



# RELATÓRIO DE COMUNICAÇÃO DO PROGRESSO

**A nossa essência Delta está sempre presente em cada plano ou ação: pelas pessoas, pelo ambiente e por um amanhã melhor.**

E assim contamos com cada um, pelo bem-estar de todos.



## I. ÍNDICE

I. ÍNDICE .....	3
II. ÂMBITO E PERIODICIDADE DA PUBLICAÇÃO .....	4
III. MENSAGEM DO PRESIDENTE .....	5
IV. MISSÃO E VALORES .....	6
V. HISTÓRIA E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL .....	8
VI. CRIAÇÃO DE VALOR SUSTENTÁVEL .....	11
6.1 AS NOSSAS ÁREAS DE ATUAÇÃO, OS NOSSOS COMPROMISSOS COM OS ODS .....	11
6.2 COMPROMISSO GLOBAL NETWORK.....	11
6.3 DIREITOS HUMANOS.....	13
6.4 PRÁTICAS LABORAIS.....	14
6.4.1 GESTÃO DE ROSTO HUMANO.....	15
6.4.2 INVESTIR NO DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS.....	17
6.4.3 PARTES INTERESSADAS .....	18
6.4.4 CIDADANIA RESPONSÁVEL .....	19
6.4.5 PRODUTOS E SERVIÇOS SUSTENTÁVEIS.....	22
6.4.6 SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO .....	25
6.5 PROTEÇÃO AMBIENTAL .....	27
6.5.1 OS NOSSOS PROJETOS.....	28
6.5.2 NOVOS DESAFIOS E NOVAS ESTRATÉGIAS.....	28
6.6 ANTICORRUPÇÃO .....	29
VII. DECLARAÇÃO DO CEO .....	31

## II. ÂMBITO E PERIODICIDADE DA PUBLICAÇÃO

A publicação deste Relatório de Comunicação de Progresso 2021 insere-se no compromisso do Grupo Nabeiro/Delta Cafés com o Global Compact e pretende transmitir a forma como a Sustentabilidade, os objetivos de desenvolvimento sustentáveis proposto na agenda 2030 e os 10 princípios estão incorporados no negócio.

O âmbito deste Relatório de Comunicação do Progresso abarca as empresas da Delta Cafés SGPS e, corresponde ao 14.º Relatório de Comunicação de Progresso (COP) para representação do caminho que percorremos para a sustentabilidade.

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 2020 e 31 de dezembro de 2021, em consonância com os compromissos anteriores e com o nosso ADN, ou seja, com uma forte preocupação no desenvolvimento das nossas comunidades.

Acreditamos que ainda temos um longo caminho a percorrer, e que o futuro nos apresentará novos desafios, mas também novas oportunidades, que exploraremos com otimismo.

### III. 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.



## IV. MISSÃO E VALORES

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

Desde 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.

### INTEGRIDADE

Íntegro é aquele cujo caráter é inteiro: não lhe falta nada e nada do que lhe é exterior pode penetrar nele e pervertê-lo. Nós somos íntegros.

### TRANSPARÊNCIA

Transparência é a qualidade do que é transparente, ou seja, do que se deixa ver exatamente como é, sem qualquer diferença, disfarce ou engano. Nós somos transparentes.

### QUALIDADE TOTAL

Como deixou escrito o filósofo, a qualidade é a propriedade em virtude da qual se pode dizer de uma coisa que ela é tal e qual.

O povo, que não estudou filosofia, sabe o que disse o filósofo: do que vende produtos sem qualidade, diz que ele quer vender gato por lebre, fazer passar gato por lebre.

### LEALDADE

Leal para com o outro é o que não viola a lei, ou pacto de comportamento, que acordou com ele.

Essa lei é um compromisso entre ambos.

Nós somos leais; respeitamos integralmente o nosso compromisso com o colaborador, com o público em geral.

### SUSTENTABILIDADE

A sustentabilidade é a qualidade do que é sustentável.

Sustentável é o que se sustenta, se aguenta naquilo que é; não cai aos bocados aos nossos pés, antes do seu período previsível de existência

### HUMILDADE

A violeta é o símbolo da humildade. É linda, mas como que esconde a sua beleza. Somos nós, é quem olha, que temos de olhar bem para nos apercebermos dessa beleza e valor. Não se exhibe para ser vista, só está ali para que quem tem olhos para ver a veja.

Nós somos assim. Estamos aqui. Trabalhamos. Procuramos ser úteis. Com esforço, sentido de bem-fazer, simplicidade. O resto não é connosco.

### RESPONSABILIDADE SOCIAL

Responsável é o que responde pelo que faz ou deixa de fazer, diz ou fica por dizer.

Irresponsável é o que vira as costas e cala.

Todos somos sócios da sociedade. A sociedade é, precisamente, uma comunidade de sócios. Dela todos beneficiamos, para ela todos contribuimos. Respondemos uns perante os outros.

Esta é a nossa postura de vida: a sociedade sabe, por longa experiência, que nós somos responsáveis. Assumimos os nossos deveres e respondemos pelo que fazemos. Podemos olhar todos os sócios olhos nos olhos, com limpidez.

### SOLIDARIEDADE

Solidário é o que está com o outro em alguma situação em que ele precisa de apoio. Pode essa situação ser mais ou menos grave. Mas nunca deixamos o outro sozinho quando ele precisa de nós. E o outro sabe isso.

Todos os que colaboram ou se relacionam connosco sabem que estamos sempre com eles quando necessitam. Somos solidários desde o mais fundo de nós mesmos.

Não queremos mostrar o nosso valor, só queremos ser o que somos e mostrar isso. Somos humildes. Com naturalidade, não para tirarmos partido disso. Não fazemos da humildade uma espécie encoberta de vaidade.

### VERDADE

O que é, é. Eis uma perfeita, e simples, enunciação da verdade. Verdadeiro é o que nunca confunde, no que declara ao outro, o que é com o que não é. Mentiroso é o que deliberadamente engana o outro com essa confusão.

O Grupo Nabeiro presta-se culto à verdade como a uma divindade. Olhando, um por um, todos os valores que ornaram a nossa frente, em cada um lá está a marca da verdade. Ofender a verdade, no Grupo Nabeiro, é ferir todos os valores que compõem o rosto de quem somos.

### IGUALDADE E NÃO-DISCRIMINAÇÃO

A IGUALDADE é um dos três valores fundamentais do ideário político e humanístico da Revolução Francesa. Esse ternário axiológico é, no seu todo, o seguinte: Liberdade, Igualdade, Fraternidade. Na sua unidade profunda esses três valores são indissociáveis. Pretendemos no presente contexto pôr em evidência o valor IGUALDADE, relacionando-o expressamente com o valor da NÃO-DISCRIMINAÇÃO. Discriminar é recusar ostensivamente a Igualdade e a Identidade. É absolutizar a Diferença. É negar que o outro é outro, é pressupor que o outro é

menos do que eu. Ora esse outro é o igual, é livre e é fraterno, ou seja, o outro é o irmão. É a esta luz que a Igualdade como o valor que se assume implica a Não-Discriminação. Esse outro, que é o Igual, não pode ser discriminado. O outro sou eu em outro.

