

☆☆☆☆☆
Cacau Show



Relatório de Sustentabilidade 2015

Nosso terceiro relatório é uma continuação do processo de relato que iniciamos em 2014 (referente ao exercício de 2013). Através dele, demonstramos informações e resultados que refletem o desempenho da empresa no período de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2015. O conteúdo foi desenvolvido com base na metodologia internacional para publicação de relatórios de sustentabilidade da Global Reporting Initiative (GRI). No processo de elaboração, consideramos os aspectos mais relevantes para os nossos stakeholders e procuramos relatar os impactos de nossas atividades sobre essas questões. Nosso último relatório foi publicado em 2015, referente ao ano de 2014. **|G4-28, 29, 30|**



Alexandre Costa, presidente da Cacau Show

PALAVRA DO PRESIDENTE

O ano de 2015 foi, sem dúvida, um ano muito desafiador para todos. O setor sofreu com queda nos salários, crédito restrito, além do aumento do desemprego e estes foram pontos de extrema importância na decisão de compra dos consumidores.

Nosso país é o 3º maior produtor e consumidor de chocolate do mundo e obteve um desempenho menor comparado aos anos anteriores, porém enquanto a maioria recuava, a Cacau Show progrediu utilizando inovação, atitude e conhecimento como aliados.

Nos preocupamos muito com todas as partes interessadas que levam uma companhia a ser bem-sucedida. Nesse mercado que nos desenvolvemos, nossa relação com o cliente, há mais de 27 anos, é muito séria, assim, nossos esforços sempre são voltados para a entrega de produtos com qualidade e inovação, sempre nos preocupando com aspectos sustentáveis.

Fechamos 2015 com duas mil lojas e ainda temos muitas oportunidades de crescimento. Temos

muito claro a ideia que sempre podemos ser melhores e, por isso, trabalhamos muito com foco na excelência de nossos produtos e proximidade em nossas relações.

Para evoluirmos, cada vez mais contamos sempre com o apoio e determinação do nosso principal pilar: nossa gente. Como costumamos dizer, cacau, açúcar e leite, não são as únicas matérias primas que fazem a diferença na produção de um bom chocolate. Acrescentamos muita paixão pelo que fazemos e carinho, não só nas receitas, mas em todas as partes do negócio. Os produtos nada seriam sem a confiança que as pessoas depositam em nós como empresa.

Temos muito orgulho de ver nossos colaboradores crescendo como profissionais e como pessoas. Nossas diretrizes estratégicas são fundamentais para auxiliar nas tomadas de decisão e no bem-estar de todos os envolvidos nos processos, sejam eles internos ou externos. Procuramos compartilhar nossas informações com muita transparência, utilizando a Governança Corporativa em nosso trabalho, buscando compreender o que nossos clientes querem e, por fim, entregando produtos de qualidade.

Apresentamos aqui um resumo do nosso jeito de nos relacionar com nossos clientes, colaboradores, fornecedores e parceiros. Aproveitem a leitura! **|G4-1|**



Criamos nossos chocolates para proporcionar verdadeiros momentos de carinho, indulgência, pequenas comemorações e surpresas que passam deixar o dia a dia mais feliz!

Ali Costa

Somos Cacau Show

NOSSA HISTÓRIA

A Cacau Show surgiu na Páscoa de 1988, quando Alexandre Costa encontrou um novo nicho de mercado, ainda pouco explorado: a revenda de chocolates finos com valores democráticos, acessíveis a diferentes classes de pessoas. Foi assim que a maior rede de chocolates finos do mundo nasceu e todos os dias se pauta na missão de proporcionar ao maior número de pessoas uma experiência memorável em produtos e serviços. Somos referência em chocolate, pois fabricamos verdadeiros momentos de alegria,

carinho e felicidade. Há mais de 27 anos a iguaria originária do cacau é para nós muito mais que um simples alimento. É uma verdadeira demonstração de carinho.

Para atingirmos o patamar que estamos foi preciso enfrentar grandes desafios, nunca esquecendo da inovação, de fazer mais e fazer diferente. Esta é nossa verdadeira essência. Nos empenhamos diariamente para descobrir novos sabores e sensações que possam transformar o dia e a vida de nossos consumidores. Temos atenção e cuidado na escolha de nossas matérias-primas, na elaboração, fabricação e todos os processos envolvidos no negócio, para que a empresa cresça e evolua

de forma sustentável, gerando valor aos nossos clientes e aos demais públicos que fazem parte de nossa jornada.

MISSÃO, VISÃO E VALORES

Algumas ferramentas organizacionais são indispensáveis para que o negócio flua com segurança. É o caso da Missão, Visão e Valores, que determinam a direção a ser tomada pela empresa. São princípios e valores que indicam a razão de ser do negócio, aonde se espera chegar e quais objetivos alcançar. A Cacau Show não é apenas uma empresa que produz chocolates. Somos pessoas apaixonadas pelo que fazemos.



MISSÃO: Queremos proporcionar ao maior número de pessoas uma experiência memorável de excelência em produtos e serviços, sendo referência em gestão do negócio de chocolate.

VISÃO: Buscamos ser a maior e melhor rede de chocolates finos do mundo, oferecendo aos clientes, colaboradores e parceiros uma relação duradoura, foco no crescimento, rentabilidade e responsabilidade socioambiental.

VALORES: Ética, respeito e honestidade são premissas para promover a cultura da diversidade e do respeito com os colaboradores, clientes e a comunidade. **[G4-56]**

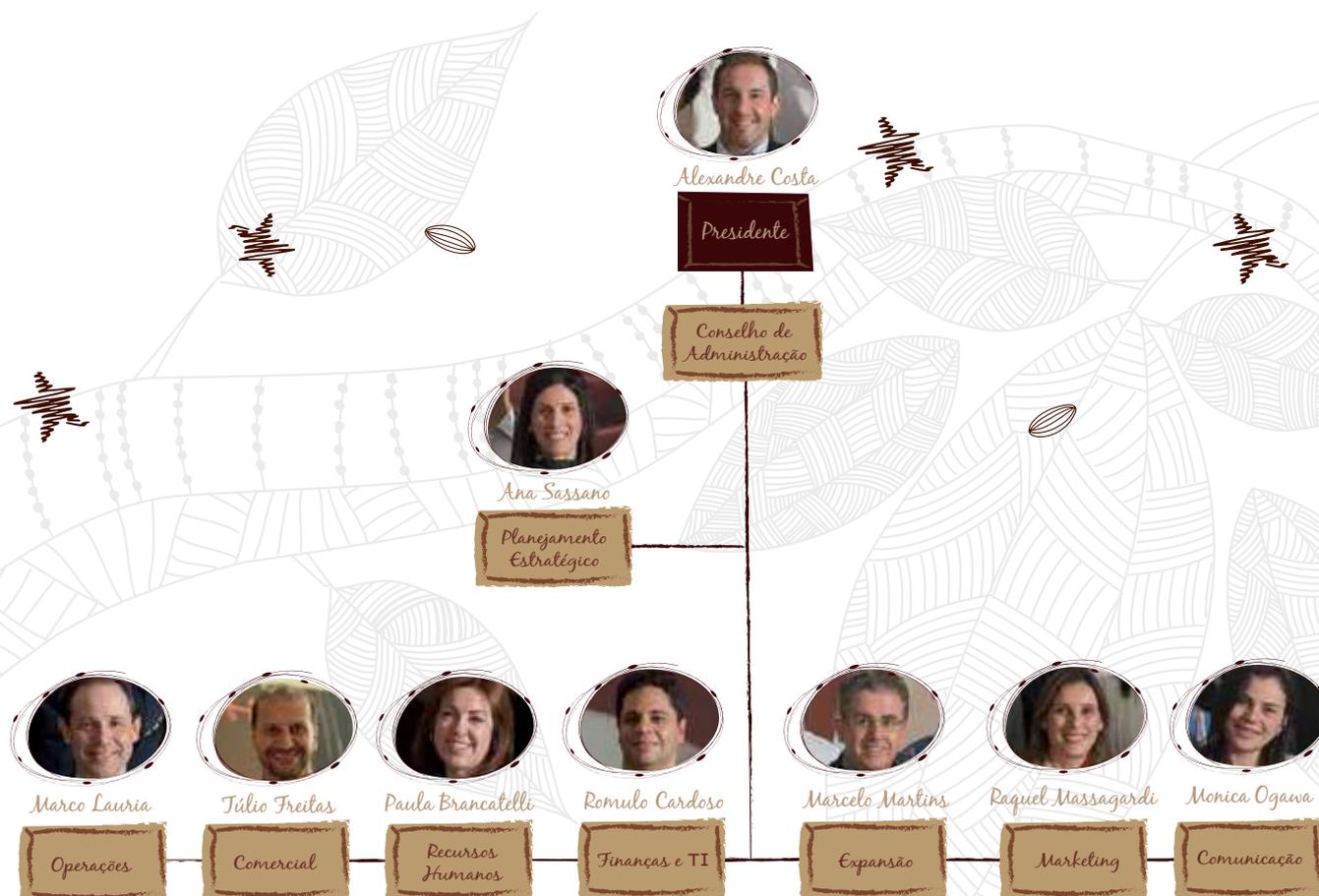
Há um conceito de extrema importância no mundo dos negócios que é a sustentabilidade empresarial. Para que estas

práticas se efetivem, devemos atender diversos critérios simultaneamente, como a relevância social, a responsabilidade ambiental e a eficiência econômica. Todas estas ações devem pautar as estratégias da empresa.

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS:

A partir de um processo de análise e planejamento realizado pelo corpo diretivo da empresa em 2013, a Cacau Show estabeleceu sete diretrizes essenciais para servir de base às tomadas de decisão de toda a empresa, visando o bem-estar, crescimento e evolução de todos os stakeholders de forma contínua. Vivenciando cada uma delas, acreditamos que estamos no caminho para alcançar a sustentabilidade do negócio como um todo. Dessa forma, nossas diretrizes estratégicas são

princípios que norteiam a organização diariamente, e garantem a concretização da nossa Missão, nossa Visão e nossos Valores. Ao longo deste Relatório, estão descritos os principais desafios e conquistas que vivenciamos em 2015 na busca pela realização de cada Diretriz. Para garantir o desenvolvimento de nossas atividades de forma ética, nos espelhamos nos padrões estabelecidos pelos órgãos legislativos competentes no que diz respeito às nossas operações e, para todas as questões legais, consultamos internamente o departamento Jurídico, ou empresas de Assessoria Jurídica externa, quando necessário. **[G4-57]**



A EMPRESA

A Cacau Show está registrada como IBAC - Indústria Brasileira de Alimentos e Chocolates Ltda. Estamos localizados

na Estrada Antiga de Itu, 437, bairro Estância São Francisco, na cidade de Itapevi, São Paulo.

Somos uma empresa brasileira que, atualmente, possui

operações em território nacional. O negócio é estabelecido sob a forma de Sociedade Limitada, baseado no sistema de franquias.





