

# Relatório Anual de Sustentabilidade

# 2022



# Sobre o Relatório

**GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-5, 2-14**

Este é o Relatório Anual de Sustentabilidade do Montesanto Tavares Group Participações S/A, uma *holding* que representa a associação de três *tradings*: Atlantica Coffee, Cafebras e Ally Coffee. Ele foi produzido de acordo com a última versão da *Global Reporting Initiative* (GRI) e traz as informações relativas ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2022.

**Todo o conteúdo aqui apresentado foi construído e aprovado pelo mais alto cargo de Governança do Grupo, envolvendo a participação de membros da Diretoria e do Conselho de Administração.** As informações apresentadas não passam por um processo de verificação externa, mas todos os dados financeiros são auditados por uma empresa independente, e o desempenho social, ambiental e de governança é submetido às auditorias em função das certificações.

O Relatório traz as principais conquistas, evoluções e o desempenho ao longo do ano, e, ainda, as perspectivas desenhadas para os anos seguintes. Todas as ações são pautadas pela ética, responsabilidade socioambiental e buscam promover o desenvolvimento sustentável de todos os elos da cadeia produtiva.

Para mais informações, comentários, dúvidas ou sugestões, entre em contato aqui



# Sumário





# Mensagem do Presidente

# Mensagem do Presidente

## GRI 2-22

**Somos apaixonados por café. Cuidamos dos nossos cafés desde as origens, acompanhamos a produção, o armazenamento, a exportação, até que ele chegue, perfeito, aos nossos clientes.** Mais do que isso, cuidamos para que o café certo chegue ao cliente certo. Poucas empresas têm essa estrutura capaz de acompanhar a cadeia do café de uma ponta à outra. Toda nossa equipe é engajada e apaixonada pelo seu trabalho, e isso é o que faz toda a diferença. Nosso corpo de executivos cresceu profissionalmente no meio dos cafezais, todos possuem essas mesmas raízes. Nossa missão é compartilhar essa paixão e os sabores que selecionamos para todo o mundo, por isso construímos uma equipe de pessoas apaixonadas por café.

O ano de 2022 foi muito gratificante. Conseguimos performar as metas traçadas e nos reorganizar com o olhar no nosso desempenho futuro. Os últimos três anos foram turbulentos para o mercado do café e alguns fatores tornaram-se decisi-

vos para esse contexto: as intempéries climáticas no Brasil, em especial a seca de 2020 e a severa geada ocorrida em 2021; as marcas de um mundo pós-pandemia, que impactou diretamente as operações logísticas; a guerra envolvendo a Rússia, maior exportador de fertilizantes, o que elevou os valores do insumo; e a instabilidade econômica, refletida diretamente em países inflacionados com altas taxas de juros, oscilações nas bolsas de valores, alta do dólar e, conseqüentemente, alta do preço do café. Todos esses fatores influenciaram consideravelmente os contratos e as negociações de nossas *tradings*. Ao mesmo tempo que precisamos responder a tudo isso, soubemos ser resilientes, mantivemos a união, a força, o engajamento, a determinação e a nossa constância, garantindo nossa regularidade em preço, qualidade e entrega. Apesar de todas essas dificuldades, saímos vitoriosos. É justamente nos momentos de crise que a gente cresce. Tudo que passamos nesses últimos três anos nos fortaleceu e nos fez enxergar a força que as empresas ganham ao estarem ligadas a um grande Grupo.



**Soubemos ser resilientes, mantivemos a união, a força, o engajamento, a determinação e a nossa constância, garantindo nossa regularidade em preço, qualidade e entrega. Apesar de todas essas dificuldades, saímos vitoriosos. É justamente nos momentos de crise que a gente cresce.**



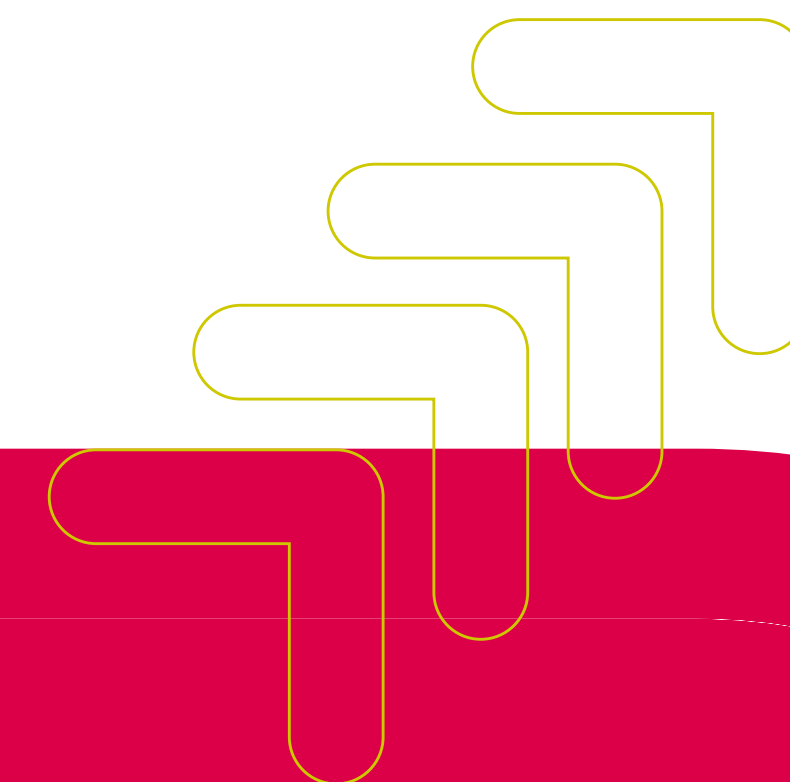
Nossos negócios são de origem brasileira, por esse motivo fazemos questão de estar ao lado do produtor brasileiro, ao lado da origem do nosso café. Temos o propósito de promover o progresso sustentável na indústria do café e a todos que estão envolvidos nesse setor, e, em função disso, entendemos que os relacionamentos são a chave para atingir nossas metas. Nosso objetivo para os próximos anos é nos aproximarmos ainda mais de nossos produtores. Com isso, entendemos que iremos provocar mais mudanças positivas no setor e, assim, alavancar nosso propósito. Em 2022 criamos o GMT Green, um selo próprio por meio do qual vamos apoiar o desenvolvimento de nossos fornecedores, permitindo que eles agreguem valor ao seu produto e conquistem mercados mais exigentes. Outra iniciativa nesse sentido foi o Projeto Mutua – Matas e Nascentes, que custeia ações de proteção e recuperação ambiental em pequenas fazendas. É a nossa forma de contribuir para o desenvolvimento sustentável da cadeia de café e promover a prosperidade para nossos parceiros.

**Ricardo Tavares**

*Presidente do Conselho de  
Administração do Grupo  
Montesanto Tavares*

A revisão do nosso planejamento estratégico, em 2022, permitiu potencializar nossa força de Grupo e a individualidade de cada empresa. Ao traçarmos uma nova linha de inteligência comercial para nossas *tradings*, somamos a expertise de todas as empresas e entendemos qual atende melhor o perfil único de cada cliente. Sermos assertivos na entrega e atender à expectativa de cada comprador reforça nossa estratégia de fortalecer nossos relacionamentos.

**Esta é a nossa visão de futuro: sustentabilidade, ou seja, perenidade. Estamos fortalecendo nossas bases, potencializando nossos acertos, revendo tropeços, para, dessa forma, garantir que as próximas gerações prossigam com a nossa missão, que é levar os sabores do café brasileiro para o mundo inteiro.**





# ○ Grupo Montesanto Tavares





**Iniciamos nossa jornada no ano de 2000, sempre com o intuito de promover a sustentabilidade na cadeia do café brasileiro espalhando seus aromas e sabores por todos os continentes.**

## Paixão por **Café**

### GRI 2-1

Somos apaixonados por café. Nosso propósito é promover a cadeia de produção cafeeira em busca das melhores práticas, a fim de entregar ao mundo o melhor do café brasileiro. O Grupo Montesanto Tavares, também referido como GMT, representa a associação de três *tradings*: Atlantica Coffee, Cafebras e Ally Coffee. Elas são responsáveis por distribuir nossos cafés em mais de 60 países ao redor do mundo.

**O GMT é uma sociedade anônima de capital fechado que conta com a participação de um investidor institucional canadense e sua sede está localizada em Belo Horizonte, MG, BR.**

Iniciamos nossa jornada no ano de 2000, sempre com o intuito de promover a sustentabilidade na cadeia do café brasileiro espalhando seus aromas e sabores por todos os continentes.





## Compartilhando Valor

### GRI 3-3

Mais do que uma *trading*, o GMT entende seus negócios como um elo estratégico entre o campo e as fábricas. O Grupo não gosta de se referir aos negócios como exportador de *commodities*; exporta café. Os cafés são especiais, pois são produzidos de forma especial, para clientes especiais. Na originação, o Grupo apoia o desenvolvimento e o aperfeiçoamento de seus produtores parceiros, oferecendo conhecimento e orientação para que eles tenham melhores resultados e, com isso, entreguem cafés de alto padrão, conquistando melhores remunerações. A grande responsabilidade de sua missão é conhecer as origens, provar, catalogar e saber qual o cliente potencial para cada tipo de café adquirido. Em função de tudo isso, não são tratados como *commodities*, são cafés especiais para clientes especiais. Na outra ponta, é preciso entender do negócio e conhecer a demanda dos clientes, pois só assim é possível ofertar os cafés que eles buscam e precisam. O Grupo entende ser um elo estratégico entre a demanda e a produção, unindo as pontas, gerando satisfação e valor para toda a cadeia.

**Apoiar os produtores com o conhecimento técnico e a expertise de suas equipes é promover o desenvolvimento sustentável de seus fornecedores parceiros.** Essa busca incessante de fomentar melhorias na cadeia e na vida dos produtores de café

faz o GMT procurar inovação em todos os seus movimentos, estar na vanguarda dos processos e se destacar como apoiador de seus parceiros, clientes e fornecedores. A inovação está no DNA dos projetos que o Grupo cria. Em 2022, por exemplo, inovou ao desenvolver o Projeto Mutua – Matas e Nascentes, dentro do Programa Mutua, e o GMT Green, duas iniciativas próprias que apoiam o melhoramento das propriedades e contribuem para a evolução da cadeia produtiva do café.

**Esta é uma forma de o GMT compartilhar o seu maior valor: todo o conhecimento do mundo do café oferecido em prol do desenvolvimento de uma cadeia de produção mais sustentável e justa, de forma que todo o empenho empregado pelos produtores seja reconhecido por meio de maior remuneração e melhor qualidade de vida.**



## Ally Coffee

Somos uma empresa de café verde que tem a importante missão de ser o elo que conecta torrefadores com produtores de cafés especiais selecionados em diferentes países. Nossa experiência permite uma visão estratégica que promove as conexões certas entre o que nossos clientes buscam e o que nossos produtores oferecem. Construímos relacionamentos duradouros e de confiança, na origem e na indústria, para revelar uma seleção de cafés especiais ainda mais interessantes aos consumidores. Promovemos a cultura dos cafés especiais, desde a originação ao consumidor final.

**Escritórios:** Lausanne, Suíça/ Hamburgo, Alemanha/ Greenville, Estados Unidos/Bogotá, Colômbia/San José, Costa Rica/Gotemburgo, Suécia.



## Atlantica Coffee

Somos uma empresa de café focada nas pessoas que trabalham com café: produtores, compradores, parceiros, torrefadores e consumidores. Sempre enxergamos o café como mais que um produto. Para nós, além de um ritual, ele é um fator de conexão e envolvimento em todos os momentos: produção, seleção, comercialização e degustação.

Estamos entre as maiores exportadoras de café arábica em grãos verdes do Brasil, nas linhas “Superior” e “Comercial”. Trabalhamos com cafés originados nas regiões das Matas de Minas, Sul de Minas, Cerrado, Mogiana, Norte de Minas e Chapada de Minas, todas em Minas Gerais, além de São Paulo e Oeste da Bahia.

**Escritórios:** Varginha, Manhuaçu, Alto Jequitibá, Caparaó, todos em MG.



## Cafebras

Somos especialistas no café brasileiro. Contamos com um time experiente em cafés especiais, cujo objetivo é estabelecer a conexão entre a produção cafeeira nacional e os mercados, indústrias e clientes mais exigentes ao redor do mundo. Nossa missão é promover e difundir a cultura do café e os autênticos sabores dos cafés brasileiros, ao mesmo tempo que levamos a história e a tradição dos produtores que contribuíram para o desenvolvimento do nosso país. Dedicamos atenção e cuidado especial para assegurar a excelência em tudo que entregamos. Nossa experiência nos permite identificar os perfis mais adequados para atender a todas as particularidades solicitadas pelos nossos clientes. Além disso, estamos presentes em diversas regiões produtoras que nos permitem ter diversos terroirs, onde encontramos cafés extremamente especiais e altamente qualificados para atender os mercados mais exigentes.

**Escritórios:** Patrocínio, Varginha e Alto Caparaó, em MG, e Franca, em SP.

# Onde Estamos

GRI 2-1

## Brasil



Sede GMT: Belo Horizonte



Escritórios Atlantica: Varginha, Manhuaçu, Caparaó e Alto Jequitibá, todos em MG



Escritórios Cafebras: Patrocínio, Varginha, Alto Caparaó (em MG) e Franca (SP)

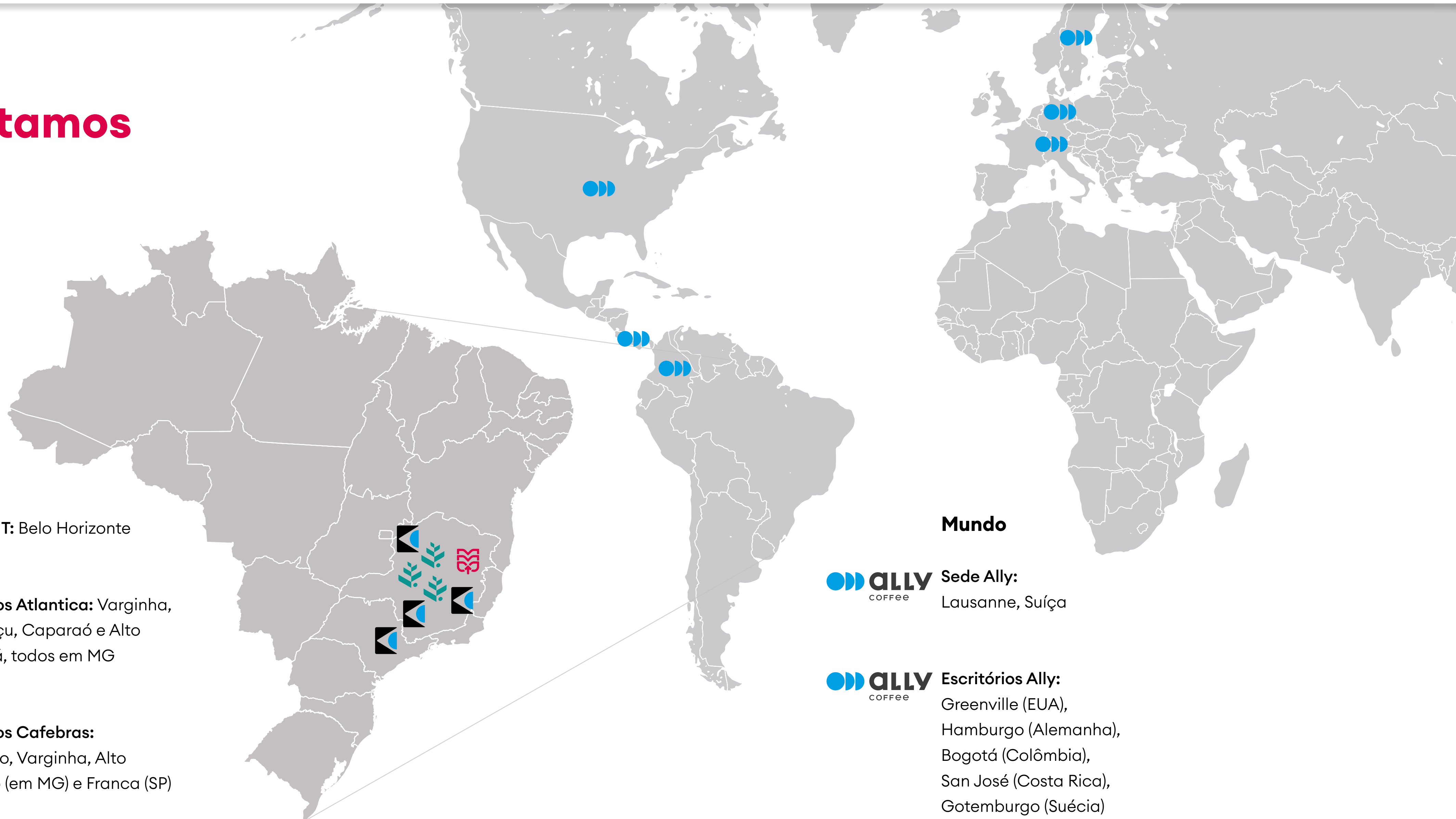
## Mundo



Sede Ally: Lausanne, Suíça



Escritórios Ally: Greenville (EUA), Hamburgo (Alemanha), Bogotá (Colômbia), San José (Costa Rica), Gotemburgo (Suécia)



# Destques 2022

■ GRI 2-1

Cafés exportados para mais de

# 50

países ao redor do mundo.

# 3,3bi

de reais de faturamento (nas *tradings*).

Aproximadamente

# 8%

do café arábica exportado pelo Brasil é negociado pelo GMT.

- Planejamento Estratégico 2022-2027
- Abertura do escritório Ally em Hamburgo, Alemanha.
- Projeto Mutua – Matas e Nascentes dentro do Programa Mutua

# 2.624.832

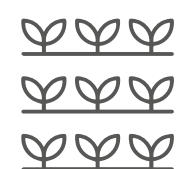
sacas de café comercializadas por todas as *tradings*



## Perspectivas 2023



Definição de um membro independente para o Conselho de Administração



Ampliação da Previsão de Safra



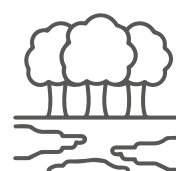
Início do Projeto GMT Green, padrão privado do Grupo



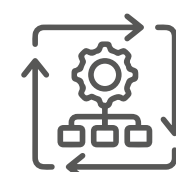
Adequação do Armazém da Atlantica no padrão FDA\*



Aplicação da pesquisa de clima com todos os colaboradores do Grupo



Ampliação do Mutua - Matas e Nascentes



Aumento da automatização de informações e processos

\*Food and Drug Administration, Agência Federal do Departamento de Saúde e Serviços Humanos dos Estados Unidos.



# Conquistas em 2022



# Planejamento Estratégico 2022-2027

GRI 2-22, 3-3, 13.2.1

## Estratégia e Sustentabilidade, juntas, formam um dos tópicos materiais do GMT.

Em função disso, há uma atenção dedicada e detalhista para os temas. O Programa de Sustentabilidade, criado em 2020, norteia e direciona as ações e os desdobramentos necessários para ser colocado em prática. Para o Grupo, a sustentabilidade está na estratégia e a estratégia é a sustentabilidade. Garantir a sustentabilidade dos negócios é a chave que garantirá a perenidade das empresas para além das gerações. Nesse sentido, após a criação do Programa de Sustentabilidade, percebeu-se a necessidade de uma revisão e atualização da estratégia corporativa, e o ano de 2022 foi extremamente importante para essa evolução. Além disso, os contextos políticos e econômicos, nacionais e internacionais, mudaram consideravelmente e, para não desviar do caminho que guia o seu propósito, eventuais ajustes de rota se mostraram necessários.

**Entender o contexto externo, as novas demandas comerciais, as tendências comportamentais e se preparar para as mudanças com antecedência fez com que o Grupo revisasse as trajetórias. O primeiro passo foi olhar para dentro e reorganizar a casa.**

Realinhamos as rotas das diferentes empresas, a fim de que cada uma saiba os passos que precisa seguir para contribuir com os objetivos do Grupo. Dessa forma, desdobramos as estratégias e as metas corporativas para cada uma de nossas *tradings*. Estudamos as forças e os diferenciais e, com base nisso, segmentamos mercados e reforçamos o posicionamento institucional de cada uma delas. Desenvolvemos uma inteligência comercial capaz de definir estratégias geográficas de atuação em função



## Planejamento Estratégico 2022



Governança e Gestão Corporativa unificada



Seleção de Conselheiro independente para o CA



Inteligência comercial de Grupo



Atuação comercial estratégica para cada trading

das demandas de mercado mapeadas e alinhadas ao perfil de cada uma de nossas *tradings*. Após esclarecer os diferenciais e potencialidades individuais, olhamos para as sinergias, entendendo a força que um grande Grupo agrega à individualidade.