Eis porque promovemos a igualdade de oportunidades e a diversidade como valores essenciais, não praticando qualquer discriminação, direta ou indireta (na admissão, na remuneração, na promoção, no acesso à formação, no despedimento ou na reforma, com base na ascendência, origem ou condição social, idade, género, sexo, orientação sexual, estado civil, situação familiar, património genético, capacidade de trabalho reduzida, deficiência ou doença crónica, nacionalidade, origem étnica, religião, convicções políticas ou ideológicas, filiação sindical ou associativa, ou em qualquer outra base discriminatória. Assim pensamos, assim sentimos, assim praticamos, assim vivemos.

### CONCILIAÇÃO

O Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa é claríssimo na definição do conceito de Conciliação. O termo vem, para o idioma português, do século XVIII (1712).

Conciliação é ato ou efeito de conciliar-se (ou de se conciliarem). Ato ou efeito de apaziguarem-se com; pacificação, acomodação, reconciliação (“depois do arrufo vem a conciliação”). Ato ou efeito de pôr (ou porem-se) de acordo litigantes, ou de harmonizar (ou harmonizarem-se) pessoas desavindas ou discordantes. Isto no essencial. Como se vê, a conciliação não é um facto na origem; é algo que vai acontecendo, que se vai organizando, que se vai promovendo, que se vai construindo. Nela impera o

realismo, o sentido da realidade. A empresa Delta-Cafés não nasceu feita, sem o esforço dos que a criaram e continuam a construí-la. Não é por acaso que a palavra Conciliação tem à cabeça o prefixo “com”. Na Delta-Cafés não se está “sem”, está-se “com”. Neste “estar com”, neste “estar junto”, neste estarem uns com os outros, todos, reside o cerne, o núcleo vivo desta entidade, que é uma empresa, mas que é mais do que uma empresa. No sentido etimológico do termo, é uma assembleia, uma família viva e ativa, a pensar e agir em conjunto. CONCILIAÇÃO é o termo que exprime esta magnífica realidade.

## V. HISTÓRIA E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Em 1961 Rui Nabeiro fundava a Delta Cafés na vila alentejana de Campo Maior. Hoje, pouco mais de meio século volvido, a Delta é uma marca de sucesso no país e no mundo, sendo um claro exemplo de pioneirismo, inovação e vontade empresarial.

A evolução sustentada da Delta Cafés mostra a forma como a marca se foi introduzindo ativamente no mercado, antecipando oportunidades e implementando diversas mudanças. Foi assim que, a partir da segunda metade dos anos 70, a estrutura comercial se consolidou de forma decisiva, o que viria a originar, já em 1984, a separação entre as atividades comercial e industrial, sendo a primeira assegurada pela empresa Manuel Rui Azinhais Nabeiro, Lda. e a segunda desenvolvida pela Novadelta, Comércio e Indústria de Cafés, Lda.

A emergência de novas tipologias de negócio, a necessidade de desenvolvimento de novos produtos de qualidade e a crescente exigência da prestação de um serviço alargado a áreas complementares ao café, implicaram o redesenho do negócio. Em 1998 a reengenharia operada no Grupo Nabeiro-Delta Cafés levou à constituição de 28 empresas, abrangendo estas os mais variados setores, organizados por áreas estratégicas: Indústria, Serviços, Comércio, Agricultura, Imobiliário, Hotelaria e Distribuição. Graças a esta reorganização, as empresas do Grupo Nabeiro têm evoluído de forma contínua e sólida.

A Delta Cafés tem vindo a adotar uma estratégia de inovação incremental, de carácter ativo, o que exige um considerável esforço e envolvimento transversal por parte do Grupo Nabeiro. Para dar corpo a essa estratégia, a marca aposta na capacidade de design, na qualidade dos seus recursos e no investimento contínuo em novos métodos de produção, garantindo melhorias ao nível dos processos e elevando a qualidade dos produtos.

A maioria das inovações geradas na empresa são, muitas vezes, fruto de uma assimilação de conhecimentos resultantes da aprendizagem ao longo do processo produtivo (*learning-by-doing*), da utilização dos produtos (*learning-by-using*) e também pela interação entre marca e os consumidores (*learning-by-interacting*). No entanto, ao longo dos últimos anos tem-se vindo a verificar um aumento do investimento em Inovação e Desenvolvimento.

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 a inovação no Grupo Nabeiro-Delta Cafés, como forma de sustentar o crescimento económico e social da empresa.

Inventar, idealizar, conceber, diversificar, renovar, desenvolver e criar são sinónimos da palavra “inovar”. Na Delta Cafés sempre sentimos necessidade de inovar, acrescentando valor ao mercado, aos nossos clientes e consumidores.

Novos serviços, embalagens e conceitos têm vindo a ser desenvolvidos ao longo dos anos. Mas quisemos sempre mais. Quisemos, sobretudo, criar tendências, para nós o verdadeiro significado de inovação.

Um claro exemplo da nossa permanente atenção aos mercados e vontade de antecipar tendências foi a criação da Delta Q em finais de 2007. Apenas cinco anos depois, em 2012, a marca de café em cápsulas do Grupo Nabeiro alcançava a liderança daquele segmento de consumo em Portugal.

O ritmo de dinamismo e inovação não mais cessou até aos nossos dias.

Tal como o Delta Q, também a Delta Cafés lidera o mercado nacional do setor – distribuição moderna e canal Horeca – de forma continuada desde meados da década de 90 do último século.

A nossa força está na aposta permanente em inovação e qualidade. Mantemos a competitividade e a excelência graças ao desenvolvimento de um negócio global e um código de ética assente na transparência, integridade no negócio e particular atenção com as origens do café.

*Vamos continuar a trabalhar, pois, “Acreditamos na nossa equipa. Acreditamos no futuro. O nosso profundo agradecimento aos clientes, fornecedores, colaboradores e restantes partes interessadas pela confiança e trabalho que desenvolvemos em conjunto. Prometemos dar o nosso melhor para continuarmos a ser merecedores da confiança depositada em nós”.*

A partir da segunda metade dos anos 70, a estrutura comercial da Delta Cafés consolidou-se de forma decisiva, encarando de forma serena as novas exigências do mercado: desenvolvimento de novos produtos e serviços de qualidade global.

É neste contexto que surge em 1984 a separação da atividade comercial, assegurada pela empresa Manuel Rui Azinhais Nabeiro Lda., da atividade industrial desenvolvida pela Novadelta.