Estamos presentes em todo Brasil, com mais de 2.000 lojas em funcionamento. Para nós, os franqueados são verdadeiros parceiros

que nos auxiliam de forma direta a espalhar o carinho que temos com nossos produtos. Seleccionamos pessoas capacitadas e, principalmen-

te, conectadas com a nossa filosofia.

|G4-6, 7, 8|







Índice

Cliente

Pág.11

Crescimento

Pág.25

Cultura

Pág.101

Colaboradores

Pág.37

Socioambiental

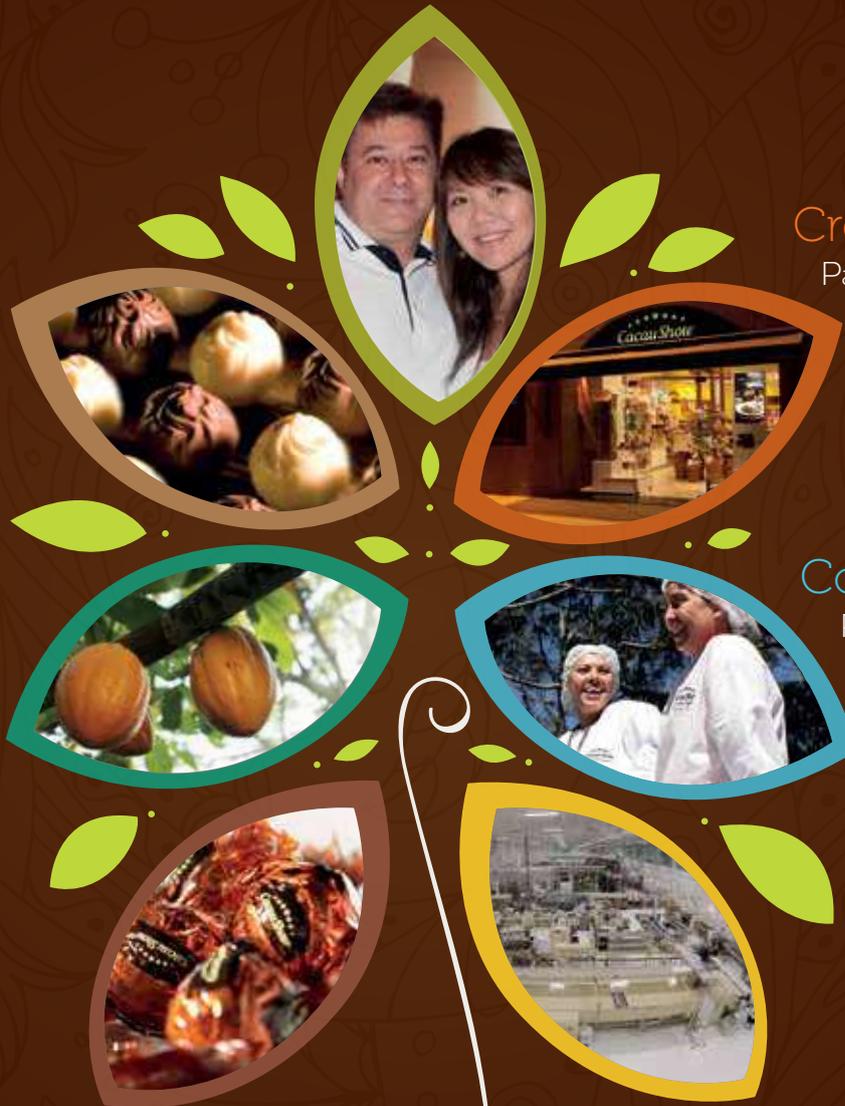
Pág.79

Excelência

Pág.51

Marca

Pág.63



“

A gestão de uma franquia é uma tarefa complexa e desafiadora. É preciso pensar em estratégias para que todos os envolvidos estejam satisfeitos. Sabemos que muitos de nossos Franqueados mudaram suas vidas e fizeram grandes investimentos para empreender, confiando em nossa marca e gestão. Para sermos modelo de referência em franchising, com os atuais e novos interessados, oferecemos suporte total, treinamentos, proximidade e principalmente inovação. Com tantos desafios vivenciados ao longo da nossa trajetória, adquirimos maturidade para desenvolver também novos canais de atendimento e, assim, cada vez mais, fidelizamos nossos consumidores apaixonados por chocolates de qualidade. Não medimos esforços para continuar crescendo e evoluindo, com muito foco no resultado e na relação com nossos clientes.

”

Júlio Freitas

Diretoria Comercial



Cliente

Assegurar que a franquia Cacau Show seja referência para novos e atuais franqueados, em termos de atratividade, lucratividade e satisfação.

População das lojas Franqueadas

Somos uma empresa que oferece segurança e solidez em seu modelo de negócio. O sistema de franquias permite uma vasta difusão e consolidação da marca por todos os cantos do País. Atuamos em cinco regiões comerciais, que chamamos internamente de “regionais”. Em cada regional possuímos um escritório que dá suporte e apoio aos Franqueados, através de nossos consultores e assistentes comerciais. **|G4-8|**

FRANQUEADOS		
REGIONAL	TOTAL	∕
SUL	279	18,0∕
SPI	222	14,4∕
SPC	234	15,1∕
NERJ	422	27,3∕
CON	389	25,2∕
TOTAL	1546	

CONS. SHOW E GERENTES		
REGIONAL	TOTAL	∕
SUL	1015	18∕
SPI	743	13∕
SPC	968	17∕
NERJ	1574	27∕
CON	1428	25∕
TOTAL	5728	

Conselho de Franqueados

O Conselho de Franqueados é um canal formal desenvolvido para tratar com mais proximidade o dia a dia do negócio. Através do relacionamento com estes conselheiros, é possível obter novas ideias para melhorar cada dia

mais nossos processos. Estes conselheiros, escolhidos pelos Franqueados, representam as seis regiões comerciais divididas pelo território nacional, tendo como objetivo compartilhar informações e participar de importantes definições da empresa.

As reuniões são realizadas trimes-

tralmente, com a presença do corpo executivo da Cacau Show, e os assuntos abordados vão desde sugestões de campanhas que serão lançadas, produtos, estratégias de mídia, a filmes institucionais e demais temas. Em 2015 o Conselho foi composto por dezoito integrantes.



De pé, da esquerda para direita: Gilberto Coco, Edson Hiroswawa, Zulmiro Klann, Claudio Dias, Moacir Ramos, Alexandre Gil, Rodrigo Amin, Marcus Vinicius Rodrigues, Ronan Pasquini e Júlio Cesar Alonso. Sentadas, da esquerda para direita: Carolina Kechinski, Karine Urzedo, Rosilene Frederickson, Rosangela Lopes, Leda Nogueira, Rose Mary Rodrigues, Tatiana Reimão e Cristiane Fernandes.

REGIONAL	REGIÕES	CONSELHEIRO SHOW	ESTADOS
NEN	NORTE	MOACIR RAMOS SILVA	AC, AM, AP, PA, RO,RR, TO
	NORDESTE	CRISTIANE CARVALHO FERNANDES	CE, PB, PE, RN (REGIONAL NEN)
NEN E BARJ	NORDESTE	TATIANA WOLNEY REIMÃO DE MELLO	BA, SE - REGIONAL BARJ AL,MA,PI REGIONAL NEN
BARJ	RIO DE JANEIRO ESPIRITO SANTO	MARCUS VINÍCIUS RODRIGUES	RJ
	RIO DE JANEIRO ESPIRITO SANTO	RODRIGO AMIN	RJ, ES
COM	CENTRO - OESTE	JÚLIO CESAR ALONSO	DF,GO
COM	CENTRO - OESTE	CLAUDIO DIAS	MS,MT
COM	MINAS GERAIS	KARINE URZEDO	MG
COM	MINAS GERAIS	ROSE MARY RODRIGUES	MG
SPC	SÃO PAULO CAPITAL	ROSILENE FREDERICKSON	SP
SPC	SÃO PAULO CAPITAL	ROSANGELA LOPES	SP
SPC	SÃO PAULO CAPITAL	GILBERTO COCO	SP
SPI	INTERIOR DE SÃO PAULO	LEDA NOGUEIRA	SP
SPI	INTERIOR DE SÃO PAULO	RONAN PASQUINI	SP
SPI	INTERIOR DE SÃO PAULO	ALEXANDRE GIL	SP
SUL	RIO GRANDE DO SUL	CAROLINA PEREIRA KECHINSKI	RS
SUL	PARANÁ	EDSON HIROSAWA	PR
SUL	SANTA CATARINA	ZULMIRO KLANN	SC

PEF – Programa de excelência do Franqueado



O sistema de franchising no Brasil vem crescendo de maneira significativa nos últimos anos e isso traz reflexos importantes para todos os envolvidos no processo, desde a franqueadora, o franqueado e o consumidor. Criamos em 2012 um guia prático da metodologia da companhia que serve de base para a gestão do ponto de venda. É um investimento que motiva as boas práticas e orienta na melhor forma de prestar os ser-

viços e crescer econômica e financeiramente, através de boas práticas que são base para o desenvolvimento do negócio.

O PEF garante uma vantagem competitiva no mercado, garantindo a liderança e reconhecimento da marca. Com indicadores consistentes, a eficácia na atuação melhora os resultados. Fomos Top of Mind por três anos, e isso se deve à qualidade dos produtos e do atendimento.

Alinhados às diretrizes estratégicas da Cacau Show, a edição 2015 do PEF foi direcionada para Execução na loja, Gestão administrativa e financeira e Gestão de pessoas.

As lojas são avaliadas seguindo os critérios estabelecidos no programa por meio de um parceiro externo. Com a pontuação obtida a loja é classificada em:

ACIMA DO PADRÃO	▲	ACIMA DE 90%
PADRÃO	▲	DE 70% À 89,99%
EM DESENVOLVIMENTO	▲	DE 50% À 69,99%
FORA DO PADRÃO	▲	ABAIXO DE 49,99%



Em 2015 tivemos um investimento de R\$ 2.500.000,00 neste projeto e obtivemos 50,4% das lojas dentro do conceito Padrão e

Acima do Padrão. A partir deste resultado, as lojas com as melhores notas foram premiadas em categorias diferentes. As três melhores lojas do Brasil foram reconhecidas com pre-

miações e os troféus Cacau de Ouro, Prata e Bronze. Do 4º ao 33º lugar, o melhor quiosque e o melhor novo franqueado do país também receberam prêmios.



FABIANA CORNIANI DE LIMA / DOUGLAS MARCELLO DE LIMA
SP - RIBERÃO PRETO - SHOPPING IGUATEMI



RODRIGO AMORIM / ALINE ROCHA
MG - CAMPO BELO - CENTRO



FERNANDO CESAR
MG - EXTREMA - CENTRO

DANILO E ELISANGELA ANGELO
SP - PONTAL - CENTRO

URSULA DETONI
RS - ERECHIM - SONDA SHOPPING



Programas de Incentivo



A Cacau Show possui três programas de incentivo para o franqueado, a fim de impulsionar a sua evolução e crescimento de forma sustentável. Estes planos de incentivo recompensam os participantes conforme o atingimento das metas. São eles:

PIV – Programa de Incentivo em Vendas: Esta é uma política de incentivo

para o atingimento de meta de vendas na loja (sell out).