**Toda a parte de governança foi revisitada em 2022, permitindo uma série de melhorias, mas 2023 ainda será um ano de reorganização, de reposicionamento e de união.** Todas as empresas

trabalhando em frentes diferentes, com metas e perspectivas diferentes, mas usufruindo de uma governança corporativa sólida e unificada, contribuindo de forma conjunta para os resultados de um único Grupo. Nesse escopo, as decisões estratégicas, políticas e documentos corporativos, gestão de pessoal, gestão de riscos e gestão de informações serão administrados conjuntamente, compartilhando, assim, os recursos e talentos para todas as empresas. Outro ponto revisitado detalhadamente foi o Plano de Sucessão, que visa à profissionalização cada vez maior do corpo executivo. Nesse sentido, uma grande conquista foi a abertura de uma cadeira no Conselho de Administração (CA) para um Conselheiro independente, que deve ser selecionado no mercado em 2023.

O planejamento estratégico estabeleceu missões para os próximos anos de forma gradual e sólida. Cada decisão foi cuidadosamente estudada, analisando os riscos envolvidos, os resultados esperados e o tempo necessário para a efetivação da meta. Haverá muito trabalho, mas todos estão prontos para seguir contribuindo para o desenvolvimento sustentável do Grupo e do mercado de café como um todo.



# Programa de Compliance

**GRI 2-12, 2-15, 2-23, 2-27, 3-3, 13.25.1, 13.25.2, 13.26.1, 13.26.2, 13.26.4, 205-1, 205-3, 206-1, 408-1, 409-1, 414-2**

O Programa de Compliance corporativo foi concluído com uma série de novas políticas e procedimentos corporativos. Toda a nova estrutura visa garantir um maior controle dos riscos operacionais inerentes aos negócios. Criar ferramentas que protejam não só os interesses do Grupo mas também dos investidores e de todas as partes relacionadas faz com que o sentimento de confiança seja reforçado em todos os relacionamentos.

Em 2022 a Governança Corporativa ganhou maior estrutura por meio da publicação de uma série de políticas que orientam as posturas e tomadas de decisões no Grupo. Todas as Políticas Corporativas são aprovadas no Conselho de Administração.

Nesse ano, os conflitos de interesse foram revisitados por meio da Política de Partes Relacionadas complementando o conteúdo e as orientações do Código de Conduta e Ética e do Acordo de Acionistas. Para a confecção do documento, todas as operações do Grupo foram avaliadas. As possíveis situações são monitoradas mensalmente pela área de Compliance e, em caso de ocorrência, reportadas ao Conselho. Em 2022, não foram registrados processos judiciais relacionados a corrupção, concorrência desleal, práticas de truste ou monopólio.

## Políticas e Documentos Corporativos implementados ou revisados em 2022

- Política de Gerenciamento de Riscos
- Política de Riscos de Contraparte
- Política de Partes Relacionadas
- Política de Compras
- Política de Segurança da Informação
- Política de Privacidade de Dados
- Política de Privacidade Externa
- Política de Segurança Física
- Política de Compensação Variável
- Instrução Normativa de Contratos
- Instrução Auditoria Interna
- Instrução Canal de Denúncias
- Instrução Padronização
- Regimento do Comitê de Ética e Compliance

**O tema Gestão de Riscos ganhou espaço e relevância no Grupo. Acompanhar os assuntos que, de alguma forma, podem impactar os negócios é uma estratégia de defesa e proteção.**

Antever as situações que podem impactar os negócios e já mapear as ações e procedimentos empregados em resposta ao fato reflete o amadurecimento da Governança do Grupo. Ainda há espaço para evolução, e a gestão está aprimorando o mapeamento individual de cada propriedade produtora para entender as perspectivas de produção e atrelar essas perspectivas à tomada de decisão do negócio.

As negociações de contratos futuros também ganharam especial atenção em função da relevância dessa prática para o desempenho econômico dos negócios. Boa parte das nego-



**As negociações de contratos futuros também ganharam especial atenção em função da relevância dessa prática para o desempenho econômico dos negócios.**

ciações é efetivada por meio dessa modalidade, e garantir a adequada avaliação dos riscos envolvidos e a estruturação das operações é fundamental para o sucesso da operação de *trading*. Ao firmar a compra futura, o produtor garante a venda de seus produtos pós-colheita, mas não garante o capital de giro necessário durante o desenvolvimento da sua lavoura. Nesse sentido, para apoiar seus produtores na busca por financiamentos, o GMT firmou uma parceria comercial estratégica que fez nascer a Big Trade. Saiba mais no capítulo **Big Trade**.

**As práticas sociais e ambientais empregadas nas propriedades fornecedoras podem implicar riscos analisados ao Grupo. Para se proteger de tais situações, todo contrato firmado apresenta cláusulas vinculando práticas que desrespeitem os Direitos Humanos à rescisão do trato.** Mensalmente, essa base de fornecedores é submetida a um processo de *due diligence*, em que são checadas nas chamadas “listas sujas”, dis-

ponibilizadas pelo Ministério do Trabalho e Previdência (MTE). Para os casos eventualmente positivos, o Grupo se resguarda o direito de rescindir o contrato firmado, já que a menção nas listas configura descumprimento contratual, sendo passível, inclusive, de cobrança de multa.

Apesar de não terem sido registrados casos de irregularidades legais nas operações da empresa em 2022, um incidente apurado em um de nossos fornecedores, com impacto direto aos Direitos Humanos de trabalhadores, exigiu uma resposta corporativa imediata. De forma ágil e graças às informações que permitem a rastreabilidade precisa de tudo que é comercializado pelo Grupo, em pouco tempo já tinham sido identificados os lotes e sua localização. O GMT é veementemente contra qualquer ação que desrespeite os Direitos Humanos e, de forma transparente, esclarece a conduta e postura que espera de todos os seus parceiros de negócio em seu Código de Conduta e Ética.

## Código de Conduta e Ética

**GRI 2-24, 13.26.3, 205-2**

O Código de Conduta e Ética do Grupo reúne diretrizes comportamentais que o GMT espera de todas as suas partes interessadas. Para o público interno, ele é repassado para 100% dos colaboradores e suas considerações são resguardadas por meio das iniciativas da área de Compliance em contratos e instruções corporativas.

Em 2022, a área de Compliance elaborou um curso orientativo sobre o Código de Conduta e Ética que foi compartilhado com 100% dos colaboradores, incluindo cargos estratégicos e de alta Governança. Entre os temas abordados constavam: conflitos de interesse, corrupção, assédio e todas as situações comportamentais que podem expor ao risco os colaboradores ou os negócios. Todos os participantes assinaram, na ocasião, um Termo de Aceite individual sobre as diretrizes e orientações abordadas no manual de conduta.

**Para saber mais sobre a postura que esperamos de nossos colaboradores e parceiros, acesse nosso Código de Conduta e Ética, na íntegra, aqui.**



## Canal de Denúncias

**GRI 2-25, 2-26, 13.15.4, 406-1**

Em 2022, conforme anunciado no relatório do Grupo do ano anterior, foi efetivada a contratação de uma empresa externa para gerenciamento de um canal de denúncias independente, isento e imparcial. Um canal de comunicação exclusivo para relatar irregularidades ou descumprimentos às premissas do nosso Código de Conduta e Ética. É uma ferramenta que visa garantir que todos os envolvidos com os negócios poderão expor suas colocações de forma segura e com a garantia de anonimato. O mesmo está disponível por meio de telefone ou internet, em inglês ou português, 24 horas por dia, sete dias por semana.

**Toda denúncia capturada pelo canal é apurada, inicialmente, pela área de Compliance e levada aos Comitês pertinentes, de acordo com o relato, para análise e definição de sanção, quando aplicável. Em 2022 não foram identificados casos de discriminação ou relevância.**

As denúncias podem ser feitas de forma anônima e garantem sigilo e confidencialidade do registro.

Para entrar na plataforma, **acesse [aqui](#)**.



Ou ligue:  
**0800 155 0020**



## Big Trade

A Big Trade é uma *fintech* que nasceu de uma parceria comercial estratégica com o GMT para disponibilizar crédito aos produtores parceiros do Grupo. Uma *fintech* é uma empresa que utiliza tecnologia e inovação para oferecer serviços financeiros. No caso da Big Trade, ela utiliza inteligência artificial e *machine learning* para realizar a análise de crédito por meio do histórico do produtor e de suas propriedades rurais. Além disso, as lavouras são monitoradas por imagens de satélites e pelo uso otimizado de dados, do plantio à colheita. A iniciativa busca suprir uma necessidade de disponibilidade de crédito para produtores, principalmente, pequenos e médios, que dificilmente têm acesso ao recurso nas instituições financeiras tradicionais. Para liberação do crédito, o produtor é rigorosamente analisado em critérios socioambientais e passa por uma *due diligence* de integridade, por meio de integrações automáticas com mais de 30 fontes de dados diferentes. Todo o processo acontece em uma plataforma digital de forma rápida, dinâmica, simples e segura.

**Em 2022, a Big Trade analisou 15 cafeicultores de diferentes perfis, de seis mesorregiões do estado de Minas Gerais, resultando na liberação de R\$ 4,5 milhões em crédito.**



Essa iniciativa reforça o compromisso do GMT em investir em inovação para impactar positivamente a vida dos produtores que garantem a base de seus negócios. É mais uma forma de o Grupo assegurar que eles tenham acesso aos recursos necessários para desempenhar, do melhor modo, o seu trabalho. Todas essas iniciativas promovem qualidade de vida e prosperidade, garantindo o desenvolvimento sustentável desses produtores e gerando valor na cadeia de negócios.

**R\$ 4,5 milhões**  
em financiamento para cafeicultores  
fornecedores do GMT via Big Trade

## Previsão de Safra

Em 2022, uma equipe da Atlantica percorreu a região da Matas de Minas para mapear em torno de 600 pontos de GPS, a fim de verificar e acompanhar o desenvolvimento das lavouras da região. A iniciativa busca avaliar se as informações sobre a expectativa de safra disponíveis no mercado estavam condizentes com as mapeadas por seus representantes.

Essa ação, além de ter grande relevância para seus negócios, é uma ferramenta de gestão de riscos que apoia a tomada de decisão da Diretoria. A experiência se mostrou tão relevante que, para 2023, o Grupo investiu na contratação de uma empresa especializada para levantamento das informações e ampliação do escopo de análise, abrangendo todas as regiões de interesse do Grupo.

# Novos Fornecedores

## GRI 308-1, 414-1

Toda a sustentação dos negócios das *tradings* vem da sua base de fornecedores. Para adentrar a lista de fornecedores do Grupo, toda propriedade passa por um rigoroso padrão de análise que envolve diversos critérios operacionais, técnicos, ambientais e sociais. Com a expertise acumulada ao longo dos anos, a equipe consegue mensurar quais os fornecedores que possuem o perfil adequado e desejado.

Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais e sociais	Atlantica			Cafebras		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Total de novos fornecedores que foram considerados para contratação	624	246	303	382	502	62
Total de novos fornecedores contratados com base em critérios ambientais e sociais	36	40	8	0	127	10
Percentual de novos fornecedores contratados com base em critérios ambientais e sociais (%)	6%	16%	3%	0%	25%	16%



Para a Ally, devido à complexidade que as diferentes regiões de origem oferecem, a dinâmica de avaliação difere, mas não é menos criteriosa. Seus fornecedores podem ser um novo exportador, cooperativa, associação ou uma única fazenda. Para a maioria dos seus provedores, é realizada uma visita de inspeção para verificação das condições de produção e de respeito aos critérios socioambientais. É preciso levar em consideração e respeitar, também, a diferença entre as legislações locais, que podem definir parâmetros diferentes. Para equalizar essas dissonâncias, a empresa possui um padrão de atendimento mínimo dentro dos critérios avaliados e que são considerados para a aceitação de um novo membro dentro do seu rol de fornecedores. Outro mecanismo usado para validar os processos de produção e responsabilidades das propriedades são as certificações que garantem, por meio de rigorosas auditorias, o cumprimento dos critérios estabelecidos no padrão escolhido e reconhecidos internacionalmente.

## Rastreabilidade e Certificações

GRI 2-6, 3-3, 13.22.2, 13.23.1, 13.23.3, 13.23.4, 308-2

As certificações são vistas pelo GMT como uma ferramenta de evolução para os produtores e uma garantia de rastreabilidade e de qualidade nos processos produtivos. A evolução dos produtores está diretamente ligada às práticas de gestão e ao desempenho da propriedade nos indicadores ligados à sustentabilidade, permitindo, eventualmente, ganhos financeiros quando os clientes oferecem bonificações por cafés certificados. O assunto está relacionado ao tema material Rastreabilidade, Garantia da Origem e Qualidade e, como tal, é de extrema importância para a gestão operacional dos negócios do Grupo. Em vista disso, as certificações são acompanhadas criteriosamente, como exigência de clientes e como forma de garantir os padrões que o Grupo espera de sua rede de fornecimento. Nesse sentido, pode-se dizer que 2022 foi desafiador, já que exigiu um grande esforço das equipes para orientar os fornecedores às mudanças e atualizações dos padrões.

Os Técnicos de Campo do Grupo ganham destaque especial e estratégico nesse assunto, já que são os responsáveis por apoiar e preparar os produtores para as certificações. Para isso, são feitas visitas regulares, auditorias internas, e quando são identificadas não conformidades, estabelece-se um Plano de Ação. Os Técnicos desempenham um papel importantíssimo ao apoiar e prestar orientação para que o produtor evolua suas

práticas e consiga atender ao que é exigido nos critérios das certificações. Dessa forma, com o apoio da equipe do GMT ele consegue atingir a adequação e garantir a sua certificação. Na maioria dos casos, todo esse esforço é recompensado, pois as sacas de cafés certificados, normalmente, são bonificadas, além de poder se orgulhar de evoluir na gestão da sua propriedade em critérios de sustentabilidade.

**Em 2022, as três *tradings* somadas compraram mais de 2,6 milhões de sacas, das quais mais de 750 mil possuíam uma ou mais certificações listadas.**

A rastreabilidade, oriunda de um registro completo e preciso de informações, mapeia cada etapa do processo em um sistema digital, seguro e auditável. Esse procedimento, além de garantir o respeito às questões ambientais e sociais, atende a uma demanda de mercado na qual os clientes exigem saber sobre a origem e sobre o nível de responsabilidade das práticas empregadas no processo produtivo. A dinâmica de promover auditorias terceirizadas, realizadas por empresas independentes, funciona como uma garantia de obtenção de laudos imparciais e de verificações rigorosas. Esse controle impacta também a segurança dos alimentos, principalmente na questão que envolve o uso correto de agroquímicos, e permite, caso

# 32%

dos cafés comprados pelo GMT são de origem certificada, sendo consideradas as seguintes certificações nessa análise:

- RFA – Rainforest Alliance
- C.A.F.E. PRACTICES
- CMC – Certifica Minas Café
- 4C
- Orgânico
- Fairtrade
- Mutua – Matas e Nascentes

seja identificada uma situação de alta gravidade, realizar o *recall* dos produtos. A dinâmica possibilita, também, acompanhar as ações das propriedades e, com isso, garantir que seus proprietários estejam em alinhamento às legislações sociais e ambientais. Em 2022, não foram identificadas ocorrências negativas com impactos ambientais entre nossos fornecedores.

Ainda no intuito de promover o desenvolvimento sustentável de seus fornecedores, outro tema material para o Grupo, em 2022 foi elaborado um padrão próprio chamado GMT Green, o qual será apresentado detalhadamente a seguir.

## GMT Green

**GRI 3-3, 13.22.1, 13.23.4**

Promover o desenvolvimento dos produtores, como citado, é um dos temas materiais para o GMT e, em função disso, ganha destaque e relevância para o Grupo. É uma forma genuína de compartilhar valor com a base da sua cadeia produtiva. A origem é estratégica e ganha especial atenção no ciclo de vida do café.

**A área de sustentabilidade encabeçou o projeto de criar um padrão de certificação próprio do GMT que trouxesse, entre seus critérios de avaliação, todas as preocupações e ambições do Grupo na produção cafeeira.** Dessa forma, com o apoio da Peterson Consultoria, foi desenvolvido um padrão que traz uma série de critérios que são avaliados nas propriedades e que abordam questões de governança, ambientais e sociais, com especial atenção ao respeito aos Direitos Humanos. Mais do que avaliar riscos que podem impactar os trabalhadores e os negócios, o propósito do padrão é elevar a produção cafeeira para patamares internacionais, com excelência operacional, incremento de produtividade e respeito genuíno às pes-

soas e aos recursos naturais. É uma forma, também, de garantir os critérios exigidos, cada vez mais, pelos clientes e pela sociedade. Elevar o padrão de produção do café, em especial, nos pequenos e médios produtores, é uma forma de compartilhar a nossa expertise em boas práticas e rentabilizar os negócios ao permitir alcançar mercados mais exigentes quanto à responsabilidade produtiva.

O padrão usou como base os critérios da Plataforma Global do Café e sua estrutura está baseada em quatro categorias: Bronze, Prata, Ouro e Diamante. A categorização de cada propriedade, com base no desempenho avaliado em auditoria, permite o desenvolvimento de um plano de ação para que o produtor consiga melhorar seus processos e progredir no padrão. Além disso, os planos de ação permitem mitigar ou corrigir situações de não conformidades identificadas. O GMT Green foi desenhado com o objetivo de promover a melhoria contínua desses produtores, dessa forma, os Técnicos do Grupo são responsáveis pelo acompanhamento individualizado de cada fornecedor, prestando todo

suporte e orientação necessários para a progressão do parceiro. O desenvolvimento dos planos de ações, com o apoio técnico e supervisão da equipe do GMT, propicia a evolução do parceiro de forma que, ao atingir a última categoria, ele esteja em consonância com as melhores práticas de produção de patamares internacionais. A melhoria contínua, progressiva e planejada para esse Programa permite que pequenos e médios produtores estejam prontos para os critérios mais exigentes de diferentes padrões de certificações, alcance que dificilmente seria atingido por esse perfil de produtor sem o apoio do Grupo.

O acompanhamento do atendimento às ações elencadas nos Planos de Ação, além de promover as boas práticas aos produtores, é uma ferramenta de controle do impacto positivo oriundo desse Programa e um dos indicadores de acompanhamento da sua efetividade. Essa é mais uma forma de o GMT estar próximo dos produtores, cultivando seus relacionamentos e agregando valor para a cadeia de café do Brasil e do mundo.



# Nossos Negócios





**GRI 2-6**

O Grupo Montesanto Tavares ama e vive café, por isso está sempre próximo em todas as suas etapas. Como Grupo, a missão é propiciar toda a estrutura necessária para que cada *trading* possa trabalhar em busca de seus objetivos. Desenvolvemos uma série de ações que impactam e fomentam os negócios de todas elas.

A Organização, por meio de suas *tradings*, é responsável pela compra, rebeneficiamento e embarque do produto cru. Apenas a Atlantica possui armazém para estoque, o qual é destinado, exclusivamente, para cafés originados pelas empresas do Grupo.



**PAÍSES ATENDIDOS PELAS TRADINGS**

Afeganistão	Colômbia	Holanda	Portugal
África do Sul	Coreia do Sul	Indonésia	Reino Unido
Alemanha	Croácia	Irã	República Dominicana
Arábia Saudita	Emirados Árabes	Irlanda	Rússia
Austrália	Eslovênia	Israel	Síria
Bélgica	Espanha	Itália	Suécia
Brasil	Estados Unidos	Japão	Tailândia
Canadá	Estônia	Jordânia	Taiwan
Chile	Filipinas	Malásia	Turquia
China	França	Nova Zelândia	Vietnã
Cingapura	Grécia	Polônia	

África do Sul	Emirados Árabes	Itália	Reino Unido
Albânia	Eslovênia	Japão	República Dominicana
Alemanha	Espanha	Jordânia	Rússia
Arábia Saudita	Estônia	Letônia	Suíça
Argentina	EUA	Líbano	Taiwan
Austrália	Finlândia	Lituânia	Turquia
Bélgica	França	Malásia	Ucrânia
Canadá	Grécia	Montenegro	Vietnã
Colômbia	Holanda	Países Baixos	
Coreia	Irlanda	Polônia	
Croácia	Israel	Portugal	

África do Sul	Canadá	Espanha	Japão
Alemanha	Cingapura	EUA	Jordânia
Arábia Saudita	Coreia do Sul	Holanda	Suécia
Argentina	Emirados Árabes	Inglaterra	
Austrália	Escócia	Israel	
Bélgica	Eslovênia	Itália	

**Países de Originação de Café**

Brasil  
Colômbia  
Costa Rica  
El Salvador  
Etiópia  
Guatemala  
Honduras  
Indonésia  
México  
Nicarágua  
Panamá  
Peru  
Quênia  
Tailândia  
Vietnã

*Nota: Atlantica e Cafebras trabalham exclusivamente com cafés brasileiros. A Ally comercializa cafés de diferentes origens, conforme os países listados.*

*Nota: em algumas situações, os produtos passam por um porto seco ou Estação Aduaneira do Interior (EADI). Trata-se de uma área alfandegária de uso público localizada em uma zona secundária ou fora dos portos principais. Dentro do porto seco são realizadas operações de movimentação, desembaraço, armazenagem e despacho aduaneiro de mercadorias importadas ou que serão exportadas, no qual o GMT não tem ingerência.*



**GRI 2-6, 204-1**

A Atlantica tem uma visão muito particular e genuína de seus negócios, sua missão é promover o mercado de café para uma relação cada vez mais justa, sustentável e próspera, sempre zelando e valorizando o trabalho de seus produtores. A empresa entende que desenvolvendo seu trabalho dessa forma ela cria os alicerces que garantem a perenidade de seus negócios, assegurando sua sustentabilidade e, ao mesmo tempo, permitindo às futuras gerações terem acesso aos mesmos recursos, podendo, também, gerar valor para si e para as gerações seguintes. A sustentabilidade está no seu DNA.