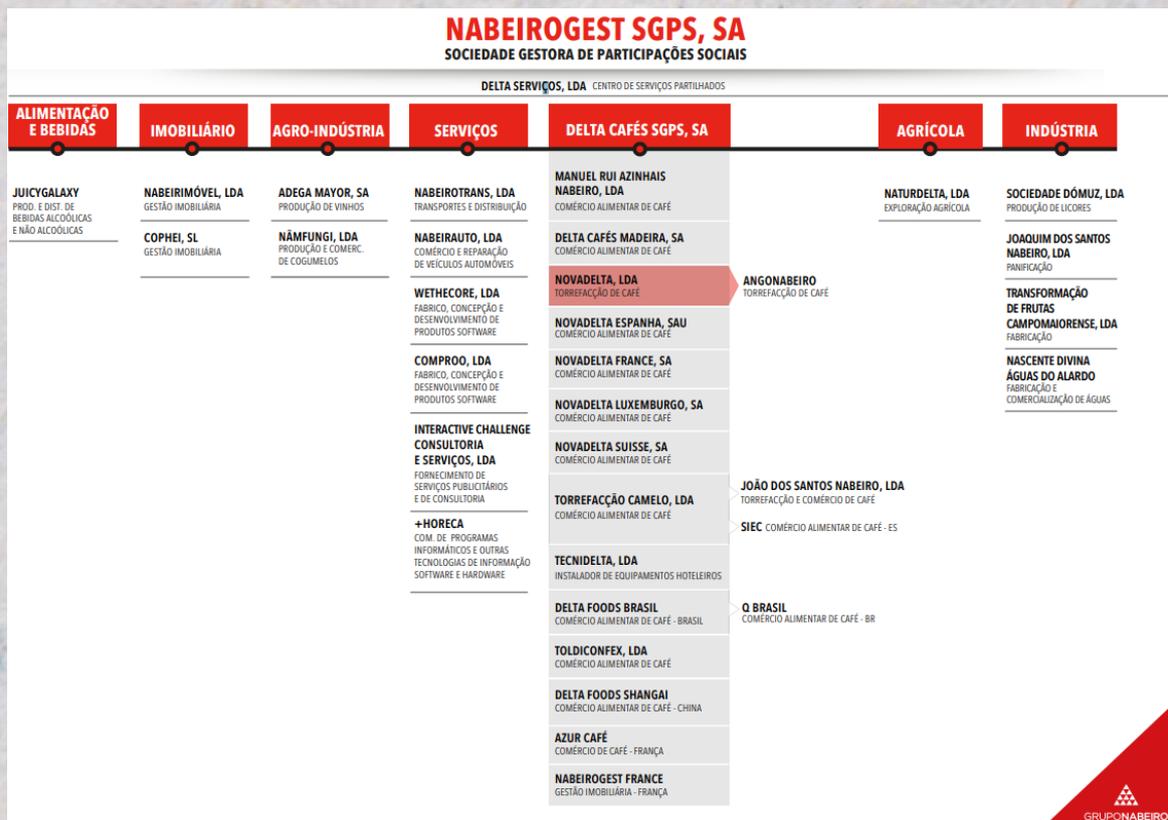
A DELTA CAFÉS, NA PESSOA DO SEU FUNDADOR, MANUEL RUI AZINHAIS NABEIRO, TRANSPORTOU PARA O MODELO DE NEGÓCIO A ESSÊNCIA RELACIONAL DA MAGIA DO CAFÉ.

CONHECEDOR DO MERCADO DO CAFÉ E EMPREENDEDOR POR NATUREZA, RUI NABEIRO DECIDE EM 1961 CRIAR A SUA PRÓPRIA MARCA DE CAFÉS. NA VILA ALENTEJANA DE CAMPO MAIOR, NUM PEQUENO ARMAZÉM COM 50 METROS QUADRADOS E SEM GRANDES RECURSOS, INICIA A ATIVIDADE COM APENAS DUAS BOLAS DE TORRA DE



Volvidos mais de 60 anos a marca afirma-se como um exemplo de pioneirismo, inovação e vontade empresarial.

Com diferentes áreas de negócio, a Nabeirogest é a holding do Grupo Nabeiro constituído atualmente por 35 empresas, organizadas por 7 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.

## VI. CRIAÇÃO DE VALOR SUSTENTÁVEL

### 6.1 AS NOSSAS ÁREAS DE ATUAÇÃO, OS NOSSOS COMPROMISSOS COM OS ODS

Trabalhamos ativamente para a concretização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas e, continuámos determinados em contribuir para o desenvolvimento sustentável. Os resultados gerados pelas iniciativas implementadas nos últimos 4 anos, agregadas em 9 áreas de atuação, traduzem o nosso contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.



### 6.2 COMPROMISSO GLOBAL NETWORK

Fruto da filosofia do seu fundador, Manuel Rui Azinhais Nabeiro, cria condições para o desenvolvimento sustentável das populações, com especial incidência na sua terra natal, a vila alentejana de Campo Maior.

O modelo de criação de valor sustentável assenta numa cultura colaborativa e de iniciativa, de trabalho em equipas 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 *benchmarking* 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 económica, social e ambientalmente 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.

A Delta Cafés SGPS, S.A. reconhece sua responsabilidade em respeitar e apoiar os Direitos Humanos no ambiente de trabalho e em toda sua área de influência.

Por essa razão, apoia a não discriminação e a diversidade, promove o desenvolvimento profissional e estimula o balanço entre vida profissional e pessoal. Também procura responder aos desafios urgentes em Direitos Humanos e realizar ações que contribuam para o desenvolvimento social do nosso país.

O grupo Nabeiro dispõe de diversas ferramentas de prevenção, implementação e controlo que visam assegurar a atuação de acordo com os seus princípios e valores, destacando-se o Código de Conduta e Ética, o Sistema de Gestão de Responsabilidade Social, os Princípios Orientadores de Negócio, o Compromisso Social e os Planos de Gestão de Riscos.



#### Princípio 1

As empresas devem apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos, reconhecidos internacionalmente;

#### Princípio 2

Garantir a sua não participação em violações dos direitos humanos.



#### Princípio 3

As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo à negociação coletiva;

#### Princípio 4

A abolição de todas as formas de trabalho forçado e obrigatório;

#### Princípio 5



#### Princípio 7

As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;

#### Princípio 8

Realizar iniciativas para promover a responsabilidade ambiental;

#### Princípio 9

Encorajar o desenvolvimento e a



#### Princípio 10

As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, incluindo extorsão e suborno.

Abolição efetiva do trabalho infantil;

difusão de tecnologias amigas do ambiente.

### Princípio 6

Eliminação da discriminação no emprego.

## 6.3 DIREITOS HUMANOS

### Princípio 1

As empresas devem apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos, reconhecidos internacionalmente;

### Princípio 2

Garantir a sua não participação em violações dos direitos humanos.