PAS – Programa Aluguel Show: Esta é uma política de incentivo para melhoria do resultado da Loja, através do fornecimento de subsídio no aluguel.

PIS – Programa de Incentivo em Sacolas: Esta política de incentivo tem como objetivo a melhoria do resultado

da Loja, através do subsídio na aquisição de sacolas não vendáveis, concedidos diretamente nas compras da empresa fornecedora.

No ano de 2015, tivemos um investimento total de R\$ 19.557.502 em incentivos para o desenvolvimento dos Franqueados.

SAF – Serviço de Atendimento ao Franqueado

O SAF é o Serviço de Atendimento ao Franqueado que, desde 2013 atua na Cacau Show. Inicialmente a área de SAF foi estruturada com uma pequena equipe composta por um gerente, uma analista e duas assistentes.

Em seu primeiro ano, a equipe trabalhou na elaboração, revisão e atualização de processos e procedimentos ligados à rede franqueada, sistemas utilizados nas lojas, a fim de reduzir o impacto dos problemas no dia a dia. Também trabalhou na melhoria do diálogo, revitalizando e organizando o canal oficial de comunicação, a Extranet Cacau Show.

Em 2014, a equipe de SAF desenvolveu e implantou um sistema informatizado para controle de contatos realizados pelas lojas da Cacau Show, podendo mensurar quantidade, motivos, assuntos e tempo de retorno de cada atendimento realizado pela equipe, composta por mais de vinte Assistentes Comerciais em suas cinco regionais. Além disso, internamente alinhou junto às demais áreas um manual orientativo para as equipes internas, chamado “O que com Quem”. Assim, engajou as áreas internas envolvidas no atendimento ao Franque-

ado e facilitou o contato do atendente com a área e responsável pela resolução do tema abordado.

Além disso, para tornar mais eficiente o processo de atendimento aos Franqueados, a equipe de SAF sob a gestão da área de Administração de Vendas, desenvolveu um caminho que permitiu a clara separação dos temas dos atendimentos: Operacionais (tratados pela equipe de SAF) e Negócio (tratados pelo time de Consultoria). A partir dessa melhoria, a rede de Franqueados sabia exatamente quem acionar para cada tema a ser solucionado. Dessa forma, otimizamos o processo de recebimento e tratamento das demandas dos nossos clientes.

Em 2015, entendendo a importância do atendimento e satisfação da rede, a Cacau Show investiu na compra do sistema de atendimento mais moderno e eficiente do mercado. Com este sistema, tivemos uma importante evolução no modelo de atendimento, centralizando todos os pontos de contato em uma única e robusta ferramenta, permitindo maior visibilidade ao Franqueado de seus contatos, tempos de retorno e permitindo à Cacau Show realizar uma melhor gestão dos

atendimentos e equipes que o realizam. No ano de 2015 foram mais de 35.000 atendimentos, tendo como prazo médio de retorno menos de dois dias!

Falando em gestão de pessoas, em 2015 realizamos também uma grande e importante reestruturação da equipe, agora composto por um gerente, cinco coordenadores, um em cada regional, e uma equipe de vinte e duas Assistentes Comerciais.

Com este modelo visamos aumentar o conhecimento e a autonomia dos nossos colaboradores, podendo garantir maior qualidade e agilidade nos atendimentos à rede. Também temos agora em cada uma de nossas regionais um profissional apoiando e fazendo a gestão de cada colaborador envolvido no processo de atendimento.

Todas estas mudanças e investimentos estão alinhados à nossa 1ª Diretriz Estratégica: Satisfação do Franqueado.



Proximidade com os Franqueados

Pesquisas



A Cacau Show realiza durante o ano diversas pesquisas com sua rede de Franqueados, entre elas, pesquisas referentes às campanhas, postura das equipes de Assistentes de Atendimento e Consultoria, qualidade dos fornecedores utilizados, eventos ou reuniões e, a mais importante de todas: a pesquisa de Satisfação de Franqueados com a Cacau Show.

Nas pesquisas de eventos e reuniões são aferidos pontos que vão desde a acessibilidade do local, acomodações, duração do evento, assuntos abordados e apresentações realizadas. Esta pesquisa tem como finalidade compreender os acertos

e erros da composição do evento para melhorias.

Após cada campanha de Marketing, é solicitado um feedback da rede visando coletar as opiniões quanto a aceitação da campanha pelo consumidor, avaliação de seus produtos, materiais de merchandising, qualidade e preço do mix disponibilizado, além da mídia utilizada na campanha. Os resultados são utilizados na elaboração e planejamento das próximas campanhas.

Mensalmente a Consultoria ou a equipe de SAF, é avaliada quanto à postura, disponibilidade, clareza na comunicação, conhecimento dos temas abordados, acompanhamento, retorno e solução dos contatos realizados.

Quanto à pesquisa sobre os fornecedores, com o resultado foram realizadas reuniões e planos de ação para

correção de pontos de melhoria sinalizados pelos Franqueados, e os que não realizaram as adequações necessárias, foram substituídos.

A pesquisa mais importante do ano, de satisfação do Franqueado, foi realizada em duas edições para medir a satisfação da rede em relação ao negócio Cacau Show como um todo. Nesta pesquisa o anonimato é garantido, para que cada Franqueado possa responder da forma mais sincera. Assim, a Cacau Show recebe um feedback real quanto ao trabalho que foi realizado, podendo trabalhar nos pontos de melhoria. Esta pesquisa é realizada em formato semelhante à pesquisa da ABF (Associação Brasileira de Franchising) e são abordados desde temas operacionais, lucratividade até avaliação do grau de confiança quanto ao corpo diretivo e suas decisões.

Convenções

Todos os anos realizamos uma Convenção para o time de Franqueados com conteúdo baseado nos resultados, palestras motivacionais sobre liderança, empreendedorismo, abordagem das campanhas vigentes para o ano e também premiações dos melhores resultados em loja. Em 2015 realizamos a Convenção no Costão do Santinho, em Florianópolis, com duração de três dias. O tema foi "Transformamos Cacau em Felicidade" e contou com a presença de aproximadamente 600 Franqueados de todos os estados do Brasil.



Para os Consultores Show, nossos vendedores, também realizamos uma Convenção com foco em vendas, campanha de Páscoa e o reconhecimento dos melhores resultados, através da entrega de premiações para os destaques do ano. Em 2015 contamos com aproximadamente 2.000 Consultores de todas as regiões do Brasil em um evento de 8 horas. O tema abordado foi 'Juntos transformamos cacau em felicidade'.

Utilizamos a temática Universo e Magia do Circo nesse evento, relacionando as técnicas de encantamento do circo com o nosso atendimento e performance nas lojas.



Desenvolvimento de Franqueados e Consultores Show

Os Franqueados da rede e seus colaboradores, participaram de capacitações específicas ao longo do ano. Em 2015, aproximadamente 300 novos Franqueados passaram por nossa Formação Inicial, com uma carga horária de 110 horas. Contamos com a participação de aproximadamente 600 franqueados da rede, em uma ação educacional, com uma carga horária de 9 horas, com o tema “Gestão de Vendas”, com

uma nota média de satisfação de 9,8!

Realizamos também a Capacitação Presencial – Jogando para Vencer (sobre Atendimento e Vendas), com carga horária de 8h, com os Consultores que já integravam nosso time. No total contamos com a participação de aproximadamente 2.000 Consultores Show de todo Brasil, com uma nota média de satisfação de 9,9!

Os novos Consultores Show (equipe de vendas), contratados em 2015, tiveram que realizar os 15 cursos de formação inicial das Trilhas 1 e 2, por meio

do EAD (ensino a distância). Tivemos uma adesão média de certificação/conclusão de 82% da rede.

Além dessas ações, mensalmente são disponibilizados cursos sobre campanhas e produtos na nossa plataforma de EAD, com o objetivo de divulgar lançamentos e “alimentar” a equipe com informações e argumentos de vendas, que auxiliarão a alavancar o resultado na loja. Bimestralmente, são abertas turmas presenciais para Formação Inicial de Consultores Show, contribuindo para a performance desses profissionais.





PROGRAMA DE INCENTIVO
CONSULTORES SHOW

Queremos incentivar, reconhecer e premiar o desempenho das pessoas que oferecem com carinho os nossos produtos aos consumidores. Produtividade está diretamente ligada à motivação: quando um colaborador percebe o reconhecimento em seu ambiente de trabalho, naturalmente tem melhores resultados.

Todos ficam felizes quando recebem elogios, mas poder trocar seu empenho diário por prêmios é uma chance de gratificação a mais. Por isso, desde 2013 temos um programa de incentivo chamado Pic Show, um grande canal de comuni-

cação com nossos Consultores Show. Através de um portal de fácil navegação é possível acompanhar o desempenho e responder a questionários para ganhar pontos e resgatar prêmios. São mais de 200 mil produtos, de 27 parceiros, além de um clube de vantagens que oferece descontos para Consultores com pelo menos dois anos de atuação na Cacau Show.

Em 2015 foram resgatados 15.755 prêmios por Consultores de todo o Brasil. Abaixo destacamos os vencedores dos principais prêmios:



VENCEDORAS DOS PRÊMIOS



CASA

MARLI TEREZINHA BATISTA
MG - POÇOS DE CALDAS CENTRO



CARROS

EMÍLIA MARIA NORBERTO DE ARAÚJO
PA - CASTANHAL CENTRO
ELIANE MARIA DA LUZ
PR - GUARAPUAVA HIPERMERCADO SUPERPÃO
INGRID CRISTINA MONTEIRO ANDRADE
SP - RIBEIRAO PRETO SH IGUATEMI
JESSICA DE ALMEIDA VIDAL
SP - OSASCO CENTRO
DAIANE LEOPOLDINA INÁCIO DE OLIVEIRA
RJ - NOVA FRIBURGO QU CADIMA SHOPPING



Cacau Show
**CHOCO
 TOUR**



Anualmente realizamos uma viagem, organizada pelo presidente Alexandre Costa e equipe, para a Bélgica, país onde o chocolate artesanal e gourmet foi criado no século XVII. Em 2015 levamos um grupo de 45 pessoas, composto por 39 franqueados e 6 colaboradores. O objetivo principal deste roteiro é promover uma intensa troca de experiências, e inspirar boas

ideias, além de proporcionar um aprofundamento no mercado de chocolates, com análise das lojas visitadas, do atendimento, produtos, concorrência e demais assuntos que são rotina do negócio.

O grupo passou por lugares como a Grand Place, em Bruxelas, que possui mais de 10 lojas, uma vizinha à outra. Em Bruges, visitaram a loja The Chocolate Line, do mestre chocolatier Dominique Persoone, um dos mais famosos

do mundo, além de museus e fábricas. Aproveitamos para visitar o Salon du Chocolat, em Paris, que ocorreu no mesmo período da viagem, um evento que contou com a presença de chocolatiers internacionais e mais de 700 participantes entre confeiteiros, chefs e experts em cacau e chocolate. A Cacau Show acredita que a troca do conhecimento e o investimento nos colaboradores e franqueados é fundamental para um crescimento sustentável.