**Mais do que exportadora de café, a Atlantica presta um serviço, pois desenvolve seu trabalho focada no relacionamento, tanto na originação como com os clientes.** O trabalho envolve orientar, desenvolver, contribuir, provar, explicar, mostrar e, com todo esse empenho, gerar valor ao produto. A Atlantica não negocia com base em preço, mas baseia suas operações comerciais em valor, no valor que agrega ao café ao cuidar e zelar por ele, desde as sementes.

**60%**

**de aumento no total de compras de 2020 para 2022**

O comprometimento com os acordos e contratos firmados faz com que os relacionamentos se estabeleçam na confiança. Internamente, a empresa desenvolveu a cultura do compromisso, onde todos são cientes de que precisam fazer cumprir os prazos, as entregas, os embarques e a qualidade prometida. Essa é a estratégia para fidelizar seus clientes e conquistar novos mercados.

A empresa aposta em inovações, em promover mudanças na cadeia cafeeira e, dessa forma, antever e atender às exigências de mercado. Busca ser destaque em tudo que promove a cafeicultura de um modo geral e, assim, fomenta um sistema cada vez mais sustentável, atendendo aos anseios de clientes e da sociedade, firme no seu propósito de contribuir para um mundo melhor.

**ATLANTICA – TOTAL DE COMPRAS POR REGIÕES (R\$)**

Regiões	2020	2021	2022
Cerrado Mineiro	63.956.797,27	46.228.981,41	84.645.071,55
Sul de Minas	367.290.703,49	517.387.307,16	609.631.620,10
Matas de Minas	370.572.522,75	470.818.132,53	724.307.006,80
Mogiana Mineira	11.531.054,35	5.509.433,09	7.781.222,73
Norte de Minas	29.642.772,51	30.226.871,41	23.300.628,19
Mogiana Paulista	81.449.718,07	68.247.263,60	94.789.207,45
Bahia	12.313.663,29	10.082.585,00	12.963.404,59
Espírito Santo	421.150,04	3.178.000,00	5.749.000,00
Oeste Paulista	25.389.166,97	37.256.447,09	42.857.826,16
Chapada de Minas	1.386.712,51	14.198.094,55	9.027.751,26
<b>Total</b>	<b>963.954.261,25</b>	<b>1.203.133.115,84</b>	<b>1.615.052.738,83</b>

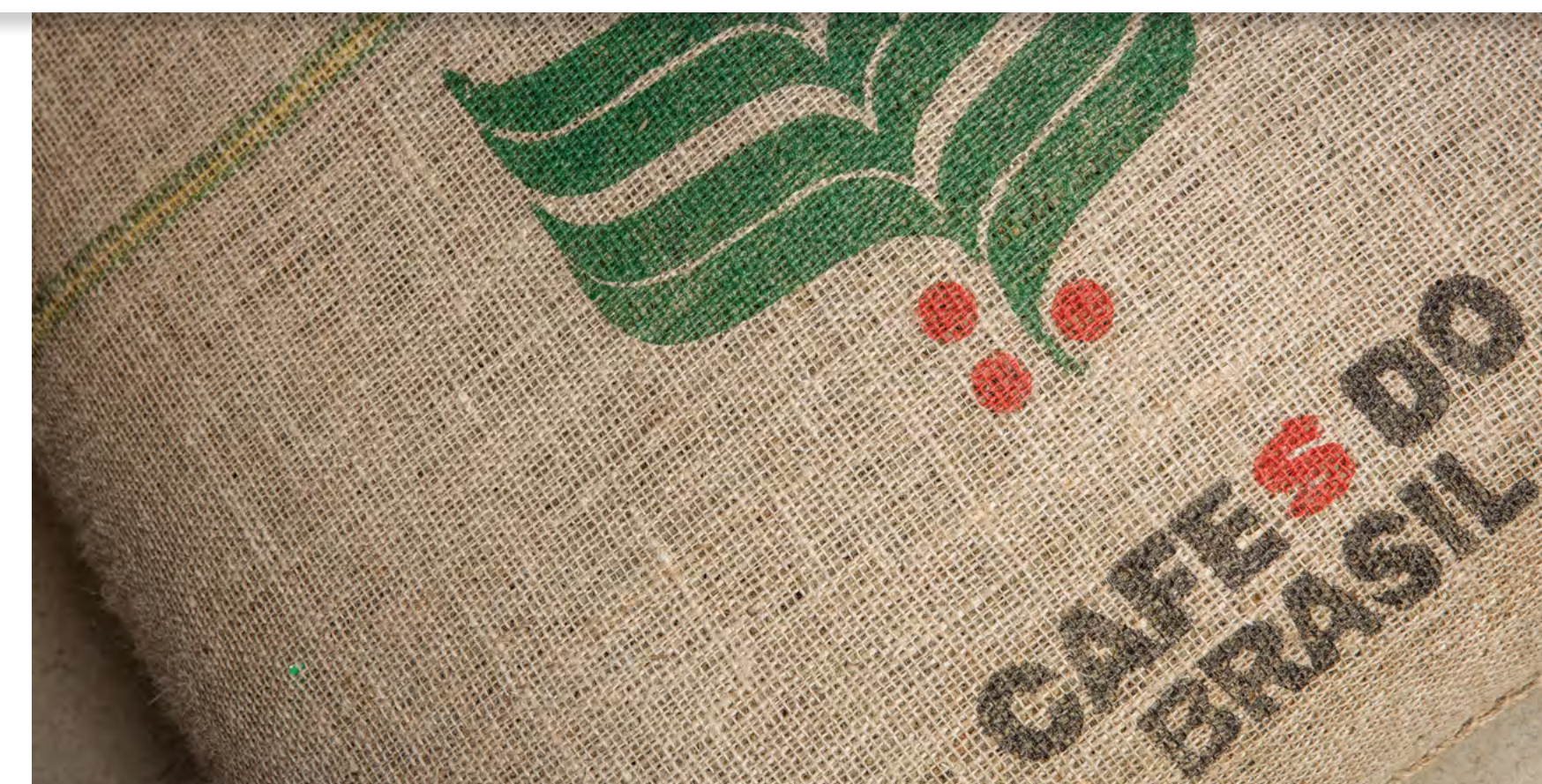
São considerados fornecedores locais aqueles localizados no estado de Minas Gerais, Brasil.

## Armazém

**GRI 2-6, 3-3, 13.10.1, 13.10.4, 13.12.3, 301-2, 301-3, 303-1, 303-3, 303-4, 303-5, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5, 413-2**

A Atlantica é a única empresa do Grupo que possui armazém próprio. Nele os cafés são estocados e preparados para comercialização e exportação. Todo o café do armazém é dedicado para comercialização de café originado pelas *tradings* do Grupo, não prestando serviço de armazenamento a terceiros.

**Ter um local destinado para manuseio e armazenamento de produtos alimentícios requer um rigoroso padrão de qualidade que garanta a Segurança dos Alimentos.** Produtos que serão comercializados internacionalmente precisam seguir padrões de qualidade dos países importadores. Todos os locais que processam, embalam ou armazenam alimentos para consumo humano que serão comercializados nos Estados Unidos, por exemplo, precisam seguir as regras de segurança da Lei de Modernização da Segurança dos Alimentos do *Food and Drug Administration* (FDA), Agência Federal do Departamento de Saúde e Serviços Humanos dos Estados Unidos. Em função disso, em 2022 o armazém passou por uma rigorosa reestruturação que envolveu toda a equipe em treinamentos e adequações. Um plano de ação foi desenvolvido e executado ao longo do ano, exigindo comprometimento e dedicação para atender às diretrizes estabelecidas no documento, porém a totalidade das ações deve ser concluída em 2023.



Diferentemente dos escritórios, o Armazém apresenta uma operação com maiores impactos ambientais no que tange ao uso de recursos e descarte de resíduos. Para contribuir com a destinação correta e dar a melhor finalidade possível a esses materiais, toda a equipe é treinada para segregar os resíduos corretamente e, após o uso, destiná-lo corretamente na área de resíduos do Armazém. Há um cuidado especial para que todos sejam separados, armazenados e encaminhados de forma que não contaminem as pessoas ou o meio ambiente.

Resíduos classificados como perigosos recebem maior atenção. Os químicos, por exemplo, além da documentação interna são acompanhados da ficha de segurança, e a documentação e licenças das empresas receptoras desses materiais ficam arquivadas como evidências.

Entre os resíduos que se destacam pelo destino dado estão: pó de café e óleo lubrificante. O pó é doado para produtores locais e o óleo é encaminhado para uma empresa que faz o seu refino.

Principais resíduos do Armazém	Quantidade	Unidade de medida	Destino
Pó de café – Poeira vegetal	17.431,50	Quilos	Doação – material orgânico
Óleo lubrificante	350,00	Litros	Refino



Composição dos resíduos 2022	Materiais	Peso em toneladas métricas
Borra de café	Borra de café	15.360,00
Resíduo de banheiro e cozinha	Resíduos úmidos	15.000,00
Resíduos recicláveis (papel, grampo e plástico)	Papel, grampo e plástico	3.806,00
Etiqueta big bag	Papel	84,60
Copo descartável 200 ml	Plástico	82,80
Caixa máscara descartável	Látex	67,15
Saco de lixo 40 l c/100 unid.	Plástico	4,97
Saco de lixo 100 l	Plástico	12,50
Luva de borracha	Látex	3,24
Protetor aur. de silicone pacote c/50 unid.	Silicone	3,76
Caneta 1 cx c/50 unid.	Plástico	2,50
Pincel	Plástico	2,06
Pó de café	Pó de café	17.431,50
Papelão	Papel	25,00
Ferro/peças quebradas/sucata	Ferro	300,00
Óleo lubrificante	Óleo	350,00
Lâmpadas/estopas/galões e filtro de óleo	Óleo	120,00
<b>Total</b>		<b>52.656,08</b>

# 10,5%

dos materiais utilizados no Armazém são reciclados

Todos esses resíduos, considerados não perigosos, são encaminhados para destinação final adequada, não tendo, nessa operação, algum material que não receba o mesmo destino.

A água é um elemento importante no processo e seu consumo é constantemente observado, por meio de medições diretas, para que possam ser avaliadas alternativas de redução de uso. Toda a água utilizada no Armazém é oriunda da Companhia de Abastecimento Local e o consumo anual, em 2022, foi de 302.000.000 megalitros, o mesmo volume descartado na rede municipal de esgoto.

A operação do Armazém produz impactos perceptíveis, como: trânsito, dispersão de material particulado – poeira – e ruídos. Não houve registros de incômodos ou reclamações advindos das comunidades vizinhas no período deste relato.



**72%** de aumento no total de compras de 2021 para 2022

**GRI 2-6, 204-1**

**A Cafebras propõe ser a conexão entre as origens produtoras do Brasil, as indústrias e os consumidores de todo o mundo, disseminando o conhecimento, a cultura, os valores e as histórias de seus produtores.** A Cafebras nasceu em 2013 inspirada na maior exigência do mercado de cafés e nas oportunidades geradas pelas novas tendências globais de consumo. Seus principais desafios são apresentar ao mundo os melhores cafés brasileiros, disseminar conhecimentos, histórias e valores e, principalmente, conectar as pessoas a este apaixonante produto.

Oferecemos ao mercado cafés diferenciados, lavados, semilavados e naturais, em sua maioria munidos das principais certificações socioambientais do mercado (Rainforest, Orgânico, Fairtrade e 4C). Um dos nossos pilares é a proximidade e valorização dos produtores. Assim, a Cafebras transformou-se num dos principais canais exportadores de cafés com denominação de origem das regiões Cerrado Mineiro e Mogiana Paulista. Para apresentar o potencial dos cafés brasileiros, sua diversidade de aromas e sabores, por causa de seus terroirs específicos, criamos uma linha de cafés denominada Diamonds ou

“Série Diamantes”. Cada um, além de requisitos básicos do que consideramos um café especial, como corpo e finalização, carrega consigo uma característica sensorial predominante: chocolate, doçura, acidez, florais e frutados. Abaixo, um pequeno resumo dessas preciosidades:



**Black Diamond:** notas de chocolate, encorpado, doce e com uma longa e agradável finalização.



**Yellow Diamond:** notas doces, ligadas às frutas amarelas, bom corpo e excelente finalização.



**Blue Diamond:** altitudes maiores, acidez cítrica, encorpado, finalização longa e agradável.



**Rose Diamond:** notas florais, corpo equilibrado e finalização longa.



**Red Diamond:** notas frutadas, corpo equilibrado, complexa acidez cítrica e finalização longa e agradável.

**CAFEBRAS – TOTAL DE COMPRAS POR REGIÕES (R\$)**

Regiões	2021	2022
Cerrado Mineiro	333.160.614,44	324.549.115,37
Sul de Minas	302.317.049,02	408.811.087,19
Matas de Minas	98.647.726,59	191.406.937,22
Mogiana Mineira	10.046.511,48	8.733.257,00
Norte de Minas	25.503.292,86	43.185.313,27
Mogiana Paulista	44.310.402,54	128.356.760,27
Goiás	11.242.034,16	39.222.557,82
Bahia	579.688,84	-
Espírito Santo	906.951,56	1.117.747,44
<b>Total Geral</b>	<b>826.714.271,49</b>	<b>1.145.382.775,58</b>

*São considerados fornecedores locais aqueles localizados no estado de Minas Gerais, Brasil.*

Outra iniciativa a destacar é o projeto Direct Trade, que consiste na realização de negócios de cafés direto de uma fazenda, de um grupo de fazendas parceiras ou mesmo de uma região produtora para um determinado comprador que tem demandas específicas e exclusivas. O objetivo é promover a aproximação e a conexão entre esses produtores brasileiros e os consumidores, valorizando suas origens, regiões e histórias. Nesta linha trabalhamos desde cafés Fine Cup há cafés pontuadas na escala SCA.

A missão da Cafebras é possibilitar que o mundo tenha a oportunidade de conhecer os sabores especiais que são produzidos em cada região produtora onde a Cafebras atua, apresentando todas as particularidades e complexidades de cada terroir. Oferecendo assim ao mundo os autênticos Cafés Brasileiros.



**GRI 2-6, 204-1**

A Ally é a empresa internacional do Grupo Montesanto Tavares. Sua missão é ser uma distribuidora de cafés especiais do mundo para o mundo. Para a empresa não existem fronteiras geográficas, está espalhada em todos os continentes e oferece cafés de mais de 20 diferentes origens.

**A Ally promove conexões, essa é a sua forma genuína de fomentar a cadeia de café ao redor do mundo. Descobrir os melhores fornecedores, de diferentes locais, e linká-los aos clientes que buscam exatamente esses aromas e sabores é o verdadeiro propósito de seus negócios.** Fazer as conexões com atores tão diferentes é, também, um grande desafio, mas, em contrapartida, conseguir unir essas pontas e criar relacionamentos improváveis é o que torna o trabalho tão gratificante e relevante.

A Ally escuta e apresenta as melhores soluções aos seus clientes. As equipes são capacitadas para orientar, entender e atender o que os clientes buscam com alternativas mais viáveis em termos de custos e logística. Sua presença global é um diferencial estratégico, já que permite atender clientes em diversas partes do mundo com cafés específicos, e sua rede de fornecimento, também oriunda de diferentes regiões do plane-

ta, permite uma visão holística capaz de mensurar as melhores alternativas em qualidade, custo, rotas e impacto ambiental.

Com sua presença global e equipe treinada para ofertar as melhores soluções, a Ally sempre apresenta as melhores opções de custo, logística e impacto ambiental. E, nesse ponto, o impacto ambiental avalia exatamente a Pegada de Carbono oriunda do deslocamento do café. Essa é uma iniciativa adotada pela empresa para promover um processo de conscientização entre seus clientes torrefadores, a fim de que eles entendam as consequências ambientais de suas decisões, passem a optar por origens mais próximas que evitem grandes deslocamentos e reduzam, com isso, suas emissões.

Outro diferencial competitivo da Ally é a possibilidade de fracionar os pedidos. Diferentemente de outras *tradings*, a Ally não se limita à venda de contêineres fechados. **Além de oferecer a especificidade de qualidade que o cliente busca, ela permite que os clientes escolham, também, a quantidade que querem adquirir.** Essa flexibilidade permite aumentar sua carteira de clientes e, em função disso, hoje, a Ally atende desde pequenas cafeterias até grandes indústrias espalhadas por diferentes continentes.

A Ally é uma jovem empresa com um grande potencial de crescimento, pois não há limitações geográficas para sua expansão, já que possui originação de cafés em diversos países e comercializa-os com muitos outros.

**50%** de aumento no total de compras de 2020 para 2022

**ALLY – TOTAL DE COMPRAS POR REGIÕES (R\$)**

Região	País	2020	2021	2022
América do Sul	Brasil	240.885.802,09	327.108.838,96	475.423.169,77
	Colômbia	31.198.227,24	64.709.962,97	64.090.645,64
	Peru	398.730,28	1.104.849,58	3.131.095,27
África	Etiópia	8.587.756,70	12.963.243,06	19.023.373,88
	Quênia	-	347.127,76	2.454.682,77
América Central e México	Costa Rica	3.277.211,69	7.260.258,61	7.937.361,76
	Panamá	432.932,25	-	-
	Jamaica	-	-	6.306,34
	Nicarágua	1.241.357,89	1.597.699,84	1.462.160,36
	Honduras	4.365.337,33	5.495.339,97	9.466.718,04
	El Salvador	3.694.432,31	4.165.920,54	5.910.584,40
	Guatemala	6.668.025,35	7.679.147,50	10.586.984,92
Ásia e Oceania	México	1.099.591,72	1.229.576,75	598.485,01
	Vietnã	192.015,49	2.154.558,69	1.452.748,98
	Indonésia	14.012,37	-	-
	Tailândia	351.016,93	806.282,21	745.073,60
<b>Total</b>		<b>302.406.449,64</b>	<b>436.622.806,44</b>	<b>602.289.389,77</b>

São considerados fornecedores locais aqueles nos quais a empresa possui escritório ou um representante na região.

# Desempenho Financeiro

GRI 2-2, 2-6, 13.24.2, 201-1, 201-4, 415-1

Apesar do contexto conturbado dos últimos anos, o desempenho das empresas atendeu às expectativas traçadas. O orçamento anual, realizado por *trading*, e o orçamento das áreas corporativas do Grupo são aprovados anualmente na Reunião de Acionistas. O Conselho de Administração define as metas de cada empresa, que depois são escalonadas nas Diretorias e equipes funcionais. O Grupo conta com uma Diretoria Financeira comum para todas as *tradings*, sendo que cada uma possui a sua equipe financeira que responde a essa Diretoria.

O acompanhamento do desempenho financeiro das empresas é feito pelos Acionistas mensalmente, por meio de Relatórios, e a cada três meses, as contas e os indicadores são aprovados no Conselho de Administração do Grupo.

A empresa elabora anualmente o seu Relatório Financeiro de acesso público e todos os dados de resultados econômicos são auditados por uma empresa independente. Em 2022, assim como em 2021, a empresa responsável pela aferição foi a KPMG. No ano referido neste relatório, o Grupo, ou qualquer uma de suas empresas, não contou com nenhum apoio de qualquer instituição pública ou governamental. Ao mesmo tempo, em conformidade com a Legislação Federal e ao Acordo de Acionistas do Grupo, nenhuma empresa realizou qualquer tipo de contribuição financeira a partidos, esferas ou agentes políticos.

## PRINCIPAIS RESULTADOS GMT

Econômico	2020	2021	2022
Receita Líquida consolidada (R\$)	2.299.033	2.455.315	3.310.372,00
Investimento (R\$)	-13.649	-47.025	-1.255
EBITDA (R\$)	154.683	170.129	99.983
Margem EBITDA	7%	7%	3%
Lucro Líquido consolidado (R\$)	56.933	70.311	2.161



## Ações de Relacionamento

O GMT tem o propósito de promover o desenvolvimento sustentável e a inovação na cadeia cafeeira, e para isso, foca no desenvolvimento de ações e projetos que alavanquem seus objetivos. A melhor maneira de concretizar esse propósito é ganhando a confiança de seus parceiros e fazendo com que eles se engajem nas iniciativas. Em função disso, as empresas têm o foco constante em relacionamentos, em estar próximo, em construir parcerias duradouras que tragam benefícios para todos e que estejam baseadas na confiança.