O Código de Conduta Ética expressa o compromisso do Grupo Nabeiro com as preocupações diárias, a eficiência e o crescimento económico. Aplica-se a todas as empresas e colaboradores do Grupo Nabeiro/Delta Cafés, independentemente do seu vínculo laboral ou posição hierárquica que ocupem. Incluem-se também fornecedores, subfornecedores, subcontratados e prestadores de serviços.

O Código é o instrumento no qual se descrevem os valores, os princípios éticos e as normas de conduta que pautam a atuação do Grupo Nabeiro, reforçando a lei, políticas e regulamentos dos setores de atividade nos quais o Grupo se insere.

Visa também consolidar o compromisso do Grupo no âmbito dos Sistemas de Gestão Integrados (Responsabilidade Social - SA8000; Sistema de Gestão da Qualidade- ISO 9001; Sistema de Gestão Ambiental-ISO 14001 e EMAS; Sistema de Segurança Alimentar- FSSC22000; Sistema de Gestão da Segurança e Saúde do Trabalho - ISO45001) bem como, as convenções da OIT e Declaração Universal dos Direitos do Homem.

O código de Conduta e Ética é entregue aos colaboradores aquando da sua admissão no grupo e, encontra-se disponível no site ([www.deltacafes.pt](http://www.deltacafes.pt)).

### ACOMPANHAMENTO DA APLICAÇÃO DO CÓDIGO

A Equipa de Desempenho Social (EDS) cuja constituição é designada pelo Conselho de Administração do Grupo Nabeiro, é a entidade responsável pela implementação e acompanhamento do presente Código, pela sua interpretação e esclarecimento de dúvidas. A EDS é ainda responsável por zelar pelo seu cumprimento e por resolver qualquer questão relacionada com o seu incumprimento, tomando as providências que considere adequadas.



Qualquer parte interessada poderá dirigir-se à EDS para solicitar esclarecimentos, apresentar reclamações ou denunciar qualquer outra situação irregular que possa constituir uma violação ou incumprimento das normas gerais refletidas no Código.

**REQUISITOS QUE ESTÃO NA BASE DA SA 8000:**

- Trabalho infantil
- Trabalho forçado
- Saúde e segurança
- Liberdade de associação e direito à negociação coletiva
- Discriminação
- Práticas disciplinares
- Horário de trabalho

## 6.4 PRÁTICAS LABORAIS

### Princípio 3

As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo à negociação coletiva;

### Princípio 4

A abolição de todas as formas de trabalho forçado e obrigatório;

### Princípio 5

Abolição efetiva do trabalho infantil;

### Princípio 6

Eliminação da discriminação no emprego.

A missão da empresa e os valores encontram-se adequados à nossa realidade, 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 as nossas pessoas. A seleção, qualificação e avaliação dos nossos parceiros depende da observação das normas de qualidade, ambiente, segurança alimentar, segurança no trabalho, responsabilidade social e dos Princípios Orientadores de Negócio, para garantir que os nossos produtos e serviços obedecem de forma integral ao mesmo padrão ético.

Além disso a empresa investe no desenvolvimento contínuo oferecendo a avaliação de desempenho, bem como a consciencialização acerca dos Direitos Humanos.



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 PRÁTICA E QUE SE ESPELHA, INCLUSIVAMENTE, NO CONTACTO DIRETO COM A ADMINISTRAÇÃO E NO SEU CONHECIMENTO DE CADA COLABORADOR, DAS SUAS NECESSIDADES E MOTIVAÇÕES.

### 6.4.1 GESTÃO DE ROSTO HUMANO

A chave do nosso sucesso são as pessoas e o envolvimento com a marca, que resulta da relação de proximidade que praticamos.

Há uma gestão de pessoas pela proximidade, que se traduz no contacto direto com a administração, no conhecimento de cada colaborador e das suas necessidades e motivações.

Capital humano ao serviço do desenvolvimento do negócio A gestão de recursos humanos visa satisfazer as necessidades da Delta Cafés, selecionando, potenciando e capacitando os melhores

talentos. Procuramos colmatar as necessidades dos colaboradores, aumentar as suas competências e criar condições para o seu desenvolvimento pessoal e profissional, procurando estimular a sua criatividade e iniciativa pessoal, na prossecução dos objetivos da organização empresarial, sempre a pensar nas pessoas.

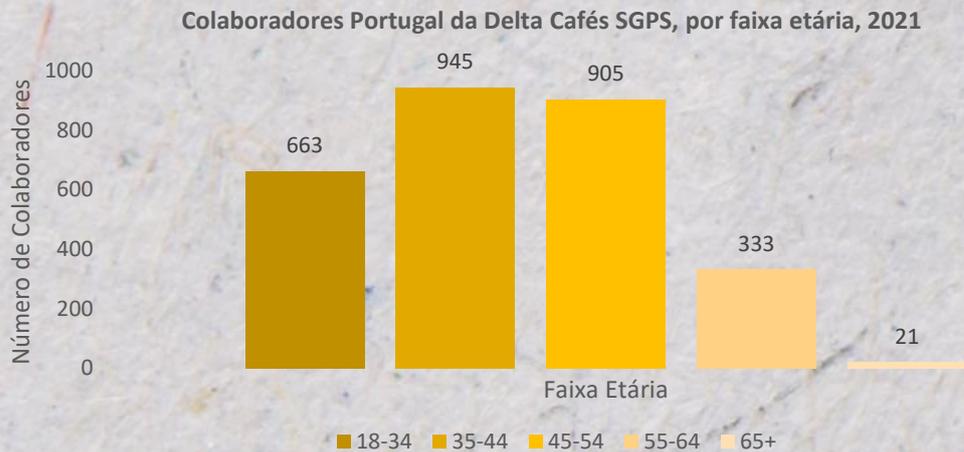


#### Os Nossos Colaboradores da Delta Cafés SGPS, SA

Manuel Rui Azinhais Nabeiro	1503
Novadelta Lda	511
Tecnidelta	143
Novadelta Espanha	272
Azur Cafe	10
Novadelta Suisse	29
Delta Cafés Madeira	44
Novadelta Luxemburgo	23
Toldiconfex	140
Delta Foods Shangai	1

Novadelta France	59
Torrefação Camelo	113
João dos Santos Nabeiro	19

Dados referentes a 31 de dezembro de 2021.



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.

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.

## 6.4.2 INVESTIR NO DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS

O Grupo Nabeiro/Delta Cafés considera que o conhecimento é um dos alicerces do desenvolvimento organizacional. Apostar no saber dos colaboradores é dar sustentação para o crescimento do Grupo, permitindo assegurar que a sua força de trabalho é cada vez mais eficaz e eficiente e que, em cada momento, é capaz de fazer face aos objetivos estratégicos.



O investimento do Grupo Nabeiro na área da formação tem como premissa o alinhamento com os objetivos e as diretrizes estratégicas a atingir, existindo para isso um compromisso partilhado.