Cliente







“

O crescimento de algo bom, é tradução de sucesso e normalmente ocasiona uma série de consequências positivas, por exemplo, aumento nos recursos físicos. Contudo, com o crescimento pode existir um ganho mais valioso, que vai muito além dos ganhos materiais: o crescimento pode gerar evolução. E temos muito o que aprender, muito o que melhorar como profissionais e pessoas: como existem oportunidades de melhorias e correções em cada um de nós! Evolução é algo maior, pessoal, é ter um sentido na vida, é progredir também internamente... tem muito mais a ver com o “ser”, do que com o “ter”... O crescimento exige mais da gente. São desafios maiores, novos problemas e dificuldades no dia a dia. Responsabilidades maiores. Onde existe crescimento, é preciso evoluir, para dar conta do recado. Esse é o nosso objetivo na caminhada, é por esse motivo que queremos crescer, sempre: para com isso podermos evoluir.

”

Marcelo Martins
Diretoria de Expansão e Novos Negócios



Crescimento

Crescer na unidade de negócio Cacau Show com percentuais acima do mercado de chocolates e obter margens de referência acima dos segmentos de alimentos e varejo.

Nosso crescimento se dá através do sistema de franchising. Atualmente estamos presentes em todo o território nacional. Encerramos o ano de 2015 com 2.000 lojas. Somos uma marca abrangente e democrática, focada em

atender a demanda de diversos locais e cidades de todos os portes, para isso criamos alguns modelos de lojas:

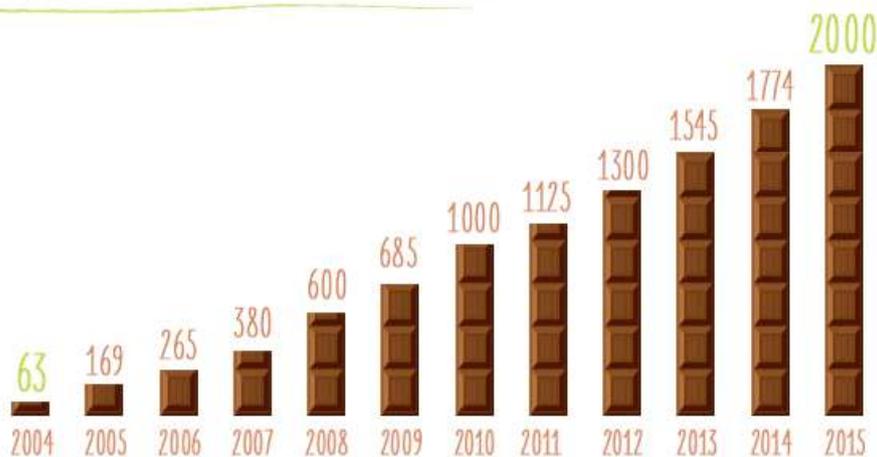
Quiosque: para Shoppings; Hipermercados; Universidades; Estações de Metrô;

Loja Light: cidades com população de até 70 mil habitantes;

Loja Express: Hipermercados; Universidades; Estações de Metrô (onde não é possível uma loja convencional e nem um quiosque). A Express é uma loja com formato menor, destinada a atender pontos de alto fluxo de pessoas;

Loja Convencional: cidades com população acima de 70 mil habitantes.

EVOLUÇÃO NO NÚMERO DE LOJAS POR ANO



Selecioneamos empreendedores que tenham aderência aos nossos princípios e filosofia de trabalho, especialmente pessoas que gostem de trabalhar com o público e de empreender no varejo.

Em 2015, superamos a média de crescimento do franchising nacional. Enquanto este mercado cresceu 8,0% em número de unidades (Fonte ABF – Associação Brasileira de Franchising), a Cacau Show atingiu um aumento de

12,70% em número de lojas.

Se distribuirmos nossas lojas pelas regiões do Brasil, percebemos que a maior concentração está no Sudeste, conforme tabela abaixo: **[G4-8]**

POR REGIÃO	QTD	%
CENTRO-OESTE	216	10,80%
NORDESTE	314	15,70%
NORTE	105	5,25%
SUDESTE	1001	50,05%
SUL	364	18,20%
TOTAL	2000	

Quando analisamos por localização de ponto de vendas, o destaque está nas lojas de rua:

POR LOCALIZAÇÃO	QTD	%
AEROPORTO	4	0,20%
GALERIA	25	1,25%
MERCADO	143	7,15%
RUA	1300	65,0%
SHOPPING	514	25,7%
TERMINAL	5	0,25%
METRÔ	9	0,45%
TOTAL	2000	

Já por tipo de loja, tivemos destaque para o modelo Convencional, ou seja, de maior porte:

TIPO DE LOJAS	TOTAL	%
CONVENCIONAL	1470	73,50%
EXPRESS	36	1,80%
LIGHT	440	22,00%
QUIOSQUE	54	2,70%
TOTAL	2000	



Em 2015, tivemos três estados que obtiveram maior crescimento em comparação ao total de lojas de 2014, evidenciando crescimento na região norte e nordeste:

RR - RORAIMA 100%

AL - ALAGOAS 56%

PI - PIAUÍ 50%

A menor cidade na qual abrimos loja no ano de 2015, foi Espumoso, no Rio Grande do Sul, com 15.790 habitantes, segundo o censo do IBGE 2014.

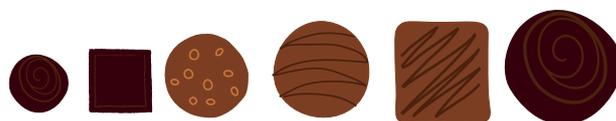
Em relação às lojas abertas, 71% foram resultado da aquisição de novos Franqueados, e 29% de Franqueados que já pertenciam à rede. Para melhorar a experiência do nosso consumidor nos pontos de venda, realizamos um projeto de reforma das lojas que aconteceu de forma segmentada:

- 1º trimestre – 75 lojas
- 2º trimestre – 54 lojas
- 3º trimestre – 251 lojas
- 4º trimestre – 251 lojas

A meta estabelecida era 90% das lojas da rede com um modelo reformado e o resultado foi de 91%! O investimento total foi de aproximadamente R\$40.000.000,00. A reforma das lojas impacta diretamente no aumento das vendas das lojas.



Venda Direta



A história da Cacau Show iniciou com o sistema de comercialização que é todo baseado no contato pessoal entre o vendedor e o consumidor, fora de um estabelecimento comercial. Ao longo destes 27 anos, crescemos muito em relação à estrutu-

ra e produção. Em 2015 realizamos uma profunda análise de mercado e optamos por retomar o projeto de Venda Direta para buscar novos consumidores. No projeto piloto, com duração de dois meses, contamos com 22 franqueados e 425 revendedoras. Após este período notamos um aumento no fluxo de vendas, e na im-

portância das relações de proximidade, que geram confiança e dão credibilidade junto ao consumidor.

Para atender as demandas do projeto, desenvolvemos materiais exclusivos aos revendedores, um kit composto por uma bolsa térmica, gelox para resfriamento, talão de pedidos, guia da revendedora e um rico catálogo de produto.



Confira o depoimento de algumas revendedoras:



“

Com uma semana que eu adquiri o kit eu precisei repor o meu “estoque” três vezes, já no primeiro dia se esgotou. Com a venda direta as pessoas não precisam se deslocar, eu vou direto na casa do cliente. Eu costumo vender em clínicas que eu trabalhei, nas ruas do Pelourinho e no bairro que eu moro e está sendo o maior sucesso!

”

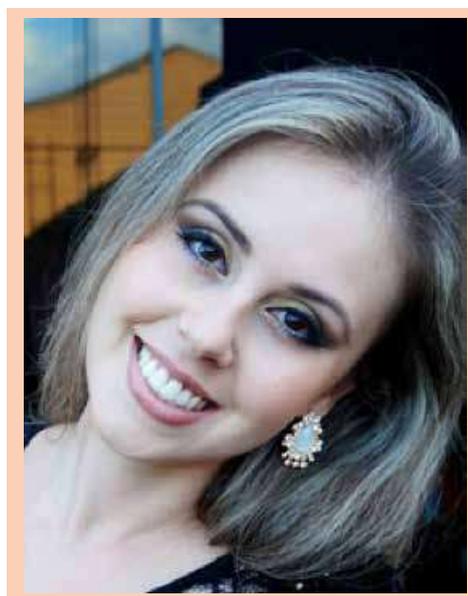
Fernanda Araujo Santos Machado - Salvador - BA

“

Comecei vendendo para a família e vizinhos e todos adoraram a ideia, alguns nunca haviam experimentado. Hoje aonde chego com a bolsa surge o desejo das pessoas de comer chocolate. As trufas são as mais procuradas, é sucesso em vendas, tenho sempre a pronta entrega. O lucro das vendas me ajuda a pagar meus estudos. Para o Natal, tenho uma lista de contatos com todos os meus clientes, para avisar com antecedência sobre as novidades e garantir a venda. Os consumidores sempre me perguntam sobre a taxa de conveniência e logo explico que é pela comodidade do produto vir até eles e a aceitação é imediata, além disso as fotos do catálogo dão água na boca e ajudam muito também.

”

Vanessa Martins Silveira - Santa Catarina - SC



Venda corporativa e Venda por grêmios

Diante de todas as oportunidades e possibilidades de grandes parcerias, a Cacau Show utiliza outros canais de vendas estratégicos e relevantes para ampliar o seu negócio. A proposta é garantir a capilaridade e disponibilidade dos produtos a preços justos para o maior número de brasileiros, portanto as vendas corporativas e as vendas por grêmios são excelentes para impulsionar as vendas, além de conquistar e fidelizar consumidores.

Venda Corporativa é um sistema que tem como público final outra empresa. É o chamado mercado B2B, ou seja, *business to business* ou negócio para negócio. Geralmente são vendas de médios e grandes volumes, com foco em presentear os colaboradores. Em um país com tantas datas comemorativas, temos inúmeras oportunidades para alavancar o faturamento e conquistar novos clientes.

A exposição e venda dos nossos

produtos em um espaço cedido por uma empresa é chamado de Grêmios. A ideia é facilitar a vida dos colaboradores dessas empresas parceiras, oferecendo nossa linha de produtos com comodidade. Através dessa ferramenta, a loja tem a oportunidade de aumentar o faturamento, principalmente nas grandes campanhas, como Páscoa e Natal.

Crescimento das Instalações * *

Para atender as diferentes demandas das lojas temos polos operacionais destinados a produções es-

pecíficas, a fim de evitar qualquer tipo de contaminação nos chocolates e atender com agilidade à grande demanda. A IBAC é a maior fornecedora

de chocolates da rede, as demais são fábricas próprias e produtores homologados de chocolates da rede de franquias Cacau Show. **[G4-9]**

IBAC – Indústria Brasileira de Alimentos e Chocolates Ltda.

Esta é a nossa planta principal, localizada na cidade de Itapevi. Iniciamos nossas atividades em 2006 em uma área total de 73 mil m², destinadas à produção de chocolates com diferentes graduações de cacau, trufas, ovos de páscoa e panettones rechedos. Tem capacidade de produzir 2.200 toneladas de chocolate por mês. **[G4-3, 5]**



IBAE - Indústria Brasileira de Alimentos Especiais Ltda

Localizada na cidade de Itapevi, começou as atividades em 2010, e conta com uma área total de 1.255 m², destinada a produzir especialmente os nossos chocolates zero lactose e zero açúcar. Tem capacidade de produção de 60 toneladas de chocolate por mês.