- **Semana Internacional do Café** Trata-se do maior evento da cafeicultura no Brasil, em que se encontram todos os atores da cadeia cafeeira. Para o Grupo, além de um evento estratégico, pois oportuniza estar próximo e ter momentos de troca, é também uma chance de apresentar os projetos e iniciativas do Grupo. Em 2022, o evento foi um acontecimento muito marcante, pois, pela primeira vez, as três *tradings* do GMT se apresentaram juntas. Reflexo do reposicionamento institucional trazido pela revisão do Planejamento Estratégicos, as *tradings* puderam viver a experiência de representar um Grupo e buscar oportunidades comerciais que serão atendidas por uma ou outra empresa, de acordo com o perfil do cliente.

- **Workshops Starbucks** Compartilhar conhecimento é uma forma genuína de o GMT levar o que tem de mais valioso para sua base produtiva: seu conhecimento e sua experiência. Em 2022, em parceria com a Starbucks, foram realizados dois workshops sobre o tema sustentabilidade que contaram com a participação de aproximadamente 140 participantes no total e envolveram as equipes de duas *tradings* do Grupo: Atlantica e Cafebras. Além de promover conhecimento sobre o tema, esses encontros permitem uma equalização de boas práticas para as propriedades e reforçam a estratégia de estar próximo e promover o desenvolvimento sustentável dos parceiros. Para a realização dessas ações, o GMT engajou toda sua rede de fornecedores da região de Minas Gerais, além de organizar toda a estrutura necessária para receber e realizar as atividades.

- **Origin Trip** A Ally é patrocinadora do *Origin Trip* (Viagem de Origem, em tradução literal), promovido pela *Brasilian Speciality Coffee Association* (BSCA). A Associação promove, anualmente, um concurso em busca dos melhores baristas do mundo (especialistas em classificação e cafés) e os vencedores da competição participam da *Origin Trip*. Essa viagem propicia aos participantes conhecer as origens dos cafés especiais que eles qualificam. Em 2022, foram levados para Minas Gerais, no Brasil, onde puderam

conhecer as propriedades, os produtores, suas vidas, entender sobre os processos empregados, as dificuldades e os desafios que eles encontram para entregar os cafés que serão distribuídos ao redor do mundo.

- **Capacitações Q-Grader** A Ally é certificada pela Associação Americana de Cafés Especiais, e eventualmente promove cursos de Q-Grader, que capacitam profissionais para a qualificação de cafés especiais. Essa é uma iniciativa que possibilita a evolução de seus pequenos e médios clientes, torrefadores, para que eles possam desempenhar e potencializar seus negócios. Com essa ação, além de beneficiar os clientes, a Ally contribui para o desenvolvimento do mercado de cafés especiais e para o fomento da cadeia de produção de café como um todo.

- **Simpósio de Cafeicultura das Matas de Minas** Sempre com o objetivo de estreitar e reforçar seus relacionamentos com os cafeicultores, a Atlantica participou em 2022 do 23º Simpósio de Cafeicultura das Matas de Minas. A feira é um grande evento da região que conecta produtores com diversas empresas da indústria do café. A Atlantica marcou presença e aproveitou a ocasião para divulgar o Projeto Mutua, reforçando seu compromisso com a sustentabilidade por meio das ações do projeto, que trouxeram, nesse ciclo de 2022, benefícios socioambientais para a região.



- **Café ao Destino** Anualmente, parte da equipe da Atlantica realiza visitas aos seus principais clientes, a fim de estabelecer relações comerciais alinhadas, transparentes e sólidas. Essa aproximação ocorre por meio de sessões de *cupping* (degustação) que auxiliam na calibragem de qualidade do café e reuniões que promovem o conhecimento aprofundado sobre o mercado consumidor.
- **Semana das Origens** Em 2022, a Cafebras lançou a Semana das Origens. Uma série de eventos realizados em seis regiões diferentes que teve o intuito de aproximar as equipes dos produtores, entender mais das especificidades de cada região, visitar propriedades, integrar produtores próximos, receber amostras da produção local, apresentar a empresa e divulgar o Concurso Campeões das Origens.
- **Garimpeiros de Qualidade** Para garantir o seu portfólio de cafés especiais, a Cafebras conta com uma rede de 44 garimpeiros, que são corretores, clientes, produtores e profissionais da área de qualidade de café. Eles possuem a difícil missão de provar, categorizar e identificar os perfis de cafés que a empresa busca para ofertar aos seus clientes. Para que todos sigam os mesmos parâmetros de qualidade, a Cafebras tem a tradição de realizar um evento anual em que reúne os garimpeiros para que todos degustem diferentes cafés e saibam identificar quais as variedades que a empresa busca.

- **Concurso Campeões das Origens Cafebras** Concurso promovido pela Cafebras para valorizar as origens e o talento de quem produz cafés de qualidade no Brasil. Por meio do concurso, a empresa identifica e tem acesso a diferentes lotes de cafés especiais.
- **Quality Cult** Um projeto que busca promover o consumo e a cultura dos cafés especiais no consumidor final. Apesar de não comercializar cafés com esse público, a Cafebras entende que essa é uma forma de fomentar o consumo de seu portfólio. Para tanto, ela participa de eventos direcionados ao público em geral com o intuito de apresentar suas variedades Diamonds. Em 2022, esteve presente no Festival de Gastronomia que ocorreu em Patrocínio, Minas Gerais. Para o evento, foi montada uma grande estrutura de cafeteria, em que seus baristas apresentaram diferentes processos e métodos de preparação, servindo aos participantes diversos de seus cafés especiais.
- **1ª Jornada de Carbono Neutro na Cafeicultura** A Cafebras patrocinou a iniciativa promovida pela Cooperativa dos Cafeicultores do Cerrado de Monte Carmelo. O evento trouxe a pauta abordada na 27ª Conferência do Clima da Organização das Nações Unidas (COP 27) e a responsabilização para que cada parte da sociedade assuma o seu papel na redução das emissões de carbono.




#### Outros eventos em 2022

- Seminário do Café
- Dia de campo da Pró Café
- Fórum de Mercado e Política
- Fórum de Qualidade da Alta Mogiana

# Evolução em ESG





**ESG, sigla amplamente difundida e que representa *Environmental, Social and Governance*, em inglês, e significa Ambiental, Social e Governança, em português, é, hoje, o que norteia todas as ações do GMT. Tudo o que é desenvolvido e aprendido internamente nessas esferas é compartilhado com os parceiros de negócio para que o Grupo contribua de forma efetiva para o desenvolvimento sustentável da cadeia cafeeira.**

# Ambiental

GRI 2-12,2-22, 2-24, 3-3, 13.2.1

*Onward* é o nome dado à Política de Sustentabilidade do Grupo Montesanto Tavares, um documento tão relevante para a Governança da empresa que virou Programa. *Onward* significa, em inglês, avançar, e é ela que norteia o caminho, com um conjunto de ações estratégicas que impulsionam o propósito do Grupo: promover o progresso sustentável na cadeia de produção e distribuição de café. Essa política estabelece diretrizes que orientam as tomadas de decisões e os relacionamentos com os públicos de interesse. Todos os passos estão alinhados à agenda dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) e mapeiam a contribuição do GMT para essa importante coalização internacional.

Clique aqui para saber mais



A política define três grandes compromissos que norteiam as ações desenvolvidas pelo Grupo



Reconhecer e remunerar



Desenvolver a cadeia de suprimentos



Conectar a produção ao consumo

Desde 2021, o Grupo vem evoluindo a sua maturidade corporativa no que tange ao monitoramento de indicadores, que apoiam a mensuração dos impactos de suas operações, e nesse sentido, o padrão GRI, usado para organizar o Relatório de Sustentabilidade, contribui para esse processo. A área ganhou tanta relevância que, após o Planejamento Estratégico, passou a fazer parte da Diretoria de Governança, tornando-a Diretoria de Governança e Sustentabilidade e reportando-se diretamente ao Conselho de Administração. Todas as ações desenvolvidas pela área de Sustentabilidade que envolvam impactos socioambientais serão responsabilidade dessa Diretoria, que deverá reportar seu desempenho diretamente ao Conselho.



# Programa Mutua

**GRI 3-3, 13.22.1, 13.22.4, 203-2**

O nome Mutua vem de mutualidade, de crescimento mútuo. Esse é o cerne principal desse Programa, promover o crescimento mútuo, de nossos parceiros, produtores de café, em especial os familiares, pequenos e médios, e da nossa cadeia produtiva como um todo.

Dentro do Programa está o Projeto Mutua – Matas e Nascentes, que consiste em auxiliar cafeicultores da região das Matas de Minas a adotar as melhores técnicas e práticas conservacionistas em recuperação florestal, recuperação de nascentes, áreas de Reserva Legal e instalação de fossas biodigestoras. Para participar do Projeto, o produtor deve respeitar as diretrizes do Código de Conduta e Ética do GMT e ser isento de qualquer prática ilegal com relação a trabalho ou Direitos Humanos.

**Em 2022 foram selecionados 20 produtores da Atlântica, da região das Matas de Minas, que tinham perfil influenciador em seus pares, para receber o projeto-piloto.** Ao final do ano, após a desistência de um dos participantes, o Projeto foi encerrado com sucesso em 19 propriedades. Foram confeccionados mapas de zoneamento com base em pontos de GPS, analisados o uso e a ocupação do solo, a hidrologia, a biota, o percentual de áreas protegidas e o grau de degradação das nascentes. Após o Relatório Técnico, foram desenvolvidas car-



tilhas informativas com orientações sobre o manejo da água, dos resíduos e as características específicas de cada propriedade. As ações desenvolvidas tiveram o acompanhamento e o suporte da equipe de Técnicos de Campo da empresa em, ao menos, quatro visitas ao longo do ciclo que apoiavam o atingimento dos objetivos propostos.

Para o tratamento de efluentes, a empresa custeou a adequação de fossas biodigestoras capazes de atender ao fluxo de uma família de até cinco pessoas sem a necessidade de manutenção em um período estimado de 20 anos.

Os cafés produzidos nas propriedades participantes são de alta qualidade e carregam o compromisso do GMT e de seus produtores parceiros em transformar a cafeicultura brasileira em um exemplo de responsabilidade e preservação ambiental. Pela participação no Projeto, a propriedade é premiada com o

**11.630**  
mudas plantadas em 2022

**21**  
nascentes em recuperação



Clique aqui para saber mais

acréscimo de 3 dólares por saca comercializada com a Atlântica e não há nenhum tipo de investimento solicitado ao produtor, é tudo custeado pela empresa.

**Para 2023, a meta é escalonar o Mutua para quatro grupos de 20 produtores, contribuindo de forma mais efetiva para o desenvolvimento sustentável dos produtores e para a criação de valor na cadeia de café.** E para fomentar ainda mais a promoção da sustentabilidade na cadeia cafeeira, foi firmada uma parceria com a consultoria Way Carbon, com o objetivo de iniciar o mapeamento das emissões nas 19 propriedades que participaram do primeiro ciclo do Projeto Mutua – Matas e Nascentes. Espera-se que no próximo ano os resultados apresentem o balanço entre emissões e absorções naturais e que, com isso, o GMT contribua para a pauta de neutralização de gases de efeito estufa, uma meta do próprio Grupo e de diversas iniciativas internacionais.



## Usina Solar

O GMT possui uma usina solar no telhado do Armazém da Atlantica. O objetivo do projeto é produzir uma matriz energética limpa e renovável para reduzir as emissões de gases de efeito estufa (GEE) e fortalecer o compromisso do Grupo de ser sustentável e de buscar sempre a melhoria contínua em seus processos.

- **Localização: Caparaó – MG**
- **456 painéis solares com uma capacidade de 335 W**
- **18.449 kWh gerados mensalmente**
- **77% de autonomia energética**
- **Instalado em áreas suspensas, não requer terras adicionais**

## Emissões

### GRI 13.2.2, 201-2, 305-1, 305-2, 305-3

Em 2021, o Grupo Montesanto Tavares, em uma ação pioneira no mercado de café brasileiro e com o apoio de uma consultoria externa, fez o seu primeiro Inventário de gases de efeito estufa (GEE). O intuito, além de acompanhar as ações de grandes *players* do mercado mundial, é entender o real impacto dos negócios do Grupo para as mudanças climáticas e, dessa forma, evoluir na análise de riscos que possam influenciar a cadeia produtiva, desenhando estratégias e ações que mitiguem ou minimizem as consequências. Além disso, é uma forma de contribuir para as agendas de neutralidade de emissões de suas operações, de seus clientes e das coalizões internacionais.

Em 2022, após o ano anterior de aprendizado, as equipes que já dominavam a metodologia de mensuração conseguiram, de forma independente, medir as emissões e a captura dos gases em todas as fases que operam seus negócios. Os resultados não foram auferidos por auditoria externa, mas a meta é continuar com as ferramentas de controle para captar oportunidades de reduções e compensações e, dessa forma, evoluir para a descarbonização.

### EMISSÕES E REMOÇÕES CONSOLIDADAS POR CATEGORIA E ESCOPO – 2022

Unidade organizacional	Escopo 1	Escopo 2	Escopo 3
Atlantica	0	29,008	12.645,100
Cafebras	0	4,863	11.002,975
Ally	0	41,278	422,844
Total	0	75,149	24.070,919
<b>Total Escopos somados</b>			<b>24.146,068</b>

### EMISSÕES BIOGÊNICAS POR CATEGORIA E ESCOPO – 2022

Unidade organizacional	Escopo 1	Escopo 2	Escopo 3
Atlantica	0	0	359,488
Cafebras	0	0	472,837
Ally	0	0	0
Total	0	0	832,325
<b>Total Escopos somados</b>			<b>832,325</b>

**Balanço da emissão:** o cálculo da emissão de GEE é realizado em toneladas de carbono equivalente (tCO<sub>2</sub>e), através da saída de emissões e remoção. Escopo 2 calcula a emissão advinda da compra de energia elétrica do GRID e Escopo 3 contempla as emissões de transporte e distribuição downstream somadas as viagens a negócios.



## Água

### GRI 303-1, 303-2

As operações das *tradings* funcionam basicamente como escritórios, tendo os armazéns para estocagem, na sua maioria, terceirizados.

A utilização de recursos hídricos é sempre em baixo volume, sendo destinados para consumo humano, banheiros e limpeza. Nesse contexto, os escritórios são alimentados pelas redes de abastecimento locais e o descarte é feito pelas redes de coleta e saneamento dos municípios. A única exceção a essa regra ocorre no escritório localizado no município de Patrocínio, Minas Gerais, no qual a água utilizada para abastecer a operação é proveniente de um poço artesiano. Como o espaço é dividido com outra empresa de maior porte e que utiliza mais água em seus processos, essa fica responsável pelos monitoramentos de qualidade, oferta e consumo desse recurso.

O principal produto do Grupo, entretanto, depende da boa qualidade de água, já que para a degustação dos cafés é necessária água para o seu preparo. Em algumas localidades a água é filtrada e em outras há a necessidade de análise frequente da qualidade da água fornecida pela rede.

# Social

## Gente e Gestão

GRI 2-7, 2-8, 3-3, 13.15.1, 13.15.2, 13.21.1, 401-1, 404-2, 405-1

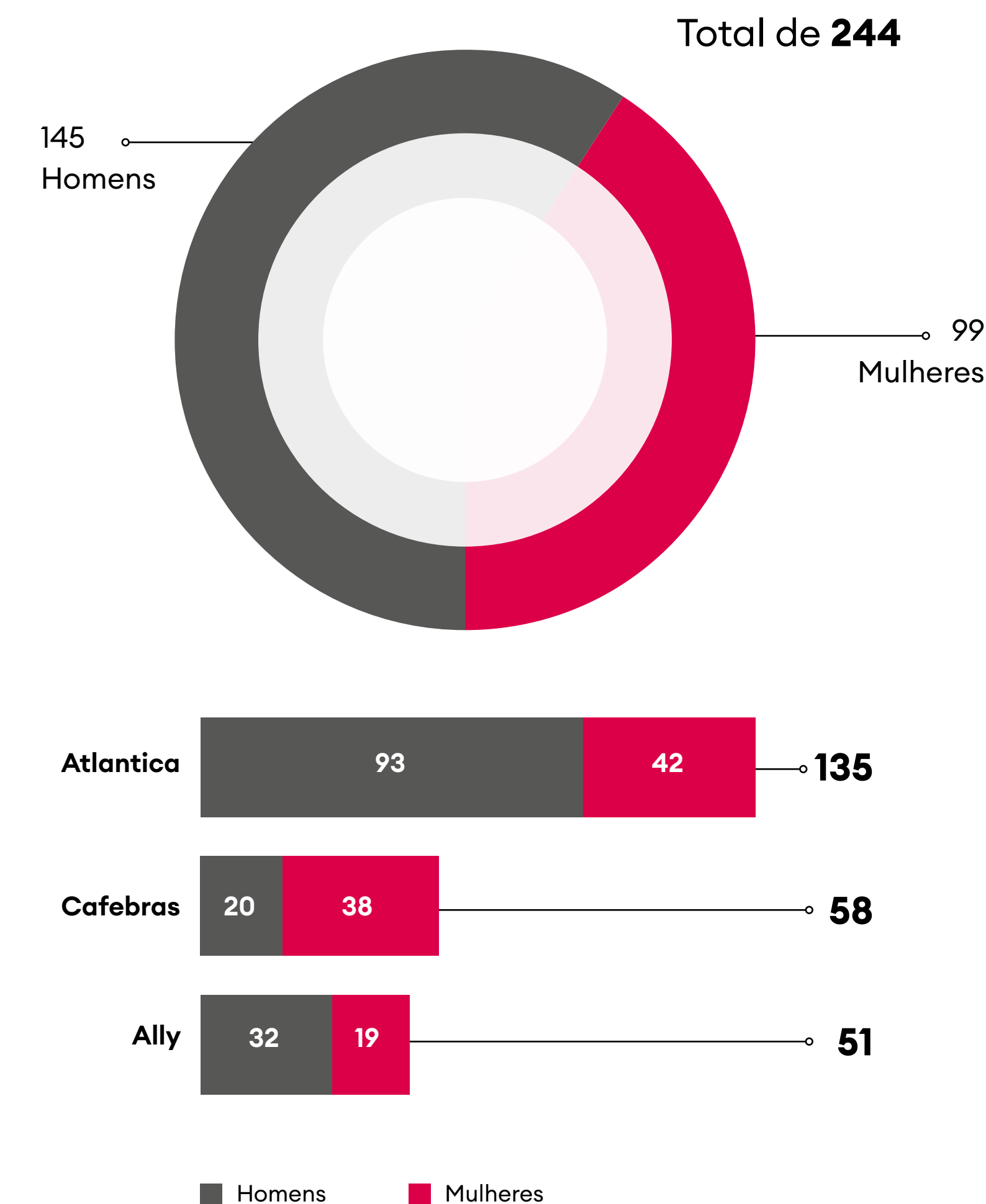
O desenvolvimento e o bem-estar de colaboradores é um dos temas materiais do GMT. Pessoas estão sempre em primeiro lugar e o lema que norteia a atuação da área é: “Pessoas certas no lugar certo”. Todo trabalho é direcionado para atender, entender, desenvolver e capacitar o time. As *tradings* possuem equipes enxutas que entregam alta rentabilidade, dessa forma, todos os colaboradores possuem grandes responsabilidades. Saber qual o talento certo para cada vaga exige, também, um grande empenho da equipe de Gente e Gestão.

A área de gestão de pessoas, nesse contexto, é extremamente estratégica, pois a complexidade do comércio de café exige um alto grau de conhecimento técnico e a capacidade de desenvolver relacionamentos próximos e duradouros. Nesse sentido, fazer a seleção de um profissional que integrará uma equipe enxuta, com grande responsabilidade, com conhecimento específico em variedades de café, com volume de vendas substanciais, exige uma seleção perfeccionista e assertiva.