A participação contínua dos colaboradores em ações de formação tem como objetivo garantir a capacidade da empresa para dar resposta adequada a novas exigências organizacionais, através do desenvolvimento das competências e motivações necessárias e, ao mesmo tempo impulsionar um ambiente de trabalho saudável e realizador.

O desenvolvimento de forma estruturada e orientada de competências, permitiu a adequação do capital humano aos novos desafios e contextos e foi base de sustentação das evoluções, mudanças e consolidações em diferentes áreas do Grupo em 2021. O Centro de Graduação tem vindo a assumir-se como um verdadeiro pivot estratégico na qualificação e valorização de colaboradores, clientes, consumidores e comunidade.

Com o desenvolvimento de competências estamos a promover pessoas capazes de enfrentar melhor os desafios num mercado de trabalho cada vez mais exigente. Hoje, como no passado, acreditamos que qualificar é construir um futuro melhor.

Volume de horas de formação anual por género, 2021



## Horas de formação por Empresa

Manuel Rui Azinhais Nabeiro	8745
Novadelta Lda	19800
Tecnidelta	502
Novadelta Espanha + SIEC	1840
Azur Café	n/d
Novadelta Suisse	n/d
Delta Cafés Madeira	304
Novadelta Luxemburgo	0
Toldiconfex	316
Delta Foods Shangai	0
Novadelta France	n/d
Torrefação Camelo	544
João dos Santos Nabeiro	0

Dados referentes a 31 de dezembro de 2021.

### 6.4.3 PARTES INTERESSADAS

Sabemos a importância que a comunicação tem para a nossa empresa e o seu impacto na satisfação das nossas pessoas. Com o intuito de definir estratégias que garantam resposta às necessidades e expectativas das partes interessadas e minimizem o impacto da atividade na organização, o Grupo Nabeiro/Delta Cafés definiu um procedimento documentado para proceder à sua identificação, avaliação e auscultação.

Efetivamente, a importância abrangente da comunicação é um fator crucial, impactando processos, fluxos e procedimentos, mas sobretudo garantindo a criação, dinamização e divulgação da cultura e valores da empresa, e dos seus projetos e objetivos.

Mais do que isso, a comunicação permite aproximar culturas, geografias e áreas de negócio tão dispersas geograficamente quanto diferentes.

Foi por essa razão que 2016 criámos um grupo de trabalho que desenvolveu algumas iniciativas prévias que tinham como objetivo macro, criar e implementar uma estratégia de comunicação interna para o Grupo Nabeiro – “Somos Grupo Nabeiro”.

Esta estratégia, passou pela definição de pivôs de comunicação interna em todas as empresas do Grupo Nabeiro. O que permitiu disseminar no Grupo Nabeiro uma comunicação sistematizada e atempada a todos os colaboradores. Com as partes interessadas, promovem uma política de comunicação informativa, respeitando os princípios da transparência, da qualidade de informação relacionada com os produtos, serviços, rotulagem e conteúdos promocionais, promovendo a emergência do “Consumo Responsável”. O nosso website [www.deltacafes.pt](http://www.deltacafes.pt) contém informação relevante sobre a nossa empresa.

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.

O projeto **REGULAMENTO PROVEDOR DE CLIENTE INTERNO** continua sendo uma entidade que funciona como um meio para apreciação de sugestões e reclamações de clientes internos, tendo como principais atribuições:

- A defesa e promoção** dos direitos, garantias e interesses legítimos dos nossos clientes internos;
- A proposta** para adoção de medidas que contribuam para a melhoria continua;
- A criação** de um clima de diálogo e relacionamento consensual na solução e mediação de possíveis diferendos.

#### 6.4.4 CIDADANIA RESPONSÁVEL

Somos, por génese, uma marca humana, verdadeiramente comprometida com o bem-estar da humanidade. Por isso, continuamos empenhados em investir no progresso da nossa comunidade local, apoiando as franjas mais vulneráveis da sociedade. Fazemo-lo com a participação de todos os colaboradores da Delta, através do voluntariado empresarial e de um conjunto de serviços e projetos empenhados em contribuir para a valorização das pessoas e do seu espírito empreendedor.

##### **Apoiar os seniores portugueses**

Com o envolvimento nacional dos nossos colaboradores continuámos a melhorar a vida da população sénior portuguesa com ações semanais promotoras de um envelhecimento ativo e com a doação de cabazes alimentares, equipamentos e ajudas técnicas.

Foi em 2011 que o projeto Tempo para Dar nasceu, com o objetivo de melhorar a qualidade de vida da população mais velha de Portugal, minimizando a solidão sentida e respondendo a necessidades de produtos específicos para esta faixa etária.

O projeto, de âmbito nacional, tem o envolvimento ativo dos nossos colaboradores, que ao longo dos anos têm mostrado um forte sentido de solidariedade. Para além da participação em



ações de voluntariado, os nossos colaboradores promovem ainda iniciativas de angariação de fundos. Com os fundos angariados tem sido possível apoiar os idosos com a compra de cabazes

alimentares, fraldas, bens e equipamentos, e outras ajudas técnicas.

O gabinete Tempo Para Dar, está sediado em Campo Maior, e é em Campo Maior que são realizadas dinâmicas semanais com vários grupos de idosos para promover de forma efetiva o envelhecimento ativo. As necessidades são sinalizadas pelos voluntários, por instituições parceiras ou por qualquer força viva da comunidade.

O Tempo Para Dar continua a reunir esforços no sentido de chegar cada vez mais a quem precisa, contribuindo para o aumento da qualidade e dignidade de vida dos idosos.

### **Apoiar o bem-estar da comunidade local**

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

Apresentamos em seguida exemplos de alguns serviços prestados no Coração Delta

## **SAÚDE**

### **Serviço de intervenção precoce**

A Equipa Local de Intervenção (ELI) de Campo Maior, Arronches e Monforte atua nos concelhos referidos de acordo com os princípios do Sistema Nacional de Intervenção Precoce na Infância (SNIPI) e tem como entidade promotora a Associação Coração Delta.

O SNIPI tem a missão de garantir a Intervenção Precoce na Infância (IPI), entendendo-se como um conjunto de medidas de apoio integrado centrado na criança e na família, incluindo ações de natureza preventiva e reabilitativa, no âmbito da educação, da saúde e da ação social (Decreto-lei 281/09 de 6 de outubro). Abrange crianças desde o nascimento até aos 6 anos com Alterações nas funções ou estruturas do corpo ou Risco grave de atraso de desenvolvimento.

A ELI é constituída por uma equipa multidisciplinar formada por técnicos de diferentes áreas: educador de infância, terapeuta da fala, terapeuta ocupacional, técnico de reabilitação psicomotora, psicólogo e técnico de serviço social que acompanham as crianças e respetivas famílias em diferentes contextos (domicílio, creche, jardim de infância).