CACAU – Indústria e Comércio de Chocolates Artesanais Ltda.

Localizada na cidade de Campos de Jordão, a 180 quilômetros de São Paulo, conta com uma área total de 1.317 m², recentemente ampliada (fábrica e loja) para atender o aumento da produtividade e a expansão do negócio. É destinada à produção de chocolates artesanais com maior complexidade, além da matéria prima para o chocolate quente cremoso. Tem capacidade para produzir 40 toneladas de chocolate por mês.

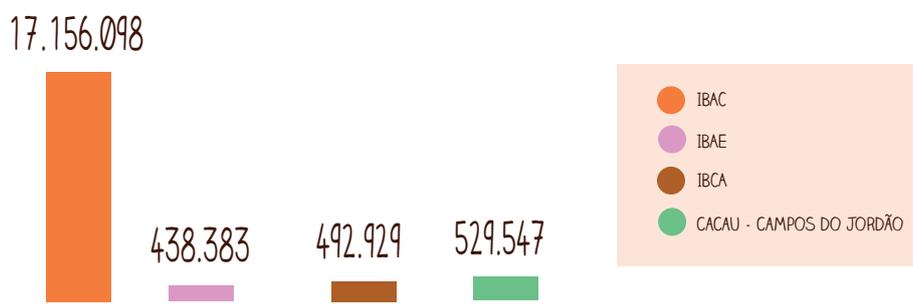


IBCA – Indústria Brasileira de Chocolates Artesanais Ltda.

Localizada no bairro da Casa Verde, São Paulo, começou as atividades em 1988 e conta com uma área total de 5.000 m², destinada a produzir chocolates artesanais, moldados e truffons. Tem capacidade de produção de 60 toneladas de chocolate por mês.



TOTAL PRODUZIDO (KG)



Investimentos no parque industrial

Excelência em Operações

Com foco na melhoria de nossos processos, e para garantir sua continuidade, atendendo de forma eficiente as crescentes demandas, ao longo de 2015 investimos cerca de R\$ 20.000.000,00 na planta de Itapevi, para adequação do Parque Industrial, aumento de capacidade produtiva e aquisição de novas tecnologias.

Para dobrar nossa capacidade de produção de Trufas, em março colocamos em ope-

ração um novo equipamento suíço com tecnologia avançada. Dessa forma, nos preparamos para o crescimento previsto para os próximos anos. Nesta mesma direção, foram feitos investimentos para o aumento da capacidade de fabricação e armazenagem de massa de chocolate e recheios.

Para a Páscoa, principal venda do negócio, foi feita a aquisição de três novos equipamentos italianos, Dominicis, para a amarração (processo de embalagem). Com esta aquisição, reduzimos as atividades manuais, ga-

nhando em produtividade. Investir em novas tecnologias, é primordial para alcançarmos a excelência. Mas junto com ela, temos também o desafio de manter a artesanidade, característica fundamental da nossa marca.

Além da aquisição de novos equipamentos, investimos R\$100.000.000,00 na compra de 2 terrenos próximos à nossa planta principal e na construção de um novo centro de distribuição, designado à estocagem de produtos acabados. **[G4-13]**

Novos Negócios – produção de sorvetes

Atentos às oportunidades de novos negócios, verificamos que nos últimos cinco anos o consumo de sorvetes cresceu em média 33% no Brasil. Em um curto espaço de tempo investimos cerca de R\$5 milhões na aquisição de equipamentos de alta tecno-

logia para essa atividade, além da elaboração de um setor fabril específico para a produção de Gelatos tipo italiano. Da aprovação do layout até a venda final aos consumidores, atingimos o tempo recorde de sete meses. Cada sabor desenvolvido leva um toque especial das nossas principais linhas de produtos: LaCreme é feito com chocolate ao lei-

te com muita cremosidade; o Intensidade tem massa com 55% de cacau e cobertura de 70% cacau; nosso Mezzo é feito com massa de chocolate amargo e coberto com chocolate branco, e o Trufa Tradicional possui massa de chocolate ao leite 34% mesclado com trufa. Além destes temos dois sabores cremosos feitos com frutas: morango fresco e limão siciliano.

Nova linha de Gelatos
Cacau Show



Geração de Valor



Acreditamos na distribuição de trabalho e resultados, onde a geração de riqueza de toda a cadeia pro-

dutiva é compartilhada de maneira equilibrada por todos os stakeholders. Podemos compreender essa

geração de riqueza através da imagem abaixo: **[G4-EC1]**

CAPITALISMO CONSCIENTE 2015



Investimentos Financeiros

Salários e Benefícios

Quando uma empresa cresce ela proporciona desenvolvimento para a região onde

está localizada e, no nosso caso, para todo o país. Em 2015, contabilizamos um total de R\$ 87.428.400,45 inves-

tidos em salários, encargos e benefícios, apenas na nossa planta em Itapevi.

Tributos

Nossos tributos em 2015 somaram um total de R\$ 108.588.032,00. **[G4-EC1]**

MUNICIPAL	ESTADUAL	FEDERAL	TOTAL
18.000	64.112.903	44.457.129	108.588.032

Faturamento

O ano de 2015 foi marcado por grandes desafios no âmbito nacional, principalmente no setor econômico. Em um momento de crise no país,

crescer como empresa exigiu uma verdadeira força tarefa.

Temos dois momentos importantes de venda: O Sell In que é a venda dos produtos acabados para o Franqueado e o Sell Out

que representa a venda final para os consumidores. Mesmo com os desafios enfrentados em 2015, tivemos um aumento em nosso faturamento bruto consolidado, em relação a 2014: **[G4-EC1]**

FATURAMENTO (EM MILHÕES)



Compra de matérias-primas

Se convertermos o total que consumimos em 2015 de matérias-primas de origem do cacau (líquor e manteiga) em amêndoas de cacau fermentadas e secas, chegamos ao total de 6.000.000 de quilos. Um crescimento de mais de 8% em relação ao consumido em 2014.





“

A Cacau Show busca pessoas com brilho no olhar, com vontade de assumir desafios constantes e que façam acontecer. As pessoas certas, no lugar certo, são nosso maior ativo, por isso em nossa estratégia tem gente na agenda. Somos apaixonados pelo que fazemos e colocamos esta paixão em cada ação, projeto ou iniciativa, para cada vez mais aumentar e fortalecer a autonomia de nossa gente, desenvolvendo as habilidades e capacidades técnicas e comportamentais de cada um para que ele possa usar a melhor versão de si, no lugar certo, na hora certa. Somos Cacau Show! Trazemos para nossa gente oportunidades, crescimento e um ambiente de inovação e realização.

”

Paula Brancatelli

Diretoria de Recursos Humanos



Colaboradores

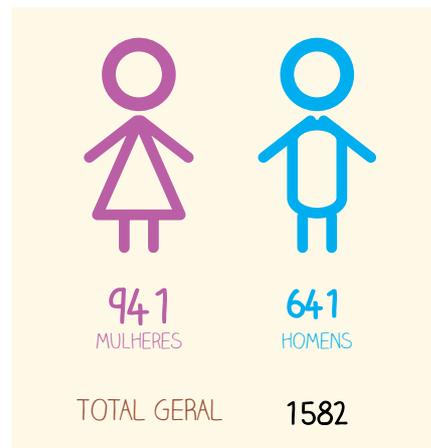
Aumentar a autonomia de gestão dos colaboradores da Cacau Show por meio do desenvolvimento pessoal, visando motivar o contínuo crescimento profissional e individual.

Dados da nossa população de colaboradores

Aqui temos gente apaixonada pelo propósito de fazer mais e fazer diferente. No ano de 2015 contamos com o profissionalismo de 1582 colaboradores. Temos em nossa organização diferentes níveis operacionais que trabalham de forma conjunta para um único propósito: proporcionar experiências únicas aos

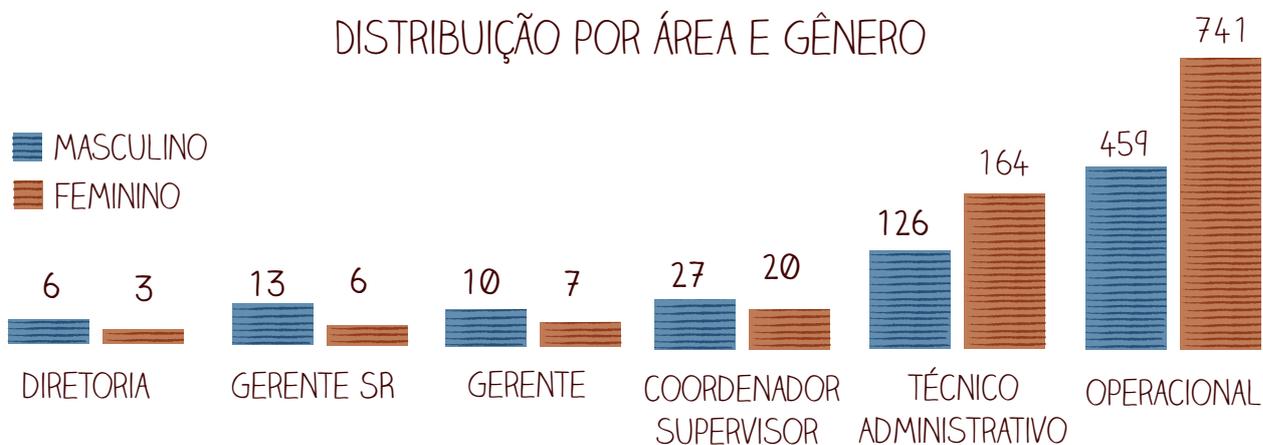
nostros consumidores através de um chocolate de qualidade. Somos especialistas, pois contamos com o apoio de profissionais competentes, nos ramos industrial e administrativo, para fazer a magia acontecer. A diversidade nos permite ter uma força de trabalho completa. Através deste gráfico é possível compreender a distribuição por áreas e gênero:

[G4-LA12]



DISTRIBUIÇÃO POR ÁREA E GÊNERO

MASCULINO
FEMININO



Nos pautamos em valores bem determinados que promovem a ética, respeito e incentivo ao desenvolvimento do indivíduo. Não diferenciamos as pessoas por questões raciais, de cor, idade, sexo, ou classe social. Somos uma empresa que acredita na igualdade e na riqueza proporcionada pela diversidade. Abrimos oportuni-

dades para quem está começando a carreira, por exemplo, e também para quem tem toda uma bagagem de experiências para agregar ao nosso negócio.