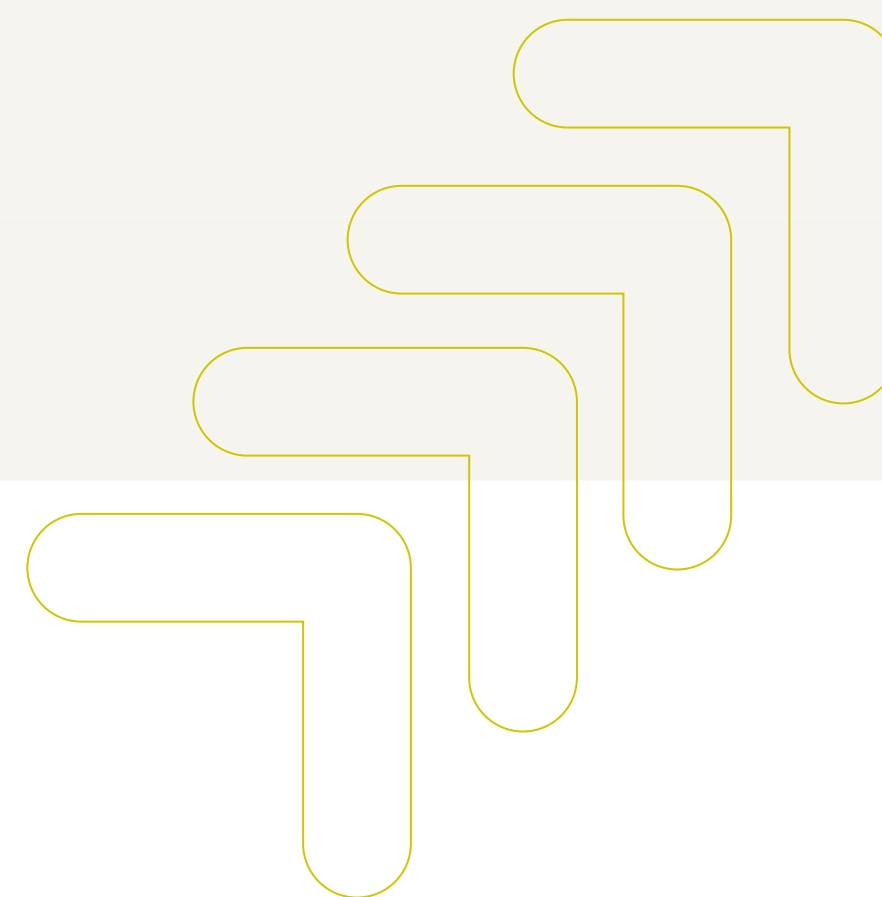
Entendendo essa dificuldade de encontrar profissionais prontos, o Grupo passou a buscar pessoas que se enquadrem na dinâmica da oportunidade, e após o recrutamento, começa a etapa de capacitação. O treinamento e o desenvolvimento necessário podem levar até dez anos de investimentos em qualificação. A preocupação com a retenção desses talentos, nesse cenário, é constante e exige um alto investimento de energia e recursos. Encantar esses colaboradores e garantir um ótimo ambiente de trabalho são desafios permanentes. Em função disso, a equipe está continuamente analisando benefícios que impactam diretamente o engajamento e o clima organizacional.

Quanto ao corporativo, o ano de 2022 trouxe novidades. O Planejamento Estratégico desenhado nesse ano permitiu, pela primeira vez, a reunião de praticamente todas as equipes das três *tradings* de forma presencial, com poucas exceções da Ally, cujos integrantes não residem no Brasil, mas que par-

Nº TOTAL DE FUNCIONÁRIOS EM 2022





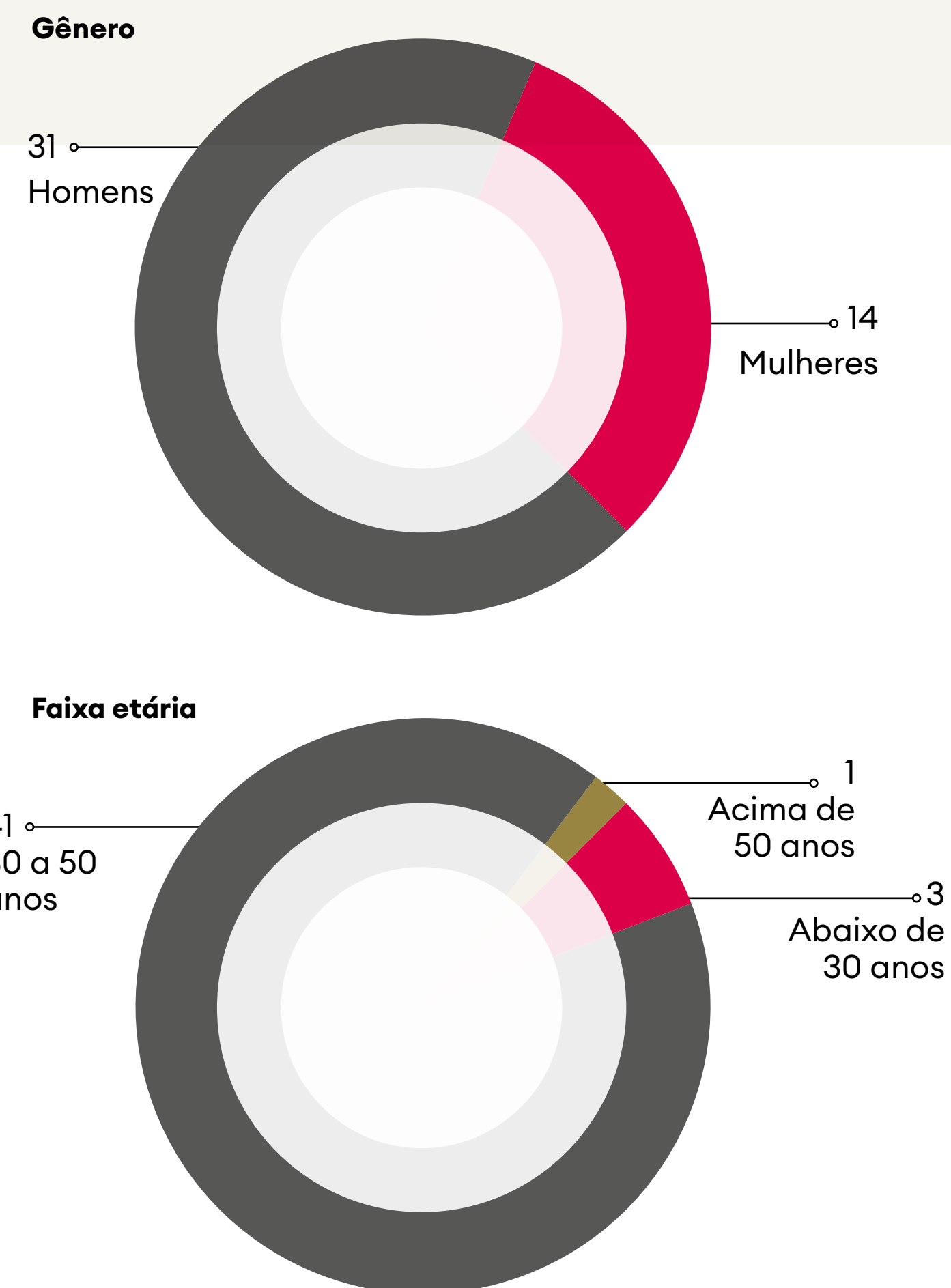


ticiparam do evento de forma *online*, com acesso à tradução simultânea. Pela primeira vez, também, participaram de um evento do mercado de café em que os uniformes dos colaboradores estampavam as logomarcas das três *tradings* e do Grupo em conjunto. Esses movimentos trazem um novo espírito de equipe e reforçam a sensação de pertencimento aos colaboradores, impactando diretamente o engajamento desses profissionais.

Em 2022, os processos internos também evoluíram. Foi implantada uma nova ferramenta de gestão focada em pessoas, o *Solits*, que permite melhorias em vários processos da área: recrutamento e seleção, avaliação do colaborador, entrevista de desligamento, pesquisa de avaliação de clima, entre outras que ainda serão estudadas e implementadas. O recrutamento e a seleção passaram a acontecer de forma mais automatizada. A ferramenta apoia a divulgação da vaga *on-*

*line* e permite a aplicação de avaliações comportamental e de perfil de forma mais dinâmica. A fim de aperfeiçoar ainda mais o processo, essa ferramenta foi aplicada em todos os colaboradores da Atlantica, o que permitiu criar uma base de dados para os perfis adequados para oportunidades futuras. A plataforma permite automatizar, ainda, as avaliações de colaboradores, e até 2023, as três *tradings* estarão integradas ao novo sistema. A avaliação de desempenho também evoluiu: por meio de *benchmarking* de diferentes metodologias, foi definido um padrão de competências mais alinhado aos valores corporativos, reforçando a importância da contribuição estratégica da equipe para o propósito do Grupo. Outra meta já estabelecida para 2023 é a aplicação da pesquisa de satisfação interna, já que o último ciclo de avaliação foi em 2021 e o cronograma prevê a rotação da consulta a cada dois anos. De uma forma global, esse sistema reúne todos os *inputs* e dados de gestão, apoiando a análise e tomada de decisões mais assertivas.

### DIVERSIDADE EM CARGOS ESTRATÉGICOS - 2022





## Capacitação

GRI 2-17, 404-1, 404-2

A Academia de Líderes foi concluída com muito êxito. Foram 25 participantes que passaram por módulos de capacitação em gestão de projetos, pensamento crítico e nas competências necessárias aos cargos desempenhados. Essa primeira versão permitiu uma avaliação de fechamento em que foram observadas oportunidades de melhorias para os ciclos seguintes. Para preparar o corpo executivo ainda mais, os integrantes participam frequentemente de seminários, congressos e eventos que propiciem acesso a informações e a integração e o aprendizado com outros executivos.

Ao longo do ano foram oferecidos cursos de NR-31, SPED fiscal, Direito no Agronegócio, Marketing Digital, Data Analytics e Q-Grader, que capacita profissionais para degustação e qualificação de cafés especiais. Ainda nesse sentido, em 2022 foi desenvolvida uma ação de capacitação técnica específica para o time de Qualidade, levando os membros da equipe até as propriedades produtoras, em que eles puderam degustar e entender mais dos processos. Essa ação, além de ampliar o conhecimento do time, permitiu que eles entendessem mais do perfil de cafés direcionados à exportação.

## Remuneração e Benefícios

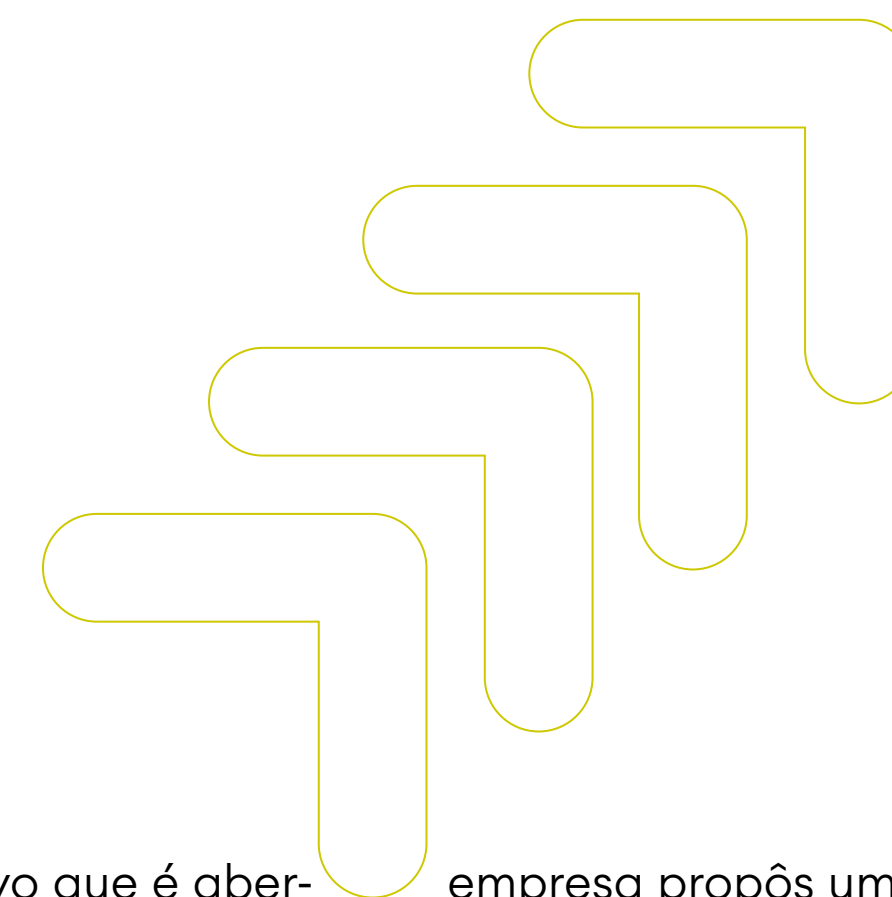
GRI 2-19, 2-20, 2-30, 3-3, 13.15.3, 13.18.1, 13.18.2, 13.19.1, 13.19.8, 13.20.1, 13.21.1, 401-2, 403-7, 405-2, 407-1

Todos os colaboradores residentes no Brasil são contratados em alinhamento à Legislação Federal e o mesmo é esperado de sua cadeia de fornecimento. Uma das ferramentas para garantir a aplicação das leis trabalhistas nesses fornecedores é por meio das certificações que implicam apresentação de diversas documentações e a prática de auditorias recorrentes de segunda e terceira partes.

Os principais benefícios oferecidos aos colaboradores – como vale-alimentação, vale-combustível ou plano de saúde – são disponibilizados por meio de um desconto simbólico mensal de R\$ 1,00 para cada um. **Os benefícios e a política de remuneração são estendidos a todos os funcionários, independentemente de cargo ou carga horária exercida.** O piso salarial oferecido respeita o valor estipulado como salário mínimo no país e as médias salariais estão de acordo com as práticas de mercado. O pacote de benefícios e a remuneração ofertada podem ser considerados atrativos, já que se observa uma

grande competitividade a cada processo seletivo que é aberto para oportunidades nas empresas do Grupo. Anualmente, os aumentos e reajustes são acordados via convenções coletivas e respeitam os índices de reposição inflacionária. Em 2022, 69% dos funcionários estavam representados por instituições representativas, mas, para garantir o direito a todos, os benefícios estipulados nos acordos são repassados também aos funcionários em locais sem filiação sindical.

A gestão da empresa, preocupada com o impacto inflacionário que o contexto econômico do Brasil impõe aos seus colaboradores da Cafibras e da Atlantica, propôs um reajuste anual diferente. **Todos os colaboradores, anualmente, têm um reajuste, que busca repor o poder aquisitivo impactado pela inflação, no salário e no vale-alimentação.** O índice de reajuste é negociado em acordo coletivo e exigido por lei. Pensando nos funcionários que possuem remunerações menores e que são mais impactados pela alta constante dos preços, a



Aumento de  
**45%**  
do vale-alimentação  
para todos os  
colaboradores no Brasil

empresa propôs um acordo de reajuste diferente nesse ano: a atualização monetária dos salários seguiria em um patamar conservador, um pouco menor do que seria uma expectativa satisfatória, e a diferença percentual, que foi desconsiderada e que alcançaria esse teto satisfatório, foi somada e dividida de forma igualitária para todos os colaboradores por meio do vale-alimentação. Isso quer dizer que aqueles funcionários que recebem uma alta remuneração abriram mão de um aumento salarial mais considerável para que esse valor fosse revertido em benefício de todos. A soma desse percentual que deixou de ser pago via dissídio foi revertida em aumento do vale-alimentação, para todos, de forma igualitária. Essa negociação acordada permitiu um aumento de aproximadamente 45% do benefício. Essa iniciativa teve um impacto muito grande nos colaboradores que possuem salários menores, e o aumento do vale, nesse formato, entregou para eles um poder aquisitivo maior do que um aumento de 1% ou 2% que viriam via acordo coletivo.

BENEFÍCIOS OFERECIDOS	ALLY			ATLANTICA		CAFEBRAS		Armazém
	EUA	Brasil	Demais operações	Brasil		Brasil		Brasil
	Jornada de tempo integral			Jornada de tempo integral	Jornada parcial (ou temporários)	Jornada de tempo integral	Jornada parcial (ou temporários)	Jornada de tempo integral
Seguro de vida	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Plano de saúde	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Auxílio-deficiência e invalidez	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Licença-maternidade/paternidade	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Fundo de pensão/plano de benefícios	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Plano de aquisição de ações	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Auxílio-educacional (50%)	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim
Auxílio-combustível	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Não
Plano odontológico	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim
Vale-alimentação / refeição	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Sim*	Sim*	Sim

\*\* Menores aprendizes contratados com horários reduzidos não recebem esses benefícios.

O Plano de Cargos e Salários, validado pelo Conselho de Administração, determina e sustenta as estruturas de funções e remunerações da organização. Ele apresenta o desenho das descrições dos cargos existentes na empresa, alinhado às melhores práticas e valores de mercado. A remuneração da Dire-

toria é composta de remuneração fixa mensal, remuneração variável anual e benefícios. Os executivos são contratados por meio da modalidade de Diretores Estatutários, estando sujeitos à tributação conforme legislação vigente. A remuneração fixa é definida pelo Conselho de Administração e o bônus anual

é calculado de acordo com o atingimento dos indicadores preestabelecidos, variando até 150%. A alta direção também tem um cartão de benefícios com crédito preestabelecido, que pode ser dividido entre diferentes categorias, conforme as necessidades individuais.

## Diversidade

GRI 2-26, 3-3, 13.15.1

Para garantir a diversidade e a inclusão dentro do quadro funcional do Grupo, existe uma Política Corporativa de Recrutamento Ético que determina as diretrizes que devem ser seguidas em um processo seletivo. Além dessa iniciativa, há, ainda, o Comitê de Igualdade de Gênero e Apuração. **É responsabilidade do Comitê apurar, além do respeito ao direito legítimo de as mulheres ocuparem qualquer tipo de cargo, o direito das mulheres por remuneração igual à dos homens que desempenham a mesma função e qualquer violação aos Direitos Humanos ou aos direitos de trabalhadores.** Situações relacionadas a trabalho infantil, trabalho forçado, discriminação e/ou assédio no local de trabalho devem, necessariamente, ser levadas ao Comitê, que dará a devida atenção e resposta ao fato.

É resultado do empenho do Grupo como um todo, mas em especial desse Comitê, a conquista, em 2022, de um Canal de Denúncias isento, independente e que garante a segurança de qualquer parte interessada que quiser relatar alguma situação que desrespeite o Código de Conduta e Ética público do GMT.



# Saúde e Segurança

**GRI 13.19.2, 13.19.3, 13.19.4, 13.19.5, 13.19.6, 13.19.7, 13.19.9, 13.19.10, 13.19.11, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-8, 403-9, 403-10**

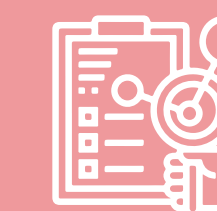
Todas as empresas do Grupo sediadas no Brasil atendem à legislação federal ao possuir implantados o Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR) e o Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO), que abrangem 100% de seus funcionários. Ambos estabelecem as diretrizes e requisitos para o Gerenciamento dos Riscos Ocupacionais (GRO) de cada posição e as medidas de prevenção em Segurança e Saúde no Trabalho (SST). Na prática, o desenvolvimento desses programas busca preservar a vida e evitar danos físicos e psíquicos às pessoas, como também controlar todos os agentes de risco.

Em 2022, a Atlantica liderou um projeto de evolução nas análises de GRO que resultou em um laudo técnico sobre as condições que apresentam algum grau de risco aos funcionários. Todas as definições e parâmetros que nortearam as análises seguiram as legislações federais vigentes. Como a maior parte das equipes está em atividades administrativas, com exceção das atividades de seu Armazém, o foco foi avaliar as condições de trabalho nos escritórios da empresa e das unidades institucionais do Grupo.

**Todas as informações relativas à saúde do trabalhador, obtidas por meio de exames médicos ocupacionais ou periódicos, são tratadas como sigilosas, sendo de conhecimento apenas das clínicas terceirizadas que os realizam e dos profissionais competentes do setor de Gente e Gestão. Essas informações também ficam à disposição do colaborador.**

A Comissão Interna de Prevenção de Acidentes e Assédio (CIPAA) do Armazém da Atlantica é responsável pelas ações que levam informações e conscientização relacionadas à SST aos colaboradores. Por meio de eventos como a SIPAT (Semana Interna de Prevenção de Acidentes), realizada anualmente, e o Diálogo Diário de Segurança e Informação (DDSI), as orientações são compartilhadas com as equipes. Para o Armazém, em especial, devido ao maior grau de riscos das atividades, a empresa conta com uma terceirizada especializada para dar suporte em questões de SST e é de sua responsabilidade o controle e atendimento dos cursos obrigatórios exigidos pela legislação. Já na área administrativa da empresa, um profissional é responsável por prevenir ocorrências e desenvolver ações que promovam a saúde, a segurança e a conscientização no ambiente de trabalho.