### **Serviço Apoio ao Desenvolvimento de Crianças e Jovens**

O Serviço de Apoio ao Desenvolvimento de Crianças e Jovens (SADCJ) presta apoio a crianças dos 6 anos aos 18 anos com necessidades educativas especiais e/ou com problemas emocionais e comportamentais, que frequentam o Agrupamento de Escolas de Campo Maior. Pretende-se com este serviço continuar a dar respostas às famílias que beneficiaram anteriormente do



Serviço Nacional de Intervenção Precoce na Infância (SNIPI). As principais atividades desenvolvidas pelo SADCJ são:

- ▲ Acompanhamento psicológico individualizado
- ▲ Avaliações psicológicas
- ▲ Psicomotricidade

## EDUCAÇÃO

### Centro Educativo Alice Nabeiro e pré-escolar

É dirigido a crianças dos 3 aos 12 anos. Implementado no concelho de Campo Maior, tem como principal objetivo a educação das crianças desta faixa etária, abrangendo a aprendizagem de diversas áreas como a filosofia para crianças, natureza da matemática, inglês, expressão dramática e arte, entre outras. Promove ainda campos de férias e semanas temáticas para este público-alvo.

### Rastreio auditivo e de higiene oral

Realizamos o rastreio auditivo, oftalmológico e de higiene oral a crianças de 6 anos que entram para o 1.º ano do ensino básico em Campo Maior. Com esta iniciativa pretendemos identificar

eventuais problemas que possam condicionar a saúde e aprendizagem futura das crianças. O GRISI (Grupo de Rastreio e Intervenção da Surdez Infantil), em conjunto com um docente e alunos do curso de Audiologia da Escola Superior de Tecnologias da Saúde e apoiados localmente pelo Coração Delta, têm vindo a fazer desde 2006 o rastreio das crianças de 5/6 anos do concelho de Campo Maior, antes da entrada no 1.º ano.



## AÇÃO SOCIAL

### CLDS 3 G

O segundo dos 3 eixos deste programa – intervenção familiar e parental, preventiva da pobreza infantil, esta direcionado a crianças entre o pré-escolar e o 3.º ciclo de escolaridade.

Abrangeu, entre 2015 e 2018, 3904 crianças e jovens que receberam educação para hábitos de alimentação saudável e participaram em diversas atividades lúdico-pedagógicas.

### Banco de Roupas

O Banco de Roupas surgiu através de um grupo de colaboradores, consistindo na recolha de roupa e brinquedos, depois entregues a instituições que trabalham com crianças e jovens, e a agregados familiares a nível nacional.

### 6.4.5 PRODUTOS E SERVIÇOS 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.



A preocupação com a sustentabilidade nas origens, é um propósito do Grupo Nabeiro, neste sentido adquirimos matérias-primas com certificações sustentáveis, das quais destacamos:

#### UTZ

A UTZ Certified é uma certificação de sustentabilidade para café, cacau e chá trabalhando em conjunto com marcas existentes, de entre as quais a Delta Cafés. Os agricultores podem melhorar a produtividade, a qualidade e a eficiência dos produtos com o cuidado das pessoas e do meio ambiente. Os consumidores podem desfrutar da sua marca favorita e simultaneamente contribuir para um mundo sustentável.

A UTZ representa uma agricultura sustentável e melhores oportunidades para agricultores, as suas famílias e nosso planeta. O programa UTZ permite aos agricultores aprender melhores métodos de cultivo, melhorar as condições de trabalho e cuidar melhor dos seus filhos e do meio ambiente. Através do programa UTZ, os agricultores cultivam melhores culturas, geram mais renda e criam melhores oportunidades, salvaguardando o meio ambiente e protegendo os recursos naturais da Terra.

#### CAFÉ BIOLÓGICO

O método de produção biológica combina as melhores práticas ambientais que contribuem para um aumento de biodiversidade e a preservação dos recursos naturais. É um método de produção que utiliza substâncias e processos naturais contribuindo para a produção de bens amigos do ambiente.

Para os agricultores em MBP (método de produção biológica), o respeito pelos sistemas e ciclos da natureza são uma das principais preocupações: assegurar a saúde do solo, água, fauna e flora, contribuir para um elevado nível de biodiversidade e utilizar responsabilmente a energia e recursos naturais (água, solo, matéria orgânica e ar são cruciais). Não é permitida a utilização de qualquer tipo de substância química.

## CAFÉ da COLÔMBIA

A Federação Nacional de Café da Colômbia trabalha continuamente na melhoria das condições de vida dos agricultores colombianos, das suas famílias e no desenvolvimento das explorações de café de Colômbia.

Este trabalho consolidou a Federação como uma instituição que promove o desenvolvimento social, produtivo, ambiental, educativo e de infraestruturas básicas nas regiões cafeeiras.

As ações e programas desenvolvidos valeram o reconhecimento nacional e internacional da Federação como uma instituição líder, eficiente e transparente. Com o passar dos anos, os programas de sustentabilidade da federação envolveram não só os produtores de café e as suas comunidades, mas também clientes através de alianças, diversos elementos do governo colombiano a nível nacional, regional e local bem como diversas entidades de cooperação internacional. Graças à sua capacidade de gestão nas zonas rurais do país, a FNC articula esforços, desenha e gera programas inovadores que vão ao encontro das necessidades dos agricultores, garantindo a sustentabilidade.

## FAIRTRADE

“Fairtrade” significa “comércio justo” e, é justamente isto. Surgiu na década de 60, a certificação Fairtrade representa uma iniciativa que congrega responsabilidade social, sustentabilidade e competitividade para pequenos e médios produtores. A Fairtrade Labelling Organizations (FLO) é uma sociedade comercial sem fins lucrativos com base na responsabilidade social e que tem como finalidade garantir a equidade no comércio internacional.

O comércio justo é um movimento social cujo objetivo declarado é ajudar os produtores nos países em desenvolvimento a alcançar melhores condições comerciais e promover a agricultura sustentável. O comércio justo é fundamentado em três crenças fundamentais; primeiro, os produtores têm o poder de expressar a unidade com os consumidores. Em segundo lugar, as práticas de comércio mundial que atualmente existem promovem a distribuição desigual da riqueza entre as nações. Por fim, comprar produtos de produtores em países em desenvolvimento a um preço justo é uma maneira mais eficiente de promover o desenvolvimento sustentável do que a ajuda tradicional.

A certificação funciona como uma cadeia, onde todos são certificados, não só o produtor, mas as indústrias também, de forma que toda a cadeia produtiva siga as regras do comércio justo.

## RAINFOREST-ALLIANCE

A Rainforest Alliance trabalha para conservar a biodiversidade e garantir meios de subsistência sustentáveis através da transformação de práticas de uso do solo, práticas comerciais e comportamento do consumidor. As empresas, cooperativas e proprietários de terras que participam nos programas Rainforest-Alliance possuem padrões rigorosos que conservam a biodiversidade e proporcionam meios de subsistência sustentáveis.