Para assegurar os direitos de nossos colaboradores, ao exercerem suas atividades laborais, os contratos de trabalho são firmados no modelo

CLT (Consolidação das Leis do Trabalho), de acordo com a legislação trabalhista. **[G4-10b]**

Dessa forma, temos 100% de nossos colaboradores abrangidos por acordos de negociação coletiva, conforme legislação vigente. **[G4-10a,11]**

CONTRATO	GÊNERO	QUANTIDADE
CLT	FEMININO	941
	MASCULINO	632
SOCIO	MASCULINO	09
TOTAL GERAL		1582

FAIXA ETÁRIA DOS COLABORADORES



Quanto à idade, a maioria dos colaboradores está na faixa etária entre 30 e 50 anos.

Além dos colaboradores que são ligados diretamente à Cacau Show, para atividades auxiliares, como segurança patrimonial, serviços de limpeza, entre outros, contamos com o apoio de profissionais de empresas parceiras. No

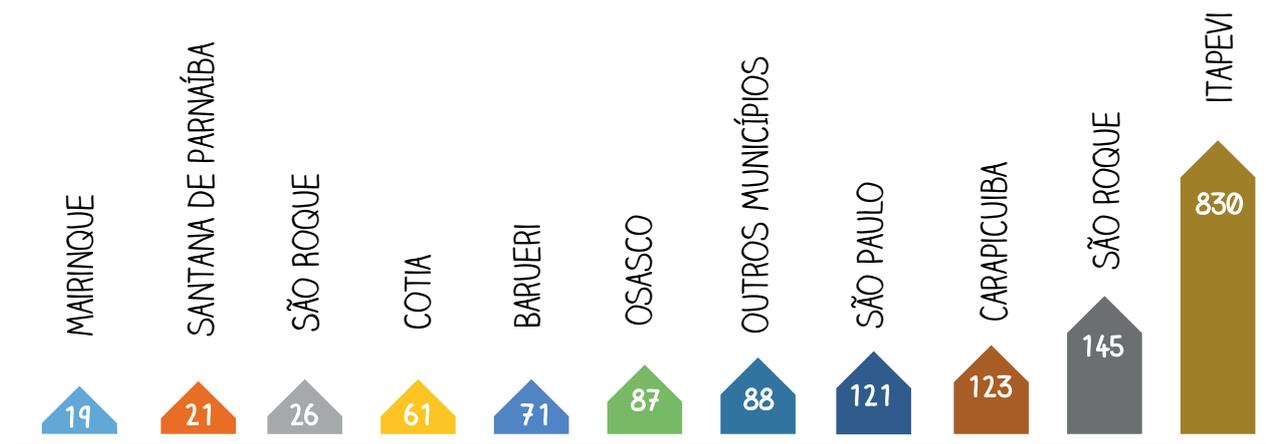
quadro ao lado temos o total de prestadores de serviço que trabalharam em tempo integral no ano de 2015 na nossa planta em Itapevi.

[G4-10c,10e]

FORÇA DE TRABALHO	
TERCEIROS	116
PRÓPRIOS	1582

Grande parte dos colaboradores que trabalham na planta principal da Cacau Show residem na cidade onde a fábrica está instalada, em Itapevi. Percebemos, dessa forma, que nossas atividades contribuem intimamente com o desenvolvimento da região, ao empregar mais de 800 pessoas em apenas um município. Os demais colaboradores situam-se nas cidades do entorno, como demonstrado abaixo: **[G4-10d]**

RESIDÊNCIA DOS COLABORADORES



Para atender às demandas de produção, todos os anos realizamos contratações temporárias, também no regime CLT, para as campanhas de Páscoa e Natal. Com isso, temos um aumento de 30% em média do quadro de colaboradores. **[G4-10f]**

MÊS COM MAIOR N° (CAMPANHA)	MÊS COM MENOR N° (SEM CAMPANHA)
OUTUBRO	JULHO
1582	1248

Quanto à política salarial, não há diferença de valores por gênero, apenas por níveis hierárquicos. O menor salário pago em nossa fábrica foi 75%

maior em relação ao salário mínimo estabelecido pelo Governo Nacional. **[G4-EC5]**

Além de nossa planta principal, percebemos características seme-

lhantes no quadro de colaboradores das fábricas homologadas que também produzem nossos produtos: maior parte dos colaboradores são mulheres.

EMPRESA	FEMININO	MASCULINO	TOTAL
IBAE	20	18	38
IBCA	50	15	65
CAMPOS DO JORDÃO	49	20	69

Com relação ao turnover, que mede rotatividade de pessoal em uma organização, atingimos a meta anual em nossa sede, com um índice de 4,5%. Percebemos melhoras nesse índice em 2015, em relação ao ano anterior, quando o resultado foi de 5,75%. Acreditamos que essa melho-

ra reflete o aumento da satisfação de nossos colaboradores.

Outro importante indicador da área de Gente e Gestão é o absentismo, que demonstra o índice de ausência do trabalho, seja por doenças ou outros motivos. O resultado geral foi de 6,49% em 2015. Nossa meta era de 6,08%. Temos muitos desafios para conseguir diminuir cada vez mais

essas taxas, garantindo a manutenção do nosso capital humano, fruto de um ambiente e de relações saudáveis.

[G4-LA1]

Quanto à taxa de retorno ao trabalho e retenção após a licença maternidade, alcançamos o índice de 83% entre as mulheres e de 100% entre os homens. **[G4-LA3]**



Pesquisa de Clima



Engajamento

Pessoas engajadas trabalham com paixão e têm sentimento de conexão com a empresa. São produtivas, leais, impulsionam a inovação e movem a organização por meio de críticas construtivas e níveis consistentes de alto desempenho. Sob esta ótica, desde 2013 a Cacau Show atua fortemente com o Programa de Engajamento em suas ações na empresa.

Como ferramenta para medir o nosso clima e direcionar nossas ações, aplicamos a pesquisa de clima, que mede o nível de engajamento dos colaboradores em relação aos aspectos do ambiente organizacional. Assim identificamos quais são as expectativas de todos, como são as relações interpessoais e como percebem a empresa. O resultado apresenta as informações necessárias para a identificação de oportunidade de melhoria.

Trabalhamos com consultoria ex-

terna que avalia o índice de confiança dos colaboradores, analisando as seguintes dimensões: credibilidade, respeito, imparcialidade, orgulho e camaradagem.

Com base nos resultados de 2015, a área de Gente & Gestão conduziu uma série de Workshops de Clima com a equipe de liderança da Cacau Show investindo mais de 40 horas para tratar as questões que foram apresentadas na pesquisa.

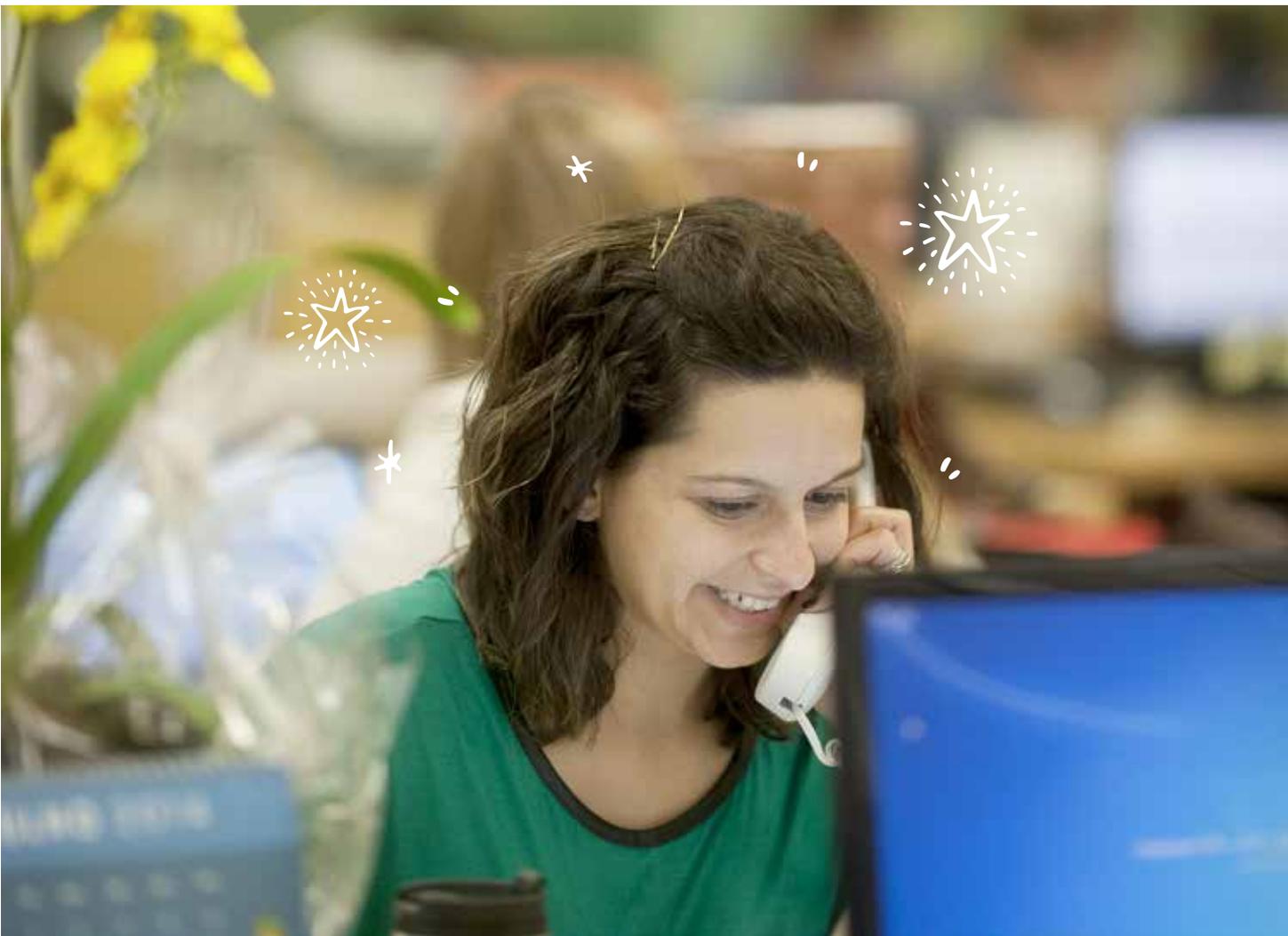
Além das ações de clima construídas em sala, os gestores foram apoiados pelo programa Liderança para Engajamento, que tinha como objetivo sustentar nossos líderes para colocar em prática as ações criadas. Falamos sobre os seguintes temas:

- Gestão do Tempo e Produtividade
 - Comunicação e Reunião eficaz
 - Relacionamento Interpessoal
- E para saber se estamos no ca-

minho certo em nosso propósito de termos, a cada dia, um melhor lugar para se trabalhar, introduzimos em outubro o Termômetro de Clima. Uma ferramenta desenvolvida para medir a temperatura de nosso ambiente e a percepção de nossas pessoas.

Com este trabalho, tivemos a adesão de 72% dos colaboradores. E o resultado foi o aumento de 18 pontos na média das questões específicas abordadas no termômetro.

Mais do que escutar nossos colaboradores, com as opiniões expostas e os resultados deste trabalho, estamos todos conectados numa só voz e propósito para obter o melhor engajamento organizacional.