## CONQUISTAS EM SST



**Análise Ergonômica do Trabalho Atlantica e GMT**



**Análise em SST das áreas Administrativas**



**FISPQ (Ficha de Informação de Segurança para Produtos Químicos)**



**Laudo de Iluminância – Atlantica e GMT**



**LTCAT (Laudo Técnico das Condições do Ambiente de Trabalho) – Atlantica e GMT**



**Treinamentos obrigatórios para a equipe**

### Treinamentos Obrigatórios Armazém Atlantica

- NR 05 – CIPAA
- NR 06 – Uso correto, guarda, conservação e higienização dos EPIs
- NR 11 – Transporte, movimentação, armazenagem e manuseio de materiais
- NR 12 – Máquinas e equipamentos
- NR 20 – Segurança e saúde no trabalho com inflamáveis e combustíveis
- NR 23 – Brigada de incêndio e primeiros socorros
- NR 35 – Trabalho em altura
- P.O. – Procedimentos Operacionais

## Em 2022, não foram registradas doenças ocupacionais ou acidentes envolvendo funcionários em atividades nas *tradings* do GMT

A Cafebras possui um programa chamado *Cafebras Health*, cujo objetivo é incentivar a prática de esportes, cuidar da saúde mental e do bem-estar dos empregados. As ações promovem, além das pautas obrigatórias, palestra sobre diversidade, valorização de gênero, saúde e iniciativas que incentivam a prática de esportes, como uniformes para academia, ciclismo e participação em campeonatos locais.

**O GMT oferece para todos os seus colaboradores Plano de Saúde Unimed BH coparticipativo, com intercâmbio de prestadora, internação e transporte aéreo, permitindo o seu uso independentemente da localidade do empregado.** Além disso, são ofertados, também, cobertura odontológica e subsídio para filhos nos planos. O Grupo disponibiliza, ainda, anualmente, imunização contra a gripe gratuitamente para todos os colaboradores que quiserem ser vacinados. Além dessas iniciativas, os funcionários possuem cartão-benefício *Swile*, que oferece condições diferenciadas em academias e plataforma de atendimento à saúde mental.

# Crescemos Juntos



**“Sou muito grato pelas inúmeras oportunidades que o GMT abriu para mim. Estou aqui há dez anos e espero que sejam os primeiros dez, espero que venham mais dez.”**

## Ricardo Pereira – Ally

**Começou a trabalhar com café verde em 2008, importando café brasileiro para os EUA, onde morava desde 2001.** O destaque da sua empresa no mercado de cafés especiais chamou a atenção de Bruno Tavares, com quem começou uma aproximação. Nessa época, Ricardo já era um *Q-Grader*, especialista em cafés especiais e já comercializava cafés de várias origens.

No dia em que Ricardo descobriu que seria pai pela terceira vez, resolveu aceitar a proposta para entrar para o Grupo. Seria uma espécie de presságio, o nascimento de uma nova vida para ele, para seu filho, para sua família e para a Ally, que, nesse momento, também não havia nascido. Em 2013, então, aceitou a proposta do GMT e ingressou na Mountain Coffee, empresa sediada nos EUA.

Na sua chegada à empresa, foi convidado para ir ao Brasil para uma calibragem e degustação de cafés com todos os especialistas do Grupo. Ao compartilhar o seu conhecimento com os colegas, foi possível identificar que havia cafés nos estoques que continham pontuações relevantes, mas que não estavam sendo tratados como especiais. Essa calibragem entre os profissionais foi importantíssima para que o Grupo passasse a olhar os cafés especiais com maior atenção.

Uma de suas primeiras atividades, logo que ingressou, foi participar do *rebranding* dessa empresa, o que permitiu que ele agregasse a esse novo posicionamento toda sua experiência. Além disso, Ricardo trouxe sua rede de fornecedores de diver-

sos países, permitindo que a Ally já nascesse como uma *trading* de cafés de diversas origens, e não apenas nacional, como era a proposta inicial.

**A relação foi sempre de troca: ao mesmo tempo que ele trazia para a empresa seu conhecimento e experiência de mercado, a empresa dava para ele total liberdade para estruturar a expansão audaciosa que ele propunha.** Assim foram conquistados os escritórios da Colômbia, Costa Rica, Etiópia, Suécia, Dubai, Austrália, e a ideia é não parar por aqui.

O seu relacionamento com a SCA possibilitou à Ally estreitar uma parceria com a Associação e o patrocínio dos eventos de café, o que trouxe uma grande exposição de marca entre os principais especialistas do ramo no mundo, impactando significativamente a consolidação e o crescimento da marca.

Ricardo reconhece a confiança que o GMT dispensou a ele, apostando e apoiando suas ideias. Entrar para o Grupo permitiu que ele desse continuidade ao que ele havia começado a construir, mas que, em função da limitação de recursos, não conseguiria expandir. Ele percebe o valor que existe em compartilhar o que sabe, em impactar pessoas, em influenciar a vida das pessoas com os negócios. Entende o impacto transformador que ocorre ao dar oportunidade para outras pessoas, gerar emprego, impactar inúmeras famílias, dos colegas, dos produtores, e por isso acredita que o seu trabalho, e de toda a equipe, contribui para esse ciclo virtuoso.



## Irene Vieira – Atlantica

Em 2005, Irene se viu grávida, no último período da faculdade de Relações Internacionais, vivendo uma situação de muito aperto e muito esforço. Buscou oportunidades, mas a gravidez a impedia de avançar nos processos seletivos. Casou, teve seu filho e ingressou em uma pós-graduação em Gestão Empresarial. Voltou a buscar uma colocação profissional quando uma colega a indicou para uma oportunidade de estágio. A vaga não era a oferta que resolveria seus problemas, mas foi recebida como uma oportunidade. Com o apoio da família, conseguiu colocar seu filho na escola e, assim, entrou na Atlantica em 2008, como estagiária da área de logística. Em seis meses de dedicação aos processos de especificações e embarques para os clientes, foi promovida a Assistente e permaneceu com suas responsabilidades na mesma área. De Assistente para Analista, para Coordenadora e, enfim, Gerente. Era a materialização da oportunidade que ela resolveu abraçar lá atrás. Ficou nessa posição até 2010, quando foi convidada a assumir uma nova oportunidade, dessa vez, na área comercial.

No decorrer desse tempo, Irene pôde desenvolver diversos outros tipos de atividades e aprender muito com elas. Ao perceber as mudanças comportamentais de clientes e do mercado, que passavam a exigir novos critérios na originação dos cafés, ela percebeu a oportunidade de, por meio da inovação, criar um diferencial para a marca. Sempre com o objetivo de desenvolver mais o negócio, torná-lo atual, o que fizesse a empresa se posicionar na vanguarda do mercado do café no Brasil e no mundo.



**“É preciso interagir, ouvir ideias. O trabalho coletivo é capaz de surpreender com os resultados que se alcança, mas, principalmente, com o aprendizado individual e com as relações que se constroem.”**



Suas observações agregavam ao desempenho dos negócios e isso foi abrindo caminho para que ela pudesse desenvolver e sugerir melhorias. Contribuiu para a implementação de uma rotina de *Customer Care*, olhando para as expectativas e especificidades do cliente. Essa iniciativa contribuiu para a cultura de valorização interna do café, para que o Grupo passasse a se ver como um prestador de serviço e não como um comercializador de *commodities*.

**Outra contribuição relevante da Irene foi a sua participação na construção do Programa de Sustentabilidade do Grupo. As empresas do Grupo sempre trabalhavam de forma muito independente umas das outras, e foi a partir desse ponto que todas passaram a ter um plano em comum.** Essa mudança de paradigma permitiu um novo olhar sobre a gestão das empresas do GMT, um novo conceito que buscava implementar ações e projetos que, ao mesmo tempo, respeitassem a individualidade de cada empresa, trouxessem a identidade do Grupo e ainda representassem os anseios de todos os *stakeholders* envolvidos na cadeia de valor.

Seu segundo filho veio em 2012, e os desafios, naquele momento, eram conciliar as responsabilidades de mãe e profissional, desafio comum a todas as mulheres que são mães e trabalham. Irene ressalta que sempre encontrou na Atlantica um ambiente muito positivo, flexível e colaborativo, e que isso fez toda a diferença para que ela conseguisse exercer seus papéis na empresa e em sua casa. O ambiente colaborativo, segundo ela, é o que mais agrega em qualquer projeto.

E é exatamente isso que ela espera para esse novo ciclo, pois em 2023 e 2024 já está convocada para atuar no desdobramento do Planejamento Estratégico, em que irá contribuir para a definição das ações e indicadores que orientarão os objetivos estabelecidos pelo Grupo e, ainda, será a responsável por aquele que é considerado um dos projetos mais relevantes e inovadores: o Projeto de Inteligência Comercial, que visa aproximar ainda mais as *tradings* de seus clientes e suas necessidades particulares.

## Ueliton Santos – Cafebras

**O Ueliton começou na cafeicultura, ao lado do seu pai, com apenas 16 anos.** Na época, trabalhava no setor de classificação de uma cooperativa, onde ficou por cinco anos, na qual o Eustáquio era o Presidente. Em 2011, o próprio Eustáquio o convidou para entrar para o time da, então, Atlantica. Ele ingressou na equipe de classificação, mas, após um tempo, ao abrir uma vaga na área de compras e qualidade, aproveitou a oportunidade e migrou de setor.

Em 2012, Ueliton participou da abertura da Cafebras. O plano estratégico inicial era ser uma empresa pequena, com metas de comercialização conservadoras. Já no primeiro ano essas metas quase foram alcançadas e o crescimento da empresa extrapolou todas as expectativas. Começaram um projeto do zero, com um time jovem, sem experiência e, juntos, conseguiram alavancar os negócios de maneira surpreendente. A Cafebras já nasceu grande, com um Grupo consolidado por trás, dando todo o suporte.

**Hoje, ele percebe que oferecer uma oportunidade para um rapaz de 23 anos de idade é uma grande coragem e que isso contribuiu muito para o seu desenvolvimento, para sua maturidade.** Quando ingressou no Grupo, solteiro, veio junto uma grande responsabilidade que o fez amadurecer muito cedo,

refletindo no seu crescimento pessoal e profissional. Em 2014, casou, criou uma família, comprou carro, casa, e sua vida foi crescendo com os negócios da empresa. Foi como uma troca: o Grupo ofereceu uma oportunidade, ele correspondeu às expectativas, e o reconhecimento do seu trabalho lhe permitiu conquistar a estabilidade para que pudesse organizar e progredir, também, na sua vida pessoal.

Toda a equipe foi amadurecendo, se capacitando, crescendo junto, a empresa e os colaboradores. Enxergar essa trajetória, segundo ele, é muito marcante.

Na sua visão, o maior valor do Grupo são as pessoas, as iniciativas da empresa com relação às pessoas são o seu grande diferencial, é visível a preocupação com todos os envolvidos na cadeia, não só seus colaboradores. Nas equipes, todos têm oportunidades que trazem reconhecimento e crescimento. A empresa proporcionou para ele uma capacitação melhor do que ele teria em uma universidade, o conhecimento na prática. Além de oferecer os cursos certos para o seu desenvolvimento, os gestores sempre deram muito suporte. Ueliton aprendeu observando, absorvendo o conhecimento daqueles que sabiam como fazer. O Eustáquio, para ele, foi seu grande professor e orientador.



**“O que eu ouvi no início, de valor compartilhado, hoje, consigo ver que não era apenas um discurso, é muito real. O que mais a empresa oferece é capacitação, ela prepara seus profissionais para crescer e, assim, eles fazem a empresa crescer também.”**

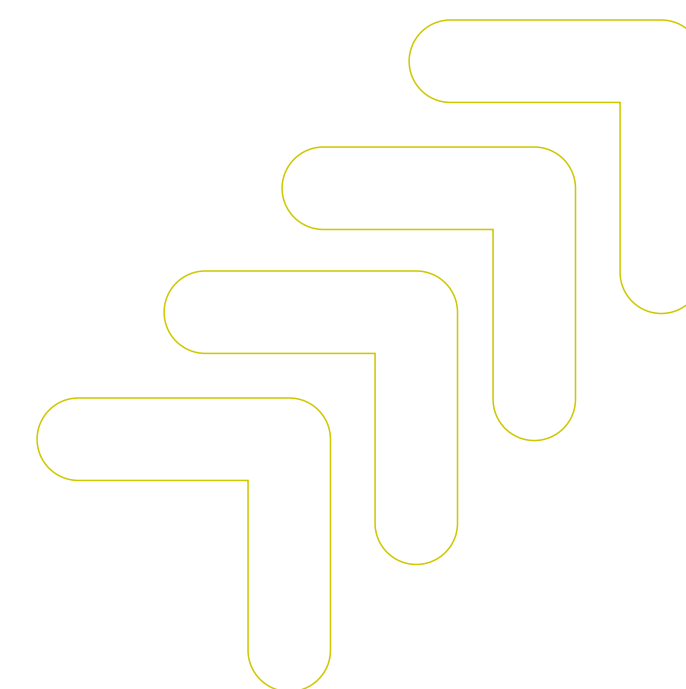
# Investimento Social

## Instituto Café Solidário

**GRI 3-3, 13.12.1, 13.12.2, 13.22.4, 13.24.1, 13.22.4, 203-2, 413-1**

Promover o impacto positivo das operações do Grupo nas comunidades que as recebem é outra forma de compartilhar valor. O GMT, além de valorizar os sabores únicos dos cafés brasileiros e promovê-los ao mundo, valoriza também a cultura e a história local apoiando iniciativas que reforcem os laços das comunidades com as suas origens. Mais do que isso, o trabalho desenvolvido em prol de processos de produção que respeitem as pessoas e o meio ambiente minimiza possíveis impactos adversos e promove a qualidade de vida nas regiões ao garantir recursos hídricos e solos protegidos de contaminações. Garantir respeito aos trabalhadores das lavouras também protege as pessoas das comunidades produtoras e fomenta um processo de educação, conscientização e valorização de todo e qualquer indivíduo.

Anualmente, as três *tradings* do Grupo Montesanto Tavares destinam 0,3% de seu faturamento para a manutenção do Instituto Café Solidário (ICS). A maior parte desses recursos é destinada para o Projeto Realizando Sonhos, mas outras iniciativas sociais pontuais são apoiadas pelo instituto sempre que possível.



## Projeto Realizando Sonhos

O Projeto atende 150 crianças em situação de vulnerabilidade social em uma sede própria no município de Buritizeiro, Minas Gerais, oferecendo diversas atividades extracurriculares, complementares e profissionalizantes.

Hoje já é possível ver e exemplificar os resultados alcançados com o desenvolvimento do trabalho do ICS. Um dos monitores da oficina de informática, em regime de estágio, foi um dos alunos atendidos pelo Projeto Realizando Sonhos. Cabe ressaltar também que, para os profissionais que estão envolvidos no Projeto, são oferecidas bolsas de estudo para que eles possam ter acesso à formação complementar.

Além de todas as atividades oferecidas, são servidas cerca de 300 refeições por dia e ainda disponibilizadas as sobras das hortas (cada aluno pode levar para casa o que foi cultivado por ele no Projeto).

## Atividades oferecidas pelo ICS



## Alfabetização

Em 2022, o ICS identificou a necessidade de abrir uma turma de reforço em alfabetização para complementar o nível educacional de seus alunos. Em função da pandemia e da dificuldade de acesso e de acompanhamento das aulas, muitas crianças apresentaram dificuldades em leitura, escrita e interpretação de texto. Para sanar as dificuldades identificadas, o ICS organizou duas turmas, uma de manhã e uma no turno da tarde, conseguindo atender 50 crianças no total.

## Feijoada Solidária

Após o retorno das atividades presenciais pós-pandemia, o ICS retomou a iniciativa de promover a sua anual Feijoada Solidária. Um evento beneficente que contou com a colaboração de 400 convidados. O objetivo do evento foi alcançado ao arrecadar os recursos necessários para uma obra de ampliação do segundo andar da unidade, a qual será destinada para a construção de um estúdio de música, que permitirá o desenvolvimento de habilidades musicais em um local adequado.

## Mineiridades

Também já consolidado como tradição do ICS, anualmente, é realizado um grande espetáculo financiado via Lei de Incentivo à Cultura. O objetivo do evento é apresentar todas as habilidades desenvolvidas pelas crianças ao longo do ano. Em 2022, o tema abordado foi Mineiridades e apresentou diversas atrações que exploraram todas as potencialidades da cultura mineira. O evento foi apresentado em espetáculos de quatro horas, dois dias no município de Buritizeiro e um dia no município de Pirapora.

Os alunos apresentaram atividades como: sarau, capoeira, teatro, show de música e desfile de moda. Nesse ano os alunos ouviram e fizeram uma releitura de trajes típicos e lendas locais.

O espetáculo envolveu todas as crianças do ICS mais algumas de outra iniciativa social do município de Buritizeiro.



## Cinema

Em 2022, o currículo de atividades do Projeto foi complementado com a oficina de cinema. Com o intuito de integrar os estudantes para as possibilidades que a internet oferece, foram incluídas aulas com foco em produção de vídeos, *streamings*, *lives* e até mesmo filmes. Os estudantes são apresentados à indústria do cinema e às diferentes atividades que envolvem a produção de conteúdo visual. Nesse ano os alunos produziram um curta-metragem, acompanhando a produção do material do início ao fim.

[Clique aqui para assistir a um apanhado do espetáculo](#)



[Clique aqui para ver o curta-metragem produzido pelos alunos](#)



## Fundo Social Imaflora

Ao contratarmos os serviços de certificação da Imaflora, 5% do valor investido é revertido em iniciativas comunitárias, de cunho social, e/ou certificações para pequenos produtores ou cooperativas. Os apoios normalmente são destinados às populações vulneráveis, como indígenas, ribeirinhas, ou mesmo associações, e busca fortalecer a agricultura familiar a fim de evoluir em práticas e melhor rentabilizar suas lavouras. Até o momento desta publicação, não haviam sido publicados os dados da iniciativa no ano de 2022.

## Viveiro de Atitude

A Cafebras apoia e patrocina, anualmente, uma iniciativa da Cooperativa dos Cafeicultores do Cerrado de Monte Carmelo. A ação resultou na criação de um viveiro de mudas do Cerrado que são repassadas aos produtores por um valor abaixo do praticado no mercado. A proposta busca apoiar os produtores locais na reposição da vegetação nativa em suas propriedades. Toda verba arrecadada é revertida para instituições de assistência social. Em 2022, foram apoiados um asilo e uma creche.

# Governança

## Cultura Organizacional

### Nosso Propósito

Nosso propósito é promover progresso sustentável na indústria do café e a todos que estão envolvidos nesse setor, inspirando outros a seguir nossos passos.

### Nossos Princípios



Pensar a  
cafeicultura



Inspirar e  
envolver



Ousar fazer  
diferente

### Nossos Valores



Práticas ambientais, sociais  
e de governança – ESG



Qualidade nos serviços



Pertencimento e postura de dono



Inovação e dinamismo



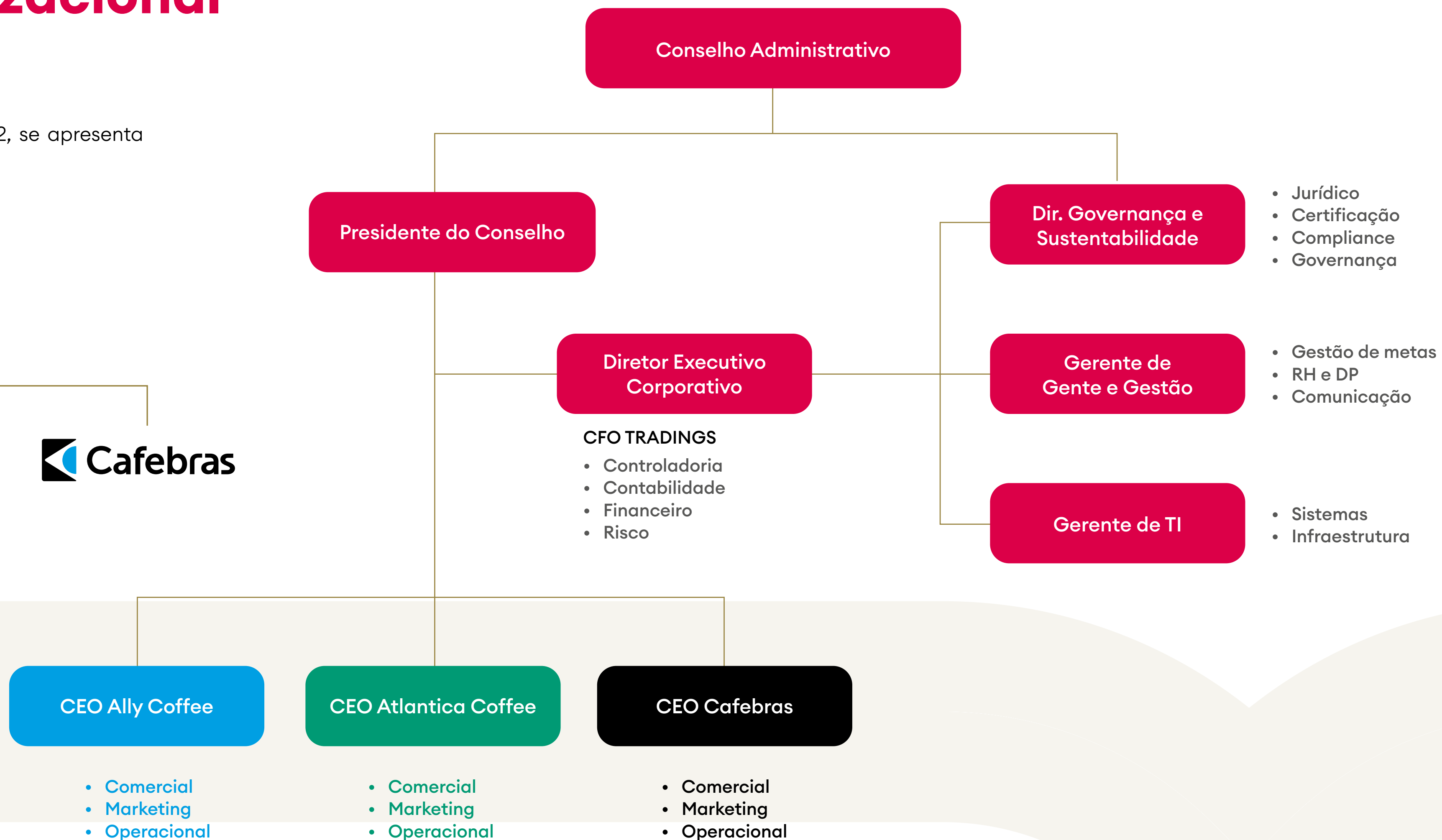
Diversidade e valorização  
das pessoas



# Estrutura Organizacional

GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-16, 202-2

A estrutura organizacional do Grupo, em 2022, se apresenta da seguinte forma:



Além dessas posições, o GMT conta ainda com: Assembleia de Acionistas, Conselho de Administração, Comitê de Sustentabilidade, Comitê de Diversidade, Comitê de Conduta e Ética, e Diretoria (Executiva, Financeira, Operações, Governança/Risco/Compliance). Estruturado dessa forma, busca garantir que as tomadas de decisões sigam um padrão democrático que priorize os interesses, metas e objetivos estipulados.