Esta Certificação baseia-se nos três pilares da sustentabilidade: proteção ambiental, equidade social e viabilidade económica, isto significa que os produtos que têm este símbolo foram produzidos através de práticas e métodos ambiental e socialmente responsáveis.

## HALAL

Halal no idioma árabe significa permitido, autorizado, lícito, ou seja, está de acordo com as regras estabelecidas pela Lei Islâmica (Shariah) que rege os costumes e a vida diária dos muçulmanos.

A Certificação Halal consiste num processo pelo qual a Mesquita Central de Lisboa (organização islâmica reconhecida) certifica a aptidão da indústria em praticar os procedimentos Halal, ou seja, produzir, armazenar e comercializar produtos destinados aos consumidores muçulmanos. O Certificado Halal “é um documento fiel de garantia emitido por uma instituição certificadora Halal reconhecida por países islâmicos, para atestar que a empresa, processo e os produtos seguem os requisitos legais e critérios determinados pela jurisprudência islâmica (Sharia)”

A Certificação Halal atesta que os produtos respeitaram estas regras em todas as suas etapas de produção e industrialização.

Deste modo, quando um consumidor islâmico adquire um produto com a certificação Halal, saberá que ele foi produzido respeitando as regras estabelecidas pela sua religião.

## CERTIF

Num mercado em que a concorrência é cada vez maior, a certificação de Produtos é um fator que marca a diferença e assegura a preferência dos compradores.

É por isso que o número de produtos com certificação não pára de aumentar em todo o mundo.

A Certificação de Produto é o reconhecimento, dado por um organismo certificador independente no âmbito do Sistema Português da Qualidade, que declara que um Produto está em conformidade com os requisitos específicos e legais aplicáveis. A certificação de produtos é um instrumento que permite demonstrar de uma forma imparcial e credível a qualidade, a fiabilidade e a performance dos seus produtos na medida em que:

- atesta a qualidade do produto,
- permite evidenciar o cumprimento de requisitos regulamentares.

A Certificação de Produto difere das outras certificações pois, estas últimas estão orientadas para os processos de gestão e produção, enquanto a certificação do produto está diretamente orientada para o processo de controlo das características do produto e seu desempenho.

## 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

- Fornecedoros
- 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 CO<sub>2</sub>.



### 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

- Fornecedoros
- Colaboradores
- Comunidade local
- Estado
- Investidores



### 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.

### 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
- Fornecedoros
- Estado



### 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).

### PRESEÇA 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, facilita 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

- Fornecedoros
- Comunidade

### IMPACTOS POSITIVOS

- Promoção do desenvolvimento das comunidades.
- Fomento do espírito de empreendedor nas crianças e jovens.
- Promoção da aquisição de competências na comunidade local.

### PARTE INTERESSADA IMPACTADA

- Clientes
- Colaboradores
- Comunidade
- Estado

## 6.4.6 SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO

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.

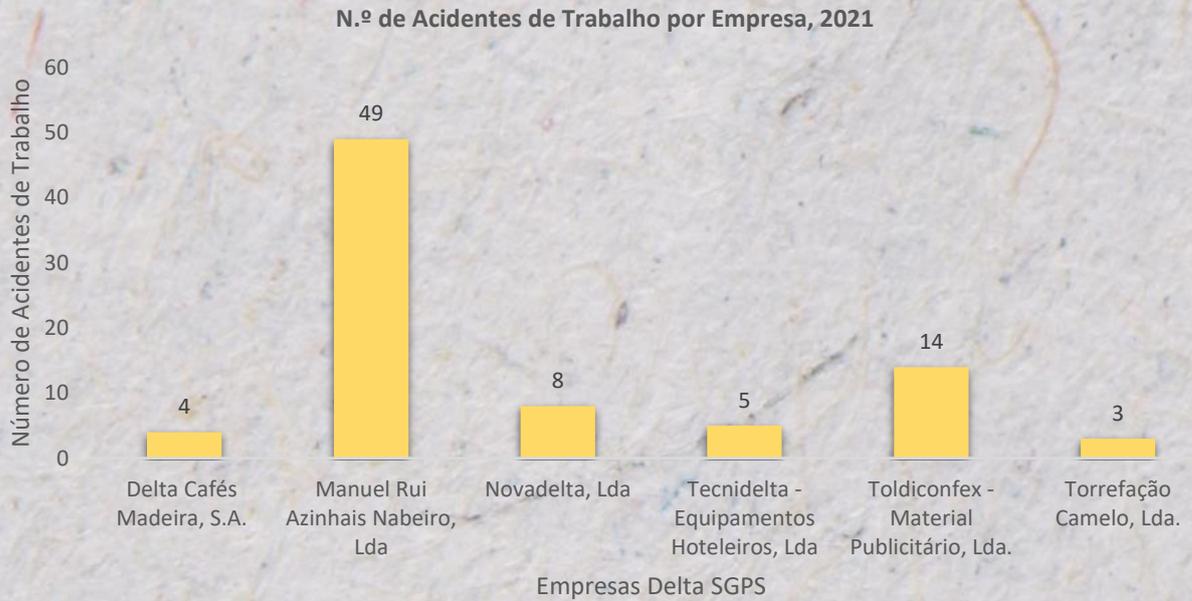
Ao abrigo de protocolos celebrados com o Grupo, realizámos também alguns rastreios à comunidade, nomeadamente de audição a todas as crianças de Campo Maior com 6 anos e de higiene oral.

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.

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.

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



## 6.5 PROTEÇÃO AMBIENTAL

**Princípio 7**

As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;

**Princípio 8**

Realizar iniciativas para promover a responsabilidade ambiental;

**Princípio 9**

Encorajar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias amigas do 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.

O Sistema Gestão Ambiental (SGA) da Novadelta Lda. é um sistema sólido sobre a premissa de melhoria contínua no respeito pelo ambiente, demonstrado através de diferentes certificações e verificações baseadas em normas internacionais e, validado por entidades certificadoras de referência.

Como sinónimo das preocupações ambientais, que vão além do cumprimento legal, a Novadelta Lda. obtém desde 2007 a Certificação do seu SGA segundo a norma NP EN ISO 14001 e, desde 2009 que possui a verificação de acordo com os requisitos do Sistema Comunitário de Eco-Gestão e Auditoria EMAS promovido pela Comissão Europeia, aplicável a todas as organizações interessadas em mitigar e diminuir o seu impacto ambiental.

O SGA é o conjunto de processos, práticas, métodos e meios que permitem à organização desenvolver uma abordagem sistematizada e aperfeiçoar as suas práticas de gestão ambiental, nomeadamente:

**Minimizar os Riscos Ambientais**, protegendo o ambiente e como resposta a alterações nas condições ambientais em equilíbrio com as necessidades sócio-económicas.