Salário & Benefícios



Nossa filosofia de remuneração e benefícios tem como princípio a competitividade com o mercado em que atuamos para que possamos atrair, desenvolver e engajar nossa gente. Nos guiamos por empresas de escopo de faturamento e estrutura similares ao nosso.

Dentro de nossa arquitetura organizacional, avaliamos cada posição e sua relevância, utilizando a metodologia de pontos, concei-

tuada e conhecida no mercado.

Com isso gerenciamos nossa estrutura utilizando tabelas salariais para os diferentes grupos operativos, e temos uma elasticidade na gestão deste salário fixo ao longo da maturidade na função, tendo como foco a remuneração na mediana no mercado.

Nossos processos de meritocracia, isto é, recompensa e reconhecimento por performance, ocorre anualmente e, assim, temos a oportunidade de valorizar nossa gente e nossos talentos que apresentam a

performance e os comportamentos esperados pela organização.

Um Programa de Remuneração Variável, o Excelência Show, bonifica anualmente em múltiplos de salário o atingimento dos resultados e premissas financeiras da empresa apoiado pela avaliação de metas e competências, do nível de Analista Júnior até a Diretoria, compondo o chamado incentivo de curto prazo. **[G4-52]**

Além da remuneração fixa, oferecemos um pacote de benefícios que proporciona bem-estar às nossas pessoas e seus familiares, como: **[G4-LA2]**

- **Seguro de Vida:** O colaborador Cacau Show é parte integrante da nossa apólice de Seguro de Vida em Grupo, sendo válida desde o ato de sua admissão, garantindo assim maior segurança e amparo à sua família.
- **Alimentação:** Contamos com restaurante próprio na empresa, que funciona todos os dias, inclusive aos sábados, com cardápios elaborados por nutricionistas. Também oferecemos café da manhã para nossos colaboradores e visitantes. Para as Regionais oferecemos o Vale Refeição.
- **Descontos Farmácia:** É um Programa de Benefícios em medicamentos que oferece ampla rede nacional de farmácias credenciadas, proporcionando comodidade na aquisição desses produtos.
- **Auxílio Creche:** O benefício é destinado às mulheres (mães) com no mínimo 12 meses de empresa e com um limite salarial pré-estabelecido. Contempla todos os filhos, entre 12 meses e 6 anos de idade. A empresa oferece o reembolso de parte do valor pago à instituição de ensino.
- **Auxílio a filhos excepcionais:** Pessoas com necessidades especiais merecem respeito e atenção especial. É assim que tratamos os filhos de nossos colaboradores. O pai, ou mãe, recebe um bônus de 20% sobre o salário normativo.
- **PLR:** Acordado junto ao sindicato da categoria, em 2015, foi determinado o valor de R\$1.100,00 (hum mil e cem reais) para todos os colaboradores, proporcional à data de contratação.
- **Transporte Fretado:** Disponibilizamos o pagamento de vale transporte e/ou o serviço de fretado para os colaboradores com diversas linhas espalhadas pelas regiões de concentração de residência de nossa gente.
- **Seguro Saúde:** A preocupação com a saúde dos colaboradores e de seus familiares é uma questão muito importante para a Cacau Show. O seguro saúde oferecido pela empresa está entre os mais renomados e reconhecidos no mercado, e foi feito sob medida para cada colaborador e dependentes, incluindo sócios, estagiários e aprendizes. Ele inclui como dependentes filhos até 21 anos e, se forem universitários, até 24 anos.
- **Programa de Remuneração Variável:** O Programa Excelência Show bonifica em salário, anualmente, por meio de avaliação de metas e competências, desde o nível de Analista Júnior até a Diretoria.
- **Assistência Odontológica:** Possuímos convênio odontológico que tem ampla rede credenciada de abrangência nacional e alto nível de aceitação pelos dentistas.
- **Cesta básica ou Vale Alimentação:** Disponibilizamos todos os meses uma cesta básica com produtos de grandes marcas, inclusive itens de higiene pessoal, entregue diretamente na residência do colaborador. Este benefício é flexível, ou seja, é possível optar pela cesta ou Cartão Alimentação.
- **Empréstimo Consignado:** Parceria com banco oferecendo taxas de juros reduzidas. O colaborador deve ter no mínimo 06 meses de empresa para usufruir deste benefício.

- **Rede de Parceiros:** Este benefício oferece aos colaboradores da Cacau Show uma rede de parceiros nos segmentos educacional, consumo e serviços, com condições comerciais vantajosas em relação ao mercado.
- **Feira de Oportunidade:** Parceria com fornecedores de produtos e serviços diversos, como ótica, cursos de idiomas e faculdades, seguros, acessórios, food truck, lazer, etc. Oferecemos condições mais vantajosas de compras e serviços com comodidade e praticidade, disponibilizando uma área em nossas instalações para a realização da feira.
- **Posto de Atendimento (Benefícios):** Para otimizar os processos dos benefícios (Seguro Saúde, Odontológico e Vida, Vale Transporte, Cesta básica, etc), disponibilizamos uma estrutura para atendimento focado no suporte às demandas diárias e fortalecimento do relacionamento com os colaboradores da Cacau Show.
- **Premiação de Casamento:** Com base em nossa missão de proporcionar experiências memoráveis, presentearmos com um eletrodoméstico a união de colaboradores que se casam após se conhecerem na Cacau Show.
- **Blitz da Saúde:** Ação realizada em 2015 em parceria com a Administradora de Benefícios para apoiar e sensibilizar nossos colaboradores quanto à importância do cuidado com a saúde, através da medição do peso, altura, circunferência abdominal, cálculo de IMC e mapeamento de saúde.
- **Loja da Fábrica:** Os colaboradores podem adquirir produtos com um desconto especial nas compras, seja através do desconto em folha de pagamento ou utilizando cartão de débito ou crédito.

Programa Oportunidade Interna

A Cacau Show possui, além do método de recrutamento e seleção externo, o Programa Oportunidade Interna - OI. Este é um modelo vantajoso tanto para a empresa como para o colaborador. O profissional tem oportuni-

dade de crescimento ao assumir novos desafios, e a empresa mantém seu capital intelectual, desenvolvendo-o.

É uma verdadeira retenção de talentos. Para ser elegível, o colaborador deve ter, no mínimo, seis me-

ses de empresa e não ter faltas, advertências formais e/ou suspensões nos últimos seis meses. Em 2015 tivemos 49 colaboradores promovidos através deste programa!



Capacitação de nossas pessoas

A área de Gente & Gestão em 2015 teve um olhar para o desenvolvimento e engajamento das nossas pessoas, apoiando os resultados do nosso negócio. Para dar suporte a esses objetivos, a empresa contou com as seguintes ações: **[G4-LA9]**

Workshops de Clima

Encontros com duração de duas horas, envolvendo os gestores da empresa, observando, em detalhes, os resultados da pesquisa de clima, e criando ações com objetivo de trabalhar os itens mais sensíveis, buscando fortalecer o engajamento.

Liderança para Engajamento

Programa com duração de 16 horas com foco em tema comportamental para apoiar gestores na execução de ações de clima.

Ciclo de Performance e Desenvolvimento

Fortalecendo as competências organizacionais e comportamentos desejados em cada grupo operativo, contamos com a formação de 8 horas para os gestores da Cacau Show.

Capacitação da área Operacional

Os colaboradores da Fábrica (auxiliares, operadores e liderança) participaram da Turnê do Desenvolvimento, um conjunto de palestras de temas relacionados a Qualidade; Segurança, Saúde e Meio Ambiente, atividades operacionais e comportamentais. Foram 9 horas de capacitação e mais de 500 pessoas por dia, divididas em diversas turmas. Além dessa iniciativa, os profissionais da área fabril participaram de capacitações envolvendo temas relacionados ao chocolate, à ferramenta de qualidade TPM (Manutenção Produtiva Total) e GDD (Gestão do Dia a Dia).

TPM - Manutenção Produtiva Total

Um sistema desenvolvido no Japão a fim de eliminar perdas, reduzir paradas, garantir a qualidade e diminuir custos nas empresas com processos contínuos. A Cacau Show, com foco na melhoria contínua, iniciou a implantação desse sistema e, para garantir a sua evolução,

temos pilares e grupos de trabalho específicos apoiando as atividades. Um dos pilares é o de Educação & Treinamento, que apoia a Universidade do Cacau buscando aprimorar processos e desenvolver os colaboradores. Em 2015 oferecemos capacitações para o time da Fábrica, preparando-os para a melhoria dos processos e entendimento da ferramenta TPM. As atividades da formação foram divididas em momentos teóricos, evidenciando conceitos, e práticos, direcionados à atuação no dia a dia. No total foram 8 horas de Capacitação, para mais de 80 participantes.

Capacitação da área Administrativa

O nosso grupo de auxiliares, assistentes, analistas e especialistas das áreas administrativas participaram do módulo de Comunicação Escrita, de 8 horas, com a participação de aproximadamente 140 colaboradores. Outro módulo foi o de Facilitadores de Aprendizagem com 16h, no qual 20 colaboradores foram preparados para multiplicar conhecimentos para o nosso time.



CATEGORIA	TOTAL DE HORAS DE TREINAMENTO 2015
OPERACIONAL	22:31
ADMINISTRATIVO	81:32



Avaliação de Desempenho



Pensando no constante desenvolvimento das nossas pessoas, relançamos em 2015 o nosso Ciclo de Performance & Desenvolvimento trazendo mais simplicidade para o modelo existente e redefinindo competências que se conectam ainda mais com o nosso negócio e cultura.

O ciclo tem como principal objetivo enriquecer o perfil dos nossos colaboradores identificando em cada talento Cacau Show as competências fortes e oportunidades de desenvolvimento e, assim, potencializar seus resultados, por meio de uma dinâmica que se retroalimenta.

Investimos forte em 2015 nessa jornada para vivenciar e disseminar os novos comportamentos, realizando mais de 110 horas entre formação e

fóruns de discussão. Toda esta dedicação e envolvimento resultou em mais de 91% de avaliações, proporcionando momentos de diálogo entre líder e liderado. O processo estimula a autorreflexão e o diálogo construtivo entre líderes e liderados e garante maior transparência à relação. No momento do Diálogo de Consenso, o avaliado recebe o feedback do seu gestor sobre a sua performance no ano vigente, definem o Plano de Desenvolvimento Individual (PDI) e discutem sobre rota de evolução de carreira e desenvolvimento, pensando no aprimoramento do papel atual e na preparação para futuras oportunidades.