O Conselho de Administração é eleito por meio da Assembleia de Acionistas, cujos membros não ocupam vagas executivas no Grupo. Após o Planejamento Estratégico, realizado em 2022, está prevista a entrada de um Conselheiro independente para o Conselho de Administração. A vaga deve ser ocupada em 2023 e, para selecioná-lo, foi definido um perfil próprio, designando as competências, a expertise e os valores que o candidato precisa apresentar e que devem estar alinhados aos do Grupo.

**PERCENTUAL DE MEMBROS DA ALTA DIREÇÃO DE UNIDADES OPERACIONAIS IMPORTANTES CONTRATADOS NA COMUNIDADE LOCAL**

	2020	2021	2022
<b>Número total de membros</b>	14	12	12
<b>Número de membros contratados na comunidade local</b>	11	6	6
<b>Percentual da alta direção contratada na comunidade local</b>	78,57%	50,00%	50%

*Nota: Definição de “membros da alta direção” usada: Diretores. Definição geográfica de “local” adotada pela organização: Ally, Estados Unidos e Europa. Atlantica/Cafebras/Montesanto Tavares Group (Corporativo): Minas Gerais. Definição usada para “unidades operacionais importantes”: unidades com operações administrativas e/ou comerciais ou industriais.*

A responsabilidade pela gestão dos impactos é atribuída aos Diretores Executivos das companhias, e o acompanhamento deles é feito sem uma periodicidade definida, de acordo com as pautas, necessidades ou acontecimentos relevantes. Assuntos emergenciais que podem causar impactos ou riscos aos negócios ou partes interessadas são tratados nas reuniões semanais de Diretoria. Em caso de necessidade, os acionistas são convocados a deliberar sobre o tema.

## Participação em Associações

**GRI 2-28**

- **GMT/Ally:** Specialty Coffee Association (SCA Coffee).
- **Atlantica:** Plataforma Global do Café, Brazil Specialty Coffee Association (BSCA), Centro do Comércio de Café de Varginha (CCCMG) e Conselho de Exportadores de Café do Brasil (Cecafé).
- **Cafebras:** Brazil Specialty Coffee Association (BSCA), Conselho de Exportadores de Café do Brasil (Cecafé), Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro e Associação da Alta Mogiana.

**50%**

da alta direção é contratada na comunidade local



Anexo



### 204-1 PROPORÇÃO DE GASTOS COM FORNECEDORES LOCAIS

#### Atlantica

Atlantica (FORNECEDORES DE EMBALAGEM)	2020	2021	2022
Valor total gasto com compras de fornecedores – excluindo os de café (R\$ milhões)	6.607.423	7.628.243	7.641.953
Valor total gasto com compras de fornecedores locais, ou seja, situados em Minas Gerais – excluindo os de café (R\$ milhões)	894.016	800.487	0
<b>Porcentual</b>	<b>14%</b>	<b>10%</b>	<b>0%</b>

### 301-1 MATERIAIS UTILIZADOS DISCRIMINADOS POR PESO OU VOLUME

Sobre os materiais utilizados e embalagens usadas, a Atlantica, por meio do armazém, reformou um total de 1.324 Big Bags, sendo o principal material utilizado pela empresa para embalagem do café. Os demais materiais utilizados foram apresentados na página 28.

### 204-1 PROPORÇÃO DE GASTOS COM FORNECEDORES LOCAIS

#### Cafebras

Cafebras (FORNECEDORES DE EMBALAGEM)	2021	2022
Valor total gasto com compras de fornecedores de embalagem (R\$ milhões)	4.704.901,88	8.378.358,33
Valor total gasto com compras de fornecedores locais de embalagem, ou seja, situados em Minas Gerais (R\$ milhões)	0	8.252.274,73
<b>Porcentual</b>	<b>0%</b>	<b>98%</b>

### 301-1 MATERIAIS UTILIZADOS DISCRIMINADOS POR PESO OU VOLUME

Sobre os materiais utilizados e embalagens usadas, a Cafebras tem os seguintes números, que indicam a quantidade de unidades enviadas em cada método de embalagem.

Material	Peso ou volume total (1) Número	Peso ou volume total (2) Unidade de medida
Big Bag	11.760	Unid.
Sacaria de Juta	420.760	Unid.
Sacaria de Polipropileno	25.540	Unid.
Grain pro Bag	46.030	Unid.
Pallets	6.100	Unid.
Bulk Liner	680	Unid.

Destaca-se que 8 mil embalagens de juta foram reaproveitadas no ano de 2022.

### 204-1 PROPORÇÃO DE GASTOS COM FORNECEDORES LOCAIS

#### Ally

Ally (FORNECEDORES DE CAFÉ)	2020	2021	2022
Valor total de compras de cafés dos fornecedores (R\$ milhões)	370.955.420,74	378.888.679,33	602.289.389,77
Valor total de compras com fornecedores locais (R\$ milhões)	330.181.815,77	332.073.750,54	475.423.169,77
<b>Porcentual</b>	<b>89%</b>	<b>88%</b>	<b>79%</b>

Nota: como empresa comercial, estamos sediados na Suíça, porém praticamos um modelo cross-trade no qual nossos produtos não passam por nossas localizações físicas de operações. Assim, consideramos um fornecedor local com base no local de produção do produto, o café. Nesse caso, o que conta é se a fatura paga é ou não para uma empresa do mesmo país de produção.

**301-1 MATERIAIS UTILIZADOS DISCRIMINADOS POR PESO OU VOLUME**

Sobre os materiais utilizados e embalagens usadas, a Ally compra apenas produtos pré-embalados e não fornece a embalagem por conta própria. Os produtos são embalados por nossos fornecedores em uma das cinco maneiras: a granel, big bags, sacos de juta, sacos de juta + Grain pro Bag e caixas embaladas a vácuo. Os números abaixo indicam a quantidade de unidades enviadas em cada método de embalagem.

Material	Peso ou volume total (1) Número	Peso ou volume total (2) Unidade de medida
<b>Bulk Liner</b>	90	Unid.
<b>Big Bag</b>	5.220	Unid.
<b>Sacaria de Juta</b>	149.369	Unid.
<b>Grain pro Bag</b>	57.511	Unid.
<b>Vacpack</b>	1.375	Unid.

**401-3 LICENÇA-MATERNIDADE/PATERNIDADE.**

	Empresa Período	Ally 2022	Atlantica 2022	Cafebras 2022
Total de empregados que tiveram direito a usufruir de licença-maternidade/paternidade.	Homens	32	93	20
	Mulheres	19	42	38
Total de empregados que tiraram a licença-maternidade/paternidade no ano vigente.	Homens	0	5	0
	Mulheres	2	1	2
Total de empregados que tiraram a licença-maternidade/paternidade no ano vigente, e cuja licença termina no ano vigente.	Homens	0	5	0
	Mulheres	1	1	2
Total de empregados que tiraram a licença-maternidade/paternidade no ano vigente, e cuja licença termina no ano seguinte.	Homens	0	0	0
	Mulheres	0	0	0
Total de empregados com expectativa de retorno no ano vigente.	Homens	0	0	0
	Mulheres	0	0	2
Total de empregados que retornaram ao trabalho, no período de relatório, após o término da licença-maternidade/paternidade	Homens	0	5	0
	Mulheres	1	1	2
Total de empregados que não retornaram ao trabalho, no período de relatório, após o término da licença-maternidade/paternidade	Homens	0	0	0
	Mulheres	0	0	0
Total de empregados que voltaram a trabalhar após a licença-maternidade/paternidade e que ainda estiveram empregados 12 meses após o retorno ao trabalho	Homens	0	4	0
	Mulheres	1	0	2
Taxa de retorno	Homens	NA	100%	NA
	Mulheres	100%	100%	100%
Taxa de retenção	Homens	NA	80%	NA
	Mulheres	100%	0%	100%

**GRI 13.15.2, 401-1, 405-1**

**FUNCIONÁRIOS ADMITIDOS EM 2022 – IDADE**

	Ally	Atlantica	Cafebras	TOTAL
Abaixo de 30 anos	4	14	6	<b>24</b>
Entre 30 e 50 anos	2	6	2	<b>10</b>
Acima de 50 anos		0	0	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>34</b>

**FUNCIONÁRIOS ADMITIDOS EM 2022 – GÊNERO**

	Homens	Mulheres	Total
Atlantica	3	3	<b>6</b>
Cafebras	10	10	<b>20</b>
Ally	1	7	<b>8</b>
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>20</b>	<b>34</b>

**FUNCIONÁRIOS QUE DEIXARAM AS EMPRESAS EM 2022 – IDADE**

	Ally	Atlantica	Cafebras	TOTAL
Abaixo de 30 anos		10	5	<b>15</b>
Entre 30 e 50 anos	4	13	0	<b>17</b>
Acima de 50 anos		0	0	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>23</b>	<b>5</b>	<b>32</b>

**FUNCIONÁRIOS QUE DEIXARAM AS EMPRESAS EM 2022 – GÊNERO**

	Homens	Mulheres	Total
Ally	2	2	<b>4</b>
Atlantica	13	10	<b>23</b>
Cafebras		5	<b>5</b>
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>17</b>	<b>32</b>

**NÚMERO DE TRABALHADORES NÃO EMPREGADOS EM 2022**

Atlantica – terceiros+PJ	7
Ally – Parceiro comercial ou PJ	1
Cafebras	0

*PJ = Pessoa Jurídica*

Diversidade na Governança		2022
Gênero	Homens	7
	Mulheres	1
Faixa etária	Abaixo de 30 anos	0
	30 a 50 anos	4
	Acima de 50 anos	4

Diversidade nas categorias funcionais		2022
Gênero	Homens	108
	Mulheres	84
Faixa etária	Abaixo de 30 anos	79
	30 a 50 anos	100
	Acima de 50 anos	13

**404-3. PERCENTUAL DO TOTAL DE EMPREGADOS DISCRIMINADOS POR GÊNERO E CATEGORIA FUNCIONAL QUE RECEBERAM AVALIAÇÃO REGULAR DE DESEMPENHO E DE DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA DURANTE O PERÍODO COBERTO PELO RELATÓRIO**

Categoria funcional		Cafébras			Ally		
		2022			2022		
		Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
<b>Cargos gerenciais – Feminino</b>	número		6	6		2	2
	percentual	100%	100%		100%	100%	
<b>Cargos gerenciais – Masculino</b>	número	10		10	11		11
	percentual	100%	100%	100%		100%	
<b>Cargos com nível superior – Feminino</b>	número		5	5		17	
	percentual		100%	100%	100%		
<b>Cargos com nível superior – Masculino</b>	número			0	21		
	percentual		100%	100%			
<b>Cargos sem nível superior – Feminino</b>	número		27	27			
	percentual		100%	100%			
<b>Cargos sem nível superior – Masculino</b>	número	10		10			
	percentual	100%	100%	100%			
<b>Total</b>	<b>número</b>	<b>20</b>	<b>38</b>	<b>58</b>			
	<b>percentual</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>			
<p>Todos os funcionários recebem um <i>feedback</i> anual feito pelo CEO</p>							

Nota. Atlantica: no ano de 2022 estávamos alterando nossa metodologia de avaliação de desempenho; não tivemos um momento formal, mas continuamos dando *feedbacks* para os colaboradores de acordo com as necessidades/fatos do dia a dia. A nova avaliação teve início em Jan/23 para todos os colaboradores da empresa.



# Índice GRI

# Tópicos Materiais

## GRI 2-4, 2-29, 3-1, 3-2

Nossa primeira matriz de materialidade foi construída em 2020 com auxílio de uma consultoria externa especializada. Na ocasião, o processo identificou os principais públicos de interesse de todo o Grupo Montesanto Tavares e materiais e documentos relevantes sobre sustentabilidade e o mercado cafeeiro (como o GRI Sustainability Topics for Sector, The Sustainability Yearbook 2020, da Robeco, e SASB Standards). Foram realizadas 35 entrevistas por meio das quais foi possível levantar as percepções dos *stakeholders* e os impactos das operações do Grupo. O resultado que apresentou os principais temas materiais foi aprovado pelas lideranças e validado pelo Comitê de Sustentabilidade do Grupo. Em 2022 ocorreu uma reorganização societária no GMT e, como consequência, a cisão das operações Farms e Tradings do Grupo. Para atender exclusivamente aos negócios das *tradings*, foi fundamental realizar um exercício de revisão da materialidade com foco no desempenho dessas empresas. Dessa forma, o resultado desse processo, e que guiará o foco da estratégia corporativa e deste relato, consolidou-se nos seguintes temas apresentados a seguir.

TABELA DOS TEMAS MATERIAIS PRIORIZADOS PELO GMT

TEMA MATERIAL PRIORIZADO	DESCRIÇÃO	TEMAS DA NORMA GRI 13 APLICÁVEIS
<b>Cultura, desenvolvimento e bem-estar dos funcionários</b>	Considerar as pessoas em primeiro lugar e buscar o alinhamento entre valores, falar e fazer; estabelecer uma cultura de excelência, meritocracia, de espírito de dono, empreendedorismo, ambição e ousadia; atrair, desenvolver e reter um time de profissionais altamente qualificados, que atuam em equipe, com respeito mútuo e com integridade; valorizar a liderança e o talento do time, oferecendo oportunidades de carreira e a promoção interna; e prover as melhores condições de vida aos colaboradores, oferecendo ferramentas de trabalho para o seu bem-estar e benefícios diferenciados.	<b>13.15</b> Não discriminação e igualdade de oportunidades <b>13.18</b> Liberdade sindical e negociação coletiva <b>13.19</b> Saúde e segurança do trabalho <b>13.20</b> Práticas empregatícias
<b>Desenvolvimento sustentável de produtores rurais</b>	Fortalecer a agricultura familiar e valorizar os cafeicultores por meio de parcerias e do relacionamento direto, baseado em confiança e respeito, refletidos em negociações transparentes, seguras e justas. Além de promover oportunidades econômicas aos produtores por meio do incentivo às certificações, acesso a finanças, a novas ferramentas, a tecnologias, compliance, treinamentos e boas práticas de produção.	<b>13.21</b> Renda digna e salário digno <b>13.22</b> Inclusão econômica
<b>Criação de valor na cadeia</b>	Contribuir com o progresso sustentável de todos os elos da cadeia do café, com produtores e comunidades rurais prósperos e ecossistemas saudáveis; gerar conexão e fortalecer parcerias; gerenciar a relação com os clientes; originar com consistência; buscar difundir e estimular o aprimoramento da produção, comercialização e industrialização de produtos; e reinventar a agricultura global e os sistemas alimentares.	
<b>Estratégia e sustentabilidade</b>	Ter uma visão estratégica direcionada à sustentabilidade, à gestão dos riscos socioambientais e dos impactos socioambientais na cadeia; agregar valor ao negócio; e estabelecer política ambiental, sistemas de gestão e transparência das ações na cadeia.	<b>13.2</b> Adaptação e resiliência climática <b>13.24</b> Políticas públicas <b>13.25</b> Concorrência desleal <b>13.26</b> Combate à corrupção
<b>Comunidade</b>	Respeitar a cultura e tradição das comunidades do entorno às áreas de produção de café; prevenir e solucionar os impactos socioambientais da operação nas comunidades vizinhas; manter um canal de comunicação para resolução de conflitos; promover orientações e educação ambiental à comunidade; utilizar mão de obra local para gerar empregos e benefícios socioeconômicos diretos e indiretos; promover iniciativas e ações voluntárias para crianças, adolescentes, mulheres e idosos com foco em educação, saúde, esportes, vida saudável e empoderamento feminino; e estabelecer relação formal com as entidades de classe e demais partes interessadas nas regiões em que atua.	<b>13.12</b> Comunidades locais
<b>Inovação</b>	Ousar fazer diferente; fomentar e possibilitar a gestão da inovação, a perpetuidade e o dinamismo; estimular uma comunidade aberta à inspiração, ao conhecimento e direcionada, promovendo recursos ainda mais acessíveis para toda a cadeia; ter estruturas modernas com maquinários de alta tecnologia; promover o engajamento para uma cadeia de café digitalizada; e atuar no melhoramento genético das variedades de café.	
<b>Rastreabilidade, garantia da origem e qualidade</b>	Promover boas práticas entre os produtores fornecedores, garantindo eficiência operacional e uso racional de recursos; implementar a triagem dos fornecedores; utilizar processos e programas de certificação a fim de garantir padrões alimentícios, ambientais, sociais, sustentáveis e de segurança alimentar; aprimorar continuamente a rastreabilidade de origem e de qualidade do produto, disponibilizando informações que garantam transparência e conectem a produção ao consumo.	<b>13.10</b> Inocuidade dos alimentos <b>13.23</b> Rastreabilidade da cadeia de fornecedores

SUMÁRIO DE CONTEÚDO DO GRI

Nº DE REF. DA NORMA GRI SETORIAL	NORMA GRI	CONTEÚDO	REFERÊNCIA / RESPOSTA
	<b>Conteúdos Gerais</b>		
	<b>GRI 2: Conteúdos Gerais 2021</b>	2-1 Detalhes da organização	Págs. 2, 8, 11, 12
		2-2 Entidades incluídas no relatório de sustentabilidade da organização	Págs. 2, 31
		2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	Pág. 2
		2-4 Reformulações de informações	Pág. 62
		2-5 Verificação externa	Pág. 2
		2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	Págs. 22, 25, 26, 27, 29, 30, 31
		2-7 Empregados	Págs. 40, 41
		2-8 Trabalhadores que não são empregados	Págs. 40, 41
		2-9 Estrutura de governança e sua composição	Pág. 54
		2-10 Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	Págs. 54, 55
		2-11 Presidente do mais alto órgão de governança	Págs. 54, 55
		2-12 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	Págs. 17, 18, 36, 54, 55
		2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	Págs. 54, 55
		2-14 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	Pág. 2
		2-15 Conflitos de interesses	Págs. 17, 18
		2-16 Comunicação de preocupações cruciais	Págs. 54, 55
		2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	Pág. 42
		2-18 Avaliação de desempenho do mais alto órgão de governança	O mais alto órgão de governança não é submetido a nenhum tipo de avaliação de desempenho.
		2-19 Políticas de remuneração	Págs. 43, 44
		2-20 Processo para determinação da remuneração	Págs. 43, 44
		2-21 Proporção da remuneração total anual	Por questões de restrições de confidencialidade, a informação requerida é sensível para a companhia, não sendo possível a divulgação de tal requisito.
		2-22 Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	Págs. 5, 6, 15, 36
		2-23 Compromissos de política	Págs. 17, 18
		2-24 Incorporação de compromissos de política	Págs. 18, 36
		2-25 Processos para reparar impactos negativos	Pág. 19

