e por referência aos termos acordados. Não assumimos qualquer responsabilidade perante qualquer outro propósito, pessoas ou organizações.

ÂMBITO

Os nossos procedimentos de revisão foram planeados e executados de acordo com o International Standard on Assurance Engagements 3000 (ISAE 3000), e com referência à Global Reporting Initiative, versão 4 (G4), de forma a obter um grau moderado de segurança sobre a adequação da informação constante do Relatório, bem como dos sistemas e processos que lhe servem de suporte. A extensão dos nossos procedimentos é menor que a de uma auditoria e, por consequência, o nível de fiabilidade é mais baixo, consistindo em indagações e testes analíticos e algum trabalho substantivo.

A nossa verificação teve por âmbito os dados de 2013 e 2014 relativos aos indicadores de desempenho assinalados na tabela GRI constante do Relatório.

Nesta verificação independente, os nossos procedimentos consistiram em:

- (i) Indagações à gestão e principais responsáveis das áreas em análise para compreender o modo como está estruturado o sistema de informação e a sensibilidade dos intervenientes às matérias incluídas no relato;
- (ii) Identificar a existência de processos de gestão internos conducentes à implementação de políticas económicas, ambientais e de responsabilidade social;
- (iii) Verificar numa base de amostra a eficácia dos sistemas e processos de recolha, agregação, validação e relato que suportam a informação de desempenho supracitada, através de cálculos e validação de dados reportados;
- (iv) Confirmar a observância de determinadas unidades operacionais às instruções de recolha, agregação, validação e relato de informação de desempenho;

- (v) Executar, numa base de amostra, alguns procedimentos de consubstanciação da informação, através de obtenção de evidência sobre informação reportada;
- (vi) Comparar os dados financeiros e económicos com os constantes do “Relatório e Contas Consolidadas do exercício de 2014”, auditado pelo auditor financeiro externo;
- (vii) Analisar o processo de definição da materialidade dos temas incluídos no Relatório, de acordo com metodologia descrita;
- (viii) Confirmar a existência de dados e informações requeridos para cumprir com a versão G4 da GRI, na opção ‘De Acordo – Essencial’.

CONFIDENCIALIDADE E INDEPENDÊNCIA

Internamente, a PwC SROC rege-se por regras éticas e deontológicas de confidencialidade e independência bastante rígidas. Assim, em todos os aspetos da nossa colaboração, a Sociedade e os seus colaboradores mantêm estrita confidencialidade da informação obtida no desempenho das suas funções e completa independência face aos interesses da Delta.

Adicionalmente, desenvolvemos o nosso trabalho em alinhamento com os requisitos de independência da norma ISAE 3000, incluindo o cumprimento das políticas de independência da PwC e do código de ética do International Ethics Standards Board of Accountants (IESBA).

CONCLUSÕES

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

Tendo por base a nossa verificação do Relatório e das Diretrizes da GRI G4, com os pressupostos incluídos no âmbito, concluímos que o Relatório inclui os dados e a informação requeridos para o cumprimento da opção ‘De Acordo – Essencial’, prevista na GRI, na sua versão G4.

Lisboa, 23 de setembro de 2015

PricewaterhouseCoopers & Associados, S.R.O.C., Lda.

REPRESENTADA POR

ANTÓNIO JOAQUIM BROCHADO CORREIA, ROC



Obrigado a todos.

FICHA TÉCNICA

COORDENAÇÃO E ELABORAÇÃO

DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

Ana Pinto
Cláudia Portela
João Vinagre

REVISÃO DE CONTEÚDOS

Ana Isabel Carrapiço
Ana Pinto
Amália Palma
Cláudia Portela
Dionísia Gomes
João Vinagre
Miguel Ribeirinho

EMPRESAS AUDITORAS

Ernst & Young
PricewaterhouseCoopers

PROJETO GRÁFICO E PAGINAÇÃO

DIVERGE DESIGN
Lara Domingues
Gonçalo Picanço

FOTOGRAFIAS

Gonçalo Villaverde

DEPÓSITO LEGAL

399279/15

IMPRESSÃO

LISGRÁFICA – Impressão e Artes Gráficas, SA

AGRADECIMENTOS

A equipa Coordenadora do Relatório de Sustentabilidade da Delta Cafés, SGPS agradece o apoio prestado por toda a Administração do Grupo Nabeiro, em especial Dr. Ivan Nabeiro pelo seu envolvimento no presente Relatório, a todos os departamentos que disponibilizaram os dados e às equipas de auditoria da PricewaterhouseCoopers e da Ernst & Young.

Deixamos, ainda, um agradecimento especial à Diverge Design – Grupo Nabeiro Innovation Centre, pela conceção gráfica do Relatório, ao fotógrafo Gonçalo Villaverde e a todos os colaboradores que participaram na sessão fotográfica.

Por último, um agradecimento a todos os que de alguma forma contribuíram para a elaboração deste documento.

PARA QUALQUER ESCLARECIMENTO,

CONTACTE SFF:

DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
comunicação@delta-cafes.pt

Delta Cafés, SGPS, S.A.

Avenida Calouste Gulbenkian, 15
7370-025 Campo Maior
T. 268 699 200
www.delta-cafes.pt