**Aproveitamento de sinergias entre negócios** e melhorias nas políticas e na simplificação de procedimentos (sistema de gestão).

Aumento de competências através de ações de **Formação e Sensibilização** ambiental aos colaboradores.

**Envolvimento e Satisfação das Partes Interessadas.**

**Posicionamento do Grupo Delta-Cafés em questões de Sustentabilidade e reforço da imagem socialmente responsável.**



O SGA abrange a gestão de matérias-primas, energia, água, emissões atmosféricas, resíduos, ruído, impacto visual e efluentes residuais, mantendo o equilíbrio entre as exigências económicas e o desenvolvimento ambiental e social.

A sua monitorização permite que, ano após ano, se estabeleçam objetivos de desempenho e se implementem medidas de melhoria na Novadelta. A concretização e compromisso de melhoria contínua do SGA são assegurados em ciclos anuais de planeamento, implementação, verificação e revisão da estratégia.

### 6.5.1 Os Nossos Projetos

#### SÍMBOLO DE MÉRITO ECOLÓGICO COM A CERTIFICAÇÃO CTT

O programa de Correio Publicitário Sustentável traduz um conjunto de medidas que visam a utilização do canal Marketing Direto de forma ecológica (ECO), através de incentivos às boas práticas que tornam as mensagens mais amigas do ambiente.

O programa premeia os anunciantes que manifestam a sua preocupação com o ambiente e que espelham esta atitude nas campanhas mediante o cumprimento de regras a considerar na fase de conceção/produção do mailing.

O Grupo Nabeiro/Delta Cafés obteve o símbolo de mérito ecológico.

#### CERTIFICAÇÃO 3R6

A certificação 3R6, atribuída pela Sociedade Ponto Verde, atesta que a Novadelta implementou práticas ambientalmente responsáveis na gestão dos seus resíduos, de forma a otimizar os procedimentos de deposição seletiva, maximizar a quantidade enviada para reciclagem e garantir a adequação do destino final dos mesmos.

#### FOREST STEWARSHIP COUNCIL (FSC)

No âmbito do comprometimento do Grupo Nabeiro/Delta Cafés com as boas práticas ambientais nomeadamente em contribuir para uma gestão florestal sustentável foi desenvolvida uma parceria com a FSC Portugal.

Das iniciativas destaque para:

o desenvolvimento de uma campanha a nível nacional, através do uso de embalagens de açúcar, produzidas em papel certificado FSC e contendo uma mensagem sobre a relevância para a escolha de produtos FSC, associado à importância de uma gestão florestal responsável; utilizar as embalagens de cápsulas de café, produzidas em material certificado para promover a importância da escolha FSC.

### 6.5.2 NOVOS DESAFIOS E NOVAS ESTRATÉGIAS

Nos últimos anos, a necessidade de melhorar o desempenho ambiental e de aumentar a sustentabilidade das nossas sociedades tornou-se cada vez mais patente. Desde o Pacto Verde da UE, que pretende a descarbonização da economia europeia para 2050 sem renunciar ao progresso económico, até aos

movimentos de cidadãos para conseguir uma economia mais sustentável. Todos, administrações, empresas e sociedade civil, estamos a viver uma época em que se torna necessário reavaliar os processos produtivos e apostar decididamente numa Economia Circular, baixa em resíduos e em carbono. O Grupo Nabeiro/Delta Cafés não é alheio a esta transição e disse "sim a continuar a cuidar do planeta" como parte da sua estratégia empresarial. Para isso, criou um grupo de trabalho multidisciplinar, para abordar o desafio de melhorar a utilização e gestão do plástico nos seus processos.

Iniciamos assim, em 2021, uma estratégia específica para as embalagens das Nossas marcas: que tem como objetivo reduzir a quantidade de plástico virgem nas embalagens de marca própria, facilitar a reciclabilidade das embalagens existentes e colaborar com a sociedade para conseguir um processo de reciclagem mais eficiente com o qual possamos avançar, entre todos, rumo à economia circular.

Mudar para a Economia Circular implica estudar as opções de melhoria dos processos para os circularizar na medida do possível.



A Novadelta é signatária do Pacto Português dos Plásticos, desde 2020, e trabalha para impulsionar um setor privado sustentável e responsável.

As atividades de recolha, transporte, valorização e eliminação são asseguradas por operadores de resíduos licenciados, sendo todos os resíduos encaminhados e identificados com o respetivo código LER e, acompanhados da respetiva guia eletrónica de acompanhamento de resíduos (e-GAR).

## 6.6 ANTICORRUPÇÃO

### Princípio 10

As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, incluindo extorsão e suborno.

O grupo Nabeiro dispõe de diversas ferramentas de prevenção, implementação e controlo que visam assegurar a atuação de acordo com os seus princípios e valores, destacando-se o Código de Conduta e Ética, o Sistema de Gestão de Responsabilidade Social, os Princípios Orientadores de Negócio, o Compromisso Social e os Planos de Gestão de Riscos.

A existência de uma equipa de desenvolvimento social, que lhe compete acompanhar, com isenção e independência, a divulgação e o cumprimento do Código de Conduta Ética.



O sistema de Segurança Alimentar implementado considera três vertentes:

**SISTEMA DE GESTÃO DE SEGURANÇA ALIMENTAR****FOOD SAFETY**

Mitigação de adulteração não intencional/acidental com base Científica

**FOOD DEFENSE**

Mitigação de adulteração intencional com motivação ideológica

**FOOD FRAUD**

Mitigação de adulteração intencional com motivação económica

Estas três vertentes visam um sistema preventivo de controlo, mitigando adulterações intencionais e não intencionais que possam ocorrer na organização. Neste sentido, desenvolveu-se uma avaliação dos riscos e perigos, e com vista à sua mitigação desenvolveram-se medidas preventivas.

## VII. DECLARAÇÃO DO CEO

É com toda a honra e empenho, que venho por este meio confirmar que a Delta Cafés SGPS, apoia os Dez Princípios do Pacto Global das Nações Unidas, referentes à Declaração Universal dos Direitos Humanos, Declaração do Rio sobre Ambiente e Combate à Corrupção em todas as suas formas.

Desta forma, submetemos o 14.º Relatório de Comunicação de Progresso (COP) da Delta Cafés, SGPS, o qual reporta as principais atividades, no período de compreendido entre 1 de janeiro de 2021 e 31 de dezembro de 2021, visando responder às expectativas do “United Nations Global Compact” e demonstrar a forma da sua concordância face aos princípios aceites universalmente.

Declaramos o nosso propósito de apoiar e disseminar os Dez Princípios do Pacto Global junto das partes interessadas.

Subescrevo-me com elevada consideração,

**Manuel Rui Azinhais Nabeiro**

Presidente do Conselho de Administração



# Obrigada