		2-26 Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	Págs. 19, 45. Até 2021 as empresas não tinham mecanismos de queixa estruturados. Em 2022, foi contratado o Canal de Denúncias com serviço provido por terceiros com a finalidade de garantir a confidencialidade aos envolvidos. O canal foi adicionado ao site do Grupo, está sendo incluído no site das empresas individualmente e vem sendo divulgado internamente com o Código de Conduta e Ética e por meio de ações complementares. Em seguida, haverá ações de divulgação para outros <i>stakeholders</i> . Anteriormente, o site das empresas indicava números ou e-mails para contato. A estrutura é composta de Código de Conduta e Ética, Canal de Denúncias confidencial e terceirizado, comitês de queixa, apuração e gênero. Os comitês são compostos de empregados eleitos e indicados para cada uma das empresas (exceto Ally, por enquanto) e a apuração das denúncias segue o seguinte processo: o relato feito no canal é apurado inicialmente pelo compliance e depois levado aos comitês para definição de sugestão de sanção (quando aplicável). A sanção é aplicada pelo RH ou levada ao Conselho de Administração, dependendo da posição do denunciado no quadro corporativo. Adicionalmente, foram efetuadas auditorias nas fazendas relativas a defensivos e segurança do trabalho, além das auditorias para certificação cujo escopo trata de questões ambientais, saúde e segurança, relações de trabalho, defensivos, rastreabilidade. Na empresa Atlantica foram efetuadas auditoria de saúde e segurança no Armazém da empresa, verificação e adequação dos contratos de café e foi implantado monitoramento das operações com partes relacionadas.
		2-27 Conformidade com leis e regulamentos	Págs. 17, 18
		2-28 Participação em associações	Pág. 55
		2-29 Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	Pág. 62
		2-30 Acordos de negociação coletiva	Págs. 43, 44
<b>Tópicos Materiais</b>			
	<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-1 Processo de definição de temas materiais	Pág. 62
		3-2 Lista de temas materiais	Pág. 62

**TEMAS DA NORMA SETORIAL DA GRI APLICÁVEL DEFINIDOS COMO NÃO MATERIAIS**

TEMA	EXPLICAÇÃO
<b>GRI 13: Setores de Agropecuária, Aquicultura e Pesca 2022</b>	
<b>13.1 Emissões</b>	Desde 2001, o GMT, de forma pioneira no mercado cafeeiro, trabalha a mensuração de seu Inventário de Estufa nos escopos 1, 2 e 3. Entretanto, para adequação da norma setorial, precisará trabalhar na evolução da mensuração de sua cadeia de abastecimento, já que os impactos decorrentes das práticas agrícolas estão fora de suas operações, sendo consequência e responsabilidade de seus fornecedores, produtores de café.
<b>13.3 Biodiversidade</b>	O GMT sempre orienta sua cadeia de fornecedores, através de Assistência Técnica constante, para uso das melhores práticas socioambientais e dos melhores produtos nas lavouras, entretanto a prática aplicada depende, exclusivamente, do empenho do produtor. Para 2023, o Grupo lança um padrão privado no qual reforçará suas orientações técnicas e exigirá cumprimentos mínimos. Irregularidades, que vão de encontro às diretrizes e orientação do Grupo, levam à rescisão contratual do fornecimento.
<b>13.4 Conversão de ecossistemas naturais</b>	O GMT sempre orienta sua cadeia de fornecedores, através de Assistência Técnica constante, para uso das melhores práticas socioambientais e dos melhores produtos nas lavouras, entretanto a prática aplicada depende, exclusivamente, do empenho do produtor. Para 2023, o Grupo lança um padrão privado no qual reforçará suas orientações técnicas e exigirá cumprimentos mínimos. Irregularidades, que vão de encontro às diretrizes e orientação do Grupo, levam à rescisão contratual do fornecimento.
<b>13.5 Saúde do solo</b>	O GMT sempre orienta sua cadeia de fornecedores, através de Assistência Técnica constante, para uso das melhores práticas socioambientais e dos melhores produtos nas lavouras, entretanto a prática aplicada depende, exclusivamente, do empenho do produtor. Para 2023, o Grupo lança um padrão privado no qual reforçará suas orientações técnicas e exigirá cumprimentos mínimos. Irregularidades, que vão de encontro às diretrizes e orientação do Grupo, levam à rescisão contratual do fornecimento.
<b>13.6 Uso de agrotóxicos</b>	O GMT sempre orienta sua cadeia de fornecedores, através de Assistência Técnica constante, para uso das melhores práticas socioambientais e dos melhores produtos nas lavouras, entretanto a prática aplicada depende, exclusivamente, do empenho do produtor. Para 2023, o Grupo lança um padrão privado no qual reforçará suas orientações técnicas e exigirá cumprimentos mínimos. Irregularidades, que vão de encontro às diretrizes e orientação do Grupo, levam à rescisão contratual do fornecimento.



<b>13.7 Água e efluentes</b>	O GMT sempre orienta sua cadeia de fornecedores, através de Assistência Técnica constante, para uso das melhores práticas socioambientais e dos melhores produtos nas lavouras, entretanto a prática aplicada depende, exclusivamente, do empenho do produtor. Para 2023, o Grupo lança um padrão privado no qual reforçará suas orientações técnicas e exigirá cumprimentos mínimos. Irregularidades, que vão de encontro às diretrizes e orientação do Grupo, levam à rescisão contratual do fornecimento.
<b>13.8 Resíduos</b>	O GMT sempre orienta sua cadeia de fornecedores, através de Assistência Técnica constante, para uso das melhores práticas socioambientais e dos melhores produtos nas lavouras, entretanto a prática aplicada depende, exclusivamente, do empenho do produtor. Para 2023, o Grupo lança um padrão privado no qual reforçará suas orientações técnicas e exigirá cumprimentos mínimos. Irregularidades, que vão de encontro às diretrizes e orientação do Grupo, levam à rescisão contratual do fornecimento.
<b>13.9 Segurança alimentar</b>	Tema não aplicável às operações diretas da empresa, uma vez que a mesma não produz um produto de subsistência. Cabe ressaltar que mesmo assim a empresa trabalha a remuneração justa a seus fornecedores e terceiros de forma a contribuir com a segurança alimentar.
<b>13.11 Saúde e bem-estar animal</b>	Tema não aplicável às operações diretas da empresa, uma vez que a mesma não utiliza nenhum animal para nenhum fim, seja alimentício ou produtivo.
<b>13.13 Direitos à terra e aos recursos naturais</b>	O GMT sempre orienta sua cadeia de fornecedores, através de Assistência Técnica constante, para uso das melhores práticas socioambientais e dos melhores produtos nas lavouras, entretanto a prática aplicada depende, exclusivamente, do empenho do produtor. Para 2023, o Grupo lança um padrão privado no qual reforçará suas orientações técnicas e exigirá cumprimentos mínimos. Irregularidades, que vão de encontro às diretrizes e orientação do Grupo, levam à rescisão contratual do fornecimento.
<b>13.14 Direitos de povos indígenas</b>	O GMT sempre orienta sua cadeia de fornecedores, através de Assistência Técnica constante, para uso das melhores práticas socioambientais e dos melhores produtos nas lavouras, entretanto a prática aplicada depende, exclusivamente, do empenho do produtor. Para 2023, o Grupo lança um padrão privado no qual reforçará suas orientações técnicas e exigirá cumprimentos mínimos. Irregularidades, que vão de encontro às diretrizes e orientação do Grupo, levam à rescisão contratual do fornecimento.
<b>13.16 Trabalho forçado ou análogo ao escravo</b>	O GMT sempre orienta sua cadeia de fornecedores, através de Assistência Técnica constante, para uso das melhores práticas socioambientais e dos melhores produtos nas lavouras, entretanto a prática aplicada depende, exclusivamente, do empenho do produtor. Para 2023, o Grupo lança um padrão privado no qual reforçará suas orientações técnicas e exigirá cumprimentos mínimos. Irregularidades, que vão de encontro às diretrizes e orientação do Grupo, levam à rescisão contratual do fornecimento.
<b>13.17 Trabalho infantil</b>	O GMT sempre orienta sua cadeia de fornecedores, através de Assistência Técnica constante, para uso das melhores práticas socioambientais e dos melhores produtos nas lavouras, entretanto a prática aplicada depende, exclusivamente, do empenho do produtor. Para 2023, o Grupo lança um padrão privado no qual reforçará suas orientações técnicas e exigirá cumprimentos mínimos. Irregularidades, que vão de encontro às diretrizes e orientação do Grupo, levam à rescisão contratual do fornecimento.

**SUMÁRIO DE CONTEÚDO DO GRI**

Nº DE REF. DA NORMA GRI SETORIAL	NORMA GRI	CONTEÚDO	REFERÊNCIA / RESPOSTA
<b>Cultura, desenvolvimento e bem-estar dos funcionários</b>			
13.15.1, 13.18.1, 13.19.1, 13.20.1	<b>GRI 3: Forma de gestão 2022</b>	3-3 Gestão dos temas materiais	Págs. 40, 41, 43, 44, 45. Possuímos política de recrutamento ética na qual não retemos documentos de identidade. Os contratos são no idioma compreendido pelo trabalhador e os compromissos se aplicam a agências eventualmente contratadas.
13.15.2	<b>GRI 405: Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016</b>	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	Págs. 40, 41, 59 Informação indisponível/incompleta, a empresa não tem mapeadas as características étnico-raciais dos colaboradores.
13.15.3		405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	Págs. 43, 44 Os valores são exatamente os mesmos para homens e mulheres (PJ) que possuem os mesmos cargos e responsabilidades.
13.15.4	<b>GRI 406: Não Discriminação 2016</b>	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Pág. 19
13.15.5	<b>GRI 13: Agricultura, Aquicultura e Setores Pesqueiros 2022</b>	13.15.5 Não discriminação e igualdade de oportunidades	Não possuem diferenças nos termos de emprego e abordagem de remuneração com base na nacionalidade dos trabalhadores ou <i>status</i> de migrante, por local de operações.

13.18.2	<b>GRI 407: Liberdade Sindical e Negociação Coletiva 2016</b>	407-1 Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco	Págs. 43, 44
13.19.2	<b>GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018</b>	403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Págs. 46, 47
13.19.3		403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	Págs. 46, 47
13.19.4		403-3 Serviços de saúde do trabalho	Págs. 46, 47
13.19.5		403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	Págs. 46, 47
13.19.6		403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	Págs. 46, 47
13.19.7		403-6 Promoção da saúde do trabalhador	Págs. 46, 47
13.19.8		403-7 Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	Págs. 43, 44
13.19.9		403-8 Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Págs. 46, 47
13.19.10		403-9 Acidentes de trabalho	Págs. 46, 47
13.19.11		403-10 Doenças profissionais	Págs. 46, 47
	<b>GRI 401: Emprego 2016</b>	401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	Págs. 40, 41, 59
		401-2 Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	Págs. 43, 44
		401-3 Licença-maternidade/paternidade	Pág. 58
	<b>GRI 402: Relações de Trabalho 2016</b>	402-1 Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais	Em relação a todas as empresas do Grupo: não há um padrão, uma política formal definida. Existe, contudo, um compromisso em manter, ao máximo, a transparência e a antecedência. Exemplo disso foi o retorno às atividades presenciais em maio de 2022, que comunicamos a todos os colaboradores com dois meses de antecedência. No caso de operações com acordo de negociação coletivo, nenhum prazo de aviso ou dispositivos de consulta/negociações está especificado.
	<b>GRI 404: Capacitação e Educação 2016</b>	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Pág. 42
		404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	Págs. 40, 41, 42
		404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Pág. 60
<b>Desenvolvimento sustentável de produtores rurais</b>			
13.21.1, 13.22.1	<b>GRI 3: Forma de Gestão 2022</b>	3-3 Gestão dos temas materiais	Págs. 23, 37, 40, 43. A metodologia usada para definir a renda vital ou salário digno é feita com os sindicatos filiados, além da existência de consultas a plataformas e pesquisas salariais para garantir a competitividade no mercado. Por sermos <i>traders</i> de café, a empresa avalia a margem de lucro como uma camada adicional ao preço que permite cobrir os custos fixos (incluindo salários), fato que as políticas de fornecimento e preços e remuneração consideram. Até o momento o Grupo não tem uma ferramenta ou sistema para monitorar os salários pagos pelos fornecedores.

13.21.2	<b>GRI 13: Agricultura, Aquicultura e Setores Pesqueiros 2022</b>	13.21.2 Renda de subsistência e salário de subsistência	84%, considerando PJs e terceirizados no Brasil. Vale ressaltar que as condições de trabalho são as mesmas para os trabalhadores não cobertos pelo acordo. Fora do Brasil não há acordos coletivos, apenas compliance com legislação local. Apenas 17 colaboradores em todo o Grupo recebem o salário de forma mensal, todo o restante recebe bimensalmente (dois pagamentos em cada mês).
13.21.3		13.21.3 Renda de subsistência e salário de subsistência	A porcentagem de empregados e trabalhadores que não são empregados e cujo trabalho é controlado e pago acima do salário mínimo, com discriminação por gênero é para: Mulheres: 100% e Homens: 100%.
13.22.2	<b>GRI 201: Desempenho Econômico 2016</b>	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	Pág. 31
13.22.3	<b>GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016</b>	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Até o presente momento na elaboração do Relatório não realizamos investimentos em infraestrutura e apoio a serviços que trazem benefícios às comunidades.
13.22.4		203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	Págs. 37, 51
	<b>GRI 408: Trabalho Infantil 2016</b>	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	Págs. 17, 18
	<b>GRI 409: Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo 2016</b>	409-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	Págs. 17, 18
<b>Criação de valor na cadeia</b>			
	<b>GRI 3: Forma de Gestão 2022</b>	3-3 Gestão dos temas materiais	Págs. 9, 43, 44
	<b>GRI 201: Desempenho Econômico 2016</b>	201-4 Apoio financeiro recebido do governo	Pág. 31
	<b>GRI 204: Práticas de Compra 2016</b>	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais	Págs. 26, 29, 30, 57 Atlantica: 91,96% de compra de café com fornecedores locais, o equivalente a R\$ 1.485.487.705. Cafebras: 85% de compra de café com fornecedores locais, o equivalente a R\$ 976.685.710. Ally: 79% de compra de café com fornecedores locais, o equivalente a R\$ 475.423.169.
<b>Estratégia e sustentabilidade</b>			
13.2.1, 13.24.1, 13.25.1, 13.26.1	<b>GRI 3: Forma de Gestão 2022</b>	3-3 Gestão dos temas materiais	Págs. 15, 17, 18, 36, 51
13.2.2	<b>GRI 201: Desempenho Econômico 2016</b>	201-2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	Pág. 38
13.24.2	<b>GRI 415: Políticas Públicas 2016</b>	415-1 Contribuições políticas	Pág. 31
13.25.2	<b>GRI 206: Concorrência Desleal 2016</b>	206-1 Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	Págs. 17, 18

13.26.2	<b>GRI 205: Combate à Corrupção 2016</b>	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	Págs. 17, 18
13.26.3		205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Pág. 18
13.26.4		205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Págs. 17, 18
	<b>GRI 303: Água e Efluentes 2018</b>	303-1 Interações com a água como um recurso compartilhado	Págs. 27, 28, 39
		303-2 Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	Pág. 39. Ambas as cidades (Caparaó e Varginha) possuem o abastecimento realizado pela COPASA, onde a própria empresa tem um rigoroso controle de qualidade da água distribuída. A empresa realiza análises antes, durante e depois do processo de tratamento, sempre respeitando as determinações do Ministério da Saúde. O objetivo dessas análises é verificar e atender aos padrões físico-químicos e biológicos estabelecidos como indicadores de potabilidade da água. Na própria conta d'água é possível identificar as seguintes análises de água: cloro, coliformes totais, cor, escherichia coli (E.coli), fluoreto e turbidez. Além disso, o Armazém está em processo de implantação do PSA – Plano de Segurança Alimentar, em que passou a realizar a análise de potabilidade d'água de forma interna.
		303-3 Captação de água	Págs. 27, 28
		303-4 Descarte de água	Págs. 27, 28
		303-5 Consumo de água	Págs. 27, 28
	<b>GRI 305: Emissões 2016</b>	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	Pág. 38
		305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	Pág. 38
		305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	Pág. 38
<b>Comunidade</b>			
13.12.1	<b>GRI 3: Forma de Gestão 2022</b>	3-3 Gestão dos temas materiais	Pág. 51
13.12.2	<b>GRI 413: Comunidades Locais 2016</b>	413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	Pág. 51
13.12.3		413-2 Operações com impactos negativos significativos – reais e potenciais – nas comunidades locais	Págs. 27, 28
	<b>GRI 202: Presença no mercado 2016</b>	202-2 Proporção de membros da diretoria contratados na comunidade local	Págs. 54, 55
<b>Inovação</b>			
	<b>GRI 3: Forma de Gestão 2022</b>	3-3 Gestão dos temas materiais	Pág. 9
<b>Rastreabilidade, garantia da origem e qualidade</b>			
13.10.1, 13.23.1	<b>GRI 3: Forma de Gestão 2022</b>	3-3 Gestão dos temas materiais	Págs. 22, 27

13.10.2	<b>GRI 416: Saúde e Segurança do Consumidor 2016</b>	416-1 Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	Informação indisponível/incompleta, ainda não são realizados esses levantamentos pelo grupo.
13.10.3		416-2 Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços	Informação indisponível/incompleta, ainda não são realizados esses levantamentos pelo grupo.
13.10.4	<b>GRI 13: Agricultura, Aquicultura e Setores Pesqueiros 2022</b>	13.10.4 Inocuidade dos alimentos	Pág. 27
13.10.5		13.10.5 Inocuidade dos alimentos	Atualmente, o Armazém não recebe cafés com certificados nos padrões de segurança alimentar, uma vez que a própria unidade ainda não tem esses mesmos critérios implantados. Podemos destacar que para 2023 nossa unidade encontra-se em processo de implantação de um conjunto de procedimentos escritos de segurança de alimentos exigido pela FSMA, que inclui a análise de perigos, controles preventivos (incluindo controles no processo, programa de higienização, controle de alergênicos, qualificação de fornecedores, entre outros), procedimento de recolhimento, além de definir regras para monitoramento, ação corretiva, verificação e registro.
13.23.2		13.23.2 Rastreabilidade da cadeia de suprimentos	Nossa rastreabilidade é feita, na prática, por meio de registros das informações do produto, toda a sua história na cadeia produtiva, desde a sua origem, na produção, estocagem, transporte interno e externo até ao comprador, nosso cliente final. Todo o processo de rastreabilidade é conduzido dentro de um sistema, em que são imputadas todas as informações necessárias para o seu rastreio. O processo é seguro, pois além de contar com procedimentos documentados ele é totalmente auditável, trazendo segurança para os nossos fornecedores e clientes.
13.23.3		13.23.3 Rastreabilidade da cadeia de suprimentos	Pág. 22
13.23.4		13.23.4 Rastreabilidade da cadeia de suprimentos	Págs. 22, 23
	<b>GRI 301: Materiais 2016</b>	301-1 Materiais utilizados discriminados por peso ou volume	Págs. 57, 58
		301-2 Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	Págs. 27, 28
		301-3 Produtos e suas embalagens recuperados	Págs. 27, 28
	<b>GRI 306: Resíduos 2020</b>	306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	Págs. 27, 28
		306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	Págs. 27, 28
		306-3 Resíduos gerados	Págs. 27, 28
		306-4 Resíduos não destinados para disposição final	Págs. 27, 28
		306-5 Resíduos destinados para disposição final	Págs. 27, 28
	<b>GRI 308: Avaliação Ambiental de Fornecedores 2016</b>	308-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	Pág. 21
		308-2 Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Pág. 22. Realizamos visitas a campo há aproximadamente sete anos e não tivemos nenhum tipo de ocorrência em que foi verificado algum tipo de trabalho infantil, escravo ou que coloque os trabalhadores em situação vulnerável. Existe um trabalho de acompanhamento da equipe de campo em que verificamos todos os possíveis riscos sociais e ambientais. Nas visitas, realizamos um trabalho de conscientização da nossa cadeia, principalmente nos nossos parceiros de negócio que fazem parte do nosso grupo de fazendas certificadas, em que, além do acompanhamento, realizamos as orientações para que não haja nenhum risco para a cadeia como um todo.
	<b>GRI 414: Avaliação Social de Fornecedores 2016</b>	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	Pág. 21
		414-2 Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Pág. 17, 18. Existe um trabalho de acompanhamento da equipe de campo em que verificamos todos os possíveis riscos sociais e ambientais. Nas visitas realizamos um trabalho de conscientização da nossa cadeia, principalmente nos nossos parceiros de negócio que fazem parte do nosso grupo de fazendas certificadas em que, além do acompanhamento, realizamos as orientações para que não haja nenhum risco para a cadeia com um todo.

**GRUPO MONTESANTO TAVARES**

Conselho de Administração

**Consultoria GRI, coordenação editorial e conteúdo**

Peterson Consultoria

Contato: [esg@onepeterson.com](mailto:esg@onepeterson.com)



**Design editorial**

Design de Maria

**Imagens**

Acervo Grupo Montesanto Tavares

**Endereço para correspondência**

[sustentabilidade@montesantotavares.com.br](mailto:sustentabilidade@montesantotavares.com.br)