Trazendo mais desenvolvimento para a nossa liderança, a grande novidade nesta remodelagem, foi a avaliação 360° que se baseia em múltiplas fontes. Essa metodologia permite um olhar mais abrangente, no qual, além da sua autoavaliação é a vez do seu gestor, equipe e de seus pares/clientes internos o avaliarem, observando comportamentos ma-

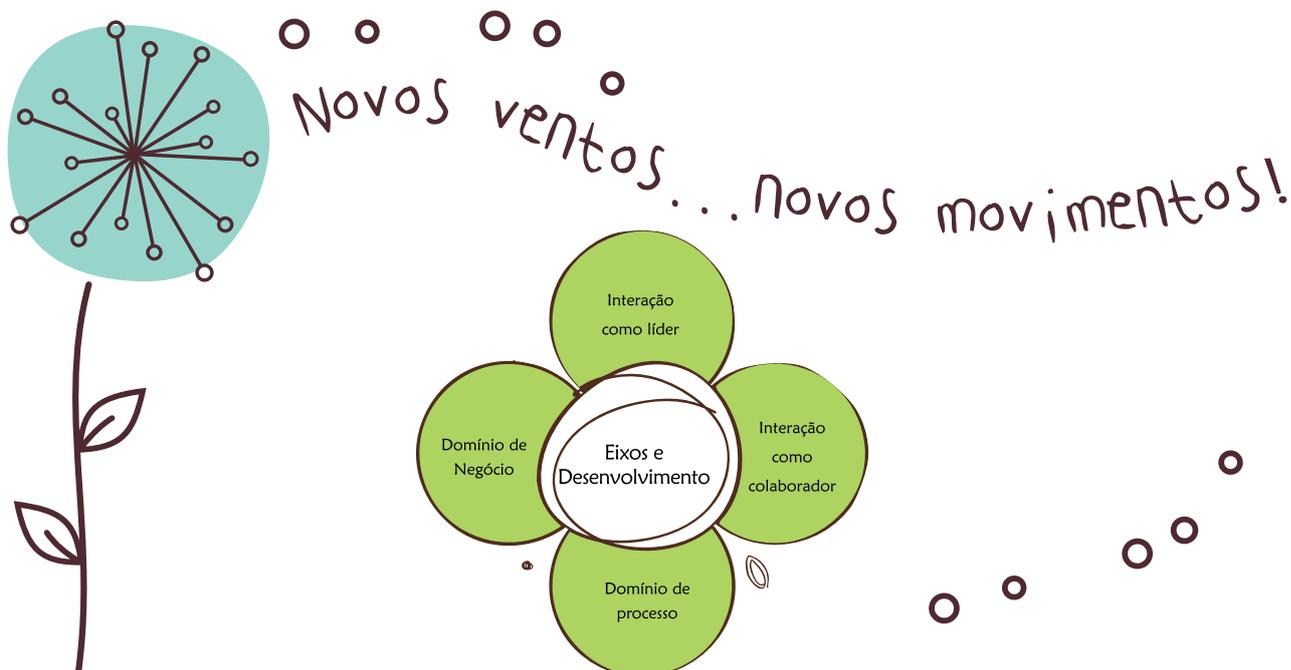
nifestados na sua relação com o outro no dia a dia, alinhado às competências organizacionais, contribuindo, assim, com o seu desenvolvimento.

Na prática, o Ciclo de Performance & Desenvolvimento assegura que nossos profissionais saibam claramente o seu papel e desafios na organização e as competências que devem desenvolver para evoluir na carreira. Atualmente, as funções elegíveis ao programa vão desde a presidência aos analistas júnior, dessa forma, 18,7% de nossos colaboradores, na fábrica em Itapevi, foram avaliados através do ciclo. **[G4-LA10,11]**

Estamos construindo um novo capítulo na Cacau Show e colocando cada vez mais Gente na Agenda. O ciclo é um importante processo de Gestão de Pessoas, pois, é um momento importante para refletirmos de forma estruturada sobre o desenvolvimento de nossas pessoas e o nosso próprio desenvolvimento, voltado ao fortalecimento de uma cultura de Alta Performance.

Em 2015 algumas ações foram tomadas como forma de melhorias para a gestão do indivíduo, da liderança e da organização:

- Implantação de novo modelo de competências e desenvolvimento;
- Definição da filosofia de remuneração e investimento de R\$ 1.000.000,00 para o enquadramento salarial conforme a implantação da nova política vigente;
- Implantação da nova ferramenta automatizada para os processos do RH – Cacau Conecta;
- Implantação de novo programa de remuneração variável anual a partir do nível técnico-administrativo;
- Maior proximidade entre as lideranças das áreas Produtivas e Recursos Humanos, resultando em mais alinhamento e assertividade na resolução de demandas;
- Ciclos de treinamentos desenhados exclusivamente para desenvolver as lideranças, o nível técnico-administrativo e o operacional.



Saúde e Segurança



Os esforços do time de Segurança do Trabalho e de toda a liderança da empresa durante o ano, geraram ótimos resultados! Conseguimos superar a meta estabelecida para a Taxa de Frequência. Esse indicador demonstra a probabilidade de ocorrência de um acidente a cada um milhão de horas

trabalhadas. Em 2014, nosso resultado foi de 9,46. Com a diminuição do número de acidentes com afastamento e sem afastamento em 2015, alcançamos o índice de 6,15, uma redução de 35%. Ocorreram durante o ano de 2015, 6 acidentes com afastamento, nenhum óbito e nenhum afastamento

por doença ocupacional.

[G4-LA6]

Acidente zero é o desafio de todos os dias em nossa empresa, e para chegarmos lá, utilizamos diversos meios e ferramentas para fortalecer a cultura de segurança:

Inspecções de Campo

Diariamente técnicos de segurança do trabalho e bombeiro fazem inspeções nas diversas áreas da empresa e, mensalmente são selecionados gestores operacionais para uma inspeção em um local onde ele não seja o responsável. Acreditamos que desta forma é possível desenvolver uma visão crítica da liderança sobre os aspectos de segurança. Realizamos 3763 inspeções de campo, nas quais foram identificadas 950 falhas comportamentais e 226 condições inseguras. A equipe envolvida trabalha para promover o comportamento seguro de nossos colaboradores e para que cada condição insegura seja resolvida, deixando de ser potenciais causas de acidentes.



Relato de Quase Acidente

Em 2014 implantamos uma ferramenta de comunicação de Quase Acidente, na qual todos os colaboradores são convidados a relatarem situações de risco. Em 2015 foram relatadas 184 ocorrências. Temos o desafio de aumentar a participação dos colaboradores nesse processo, desenvolvendo o senso crítico para que cada vez mais todos se sintam responsáveis por criar e manter um ambiente seguro.



Lições Ponto a Ponto

A LPP, ou Lição Ponto a Ponto, é uma forma de orientar as equipes operacionais quanto aos procedimentos de segurança de forma rápida e objetiva. Consiste em um formulário de uma página, que contém orientações sobre uma atividade específica. Foram elaboradas 116 LPPs pela equipe de Segurança em 2015.



Diálogo de Segurança - DDS



Outra importante ferramenta da área de Segurança, é o DDS – Diálogo de Segurança. Semanalmente cada líder da área operacional se reúne com seu time para promover diálogos rápidos sobre temas relacionados à Segurança do Trabalho, Saúde ou Meio Ambiente. Inclusive colaboradores de empresas prestadoras de serviços, que trabalham por longos períodos na empresa, também realizam esse diálogo, com um representante da Cacau Show. Durante o ano foram realizados 3645 DDS, com uma média de 303 por mês.



Cipa (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes)

A Comissão Interna de Prevenção de Acidentes - CIPA - é a equipe que, junto com o time de Segurança do Trabalho, tem o objetivo de atuar para prevenir os acidentes e doenças decorrentes do trabalho, assegurando a preservação da vida e a promoção da saúde dos trabalhadores.

A participação na Comissão é voluntária, e todos os setores da empresa são representados. 50% dos membros são eleitos pelos colaboradores, e 50% são indicados pela empresa. Em 2015, contamos com 7 eleitos titulares e 6 suplentes representando os empregados, e 7 titulares e 6 suplentes indi-

cados para representar a empresa.

Durante o ano de 2015, foram realizados trabalhos importantes na prevenção de acidentes, através da identificação de necessidades e solicitação de melhorias, pelos cipeiros, em locais com potencial de causar acidentes.

A CIPA também teve um papel importante nas investigações de acidentes e quase acidentes, e na orientação, treinamentos e campanhas de segurança realizadas na empresa.

Um dos eventos de segurança de maior importância, que também abordou assuntos relacionados ao meio ambiente, foi a SIPATMA – Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho e Meio Ambiente.

O tema do evento foi “Atitude Consciente”. Por meio de teatros, pales-

tras e intervenções nas áreas, chamamos a atenção de nossos colaboradores, de forma descontraída, à importância das atitudes conscientes no cuidado consigo mesmo, com o outro, e o meio ambiente.

[GR-LA5]



Quais motivos você tem para voltar para casa?

Temos como premissa o cuidado e o carinho, e com base nela a equipe de Segurança realizou uma campanha para sensibilizar nossos colaboradores quanto a importância de desenvolver as atividades no trabalho de forma segura, cum-

prindo os procedimentos e normas da empresa.

“Quais motivos você tem para voltar para casa?” Os participantes responderam a essa pergunta. Foram votadas e escolhidas as cinco melhores frases, e os vencedores foram surpreendidos com a visita do gestor da área e um repre-

sentante do time de Segurança em sua casa, para entrega de um brinde. Essa foi uma experiência memorável para todos os envolvidos, pois de forma bastante carinhosa chamamos a atenção para o fator mais importante quando falamos de preservação da saúde e integridade física: a família.



“

Para se conquistar a excelência é preciso, antes de mais nada, não se contentar com ser bom. Focar no que deve ser feito, mas igualmente no que não deve ser feito. E foco é a capacidade de dizer não; dizer não a tudo que tira a empresa da direção rumo a excelência, porque tão importante quanto a velocidade com que se vai de um ponto a outro, é não desviar a direção. Excelência é uma escolha consciente de pessoas disciplinadas e empreendedoras, com processos estruturados e capazes de criar produtos inovadores. Quando se coloca estas duas forças complementares juntas, uma cultura de disciplina, com uma veia empreendedora, produz-se uma performance superior e resultados sustentáveis. É primordial que as pessoas tenham necessidade de entregar resultados. Portanto, o que impulsiona a excelência é a habilidade de atrair e reter as pessoas certas, porque gerenciar problemas vai fazer com que a empresa seja boa, mas construir oportunidades vai torná-la excelente. A excelência é alcançada com a execução do que tem que ser feito para se tornar o melhor em todas as áreas e atividades relevantes ao negócio e então, ainda assim, a partir deste ponto, com a busca incessante da melhoria contínua.

”

Marco Lauria
Vice Presidência de Operações



Excelência

Garantir a perpetuidade do negócio através da inovação, evolução da eficiência e excelência em produtos, serviços e processos.

Especialista



Para alcançar o patamar em que estamos, e ser reconhecidos como a maior rede de chocolates finos do mundo, foi preciso muito estudo e aprofundamento no ramo. Desde o surgimento da marca, Alexandre Costa dedica-se à arte de fabricar os melhores chocolates. Para inovarmos e nos desenvolvermos de forma sustentável, é preciso muita dedicação e comprometimento. E

isso é o que não falta na Cacau Show.

No mundo dos chocolates há um conceito chamado de “Bean to Bar” que significa ter o controle de toda a cadeia de produção, desde a amêndoa até a barra de chocolate. A Cacau Show ultrapassou esta definição e é considerada uma especialista “From Tree to Store”, ou seja, temos a compreensão de todos os processos de produção do chocolate desde o plantio do cacau, a colheita, desenvolvimento de produtos e sabores até a venda para o consumidor em nossas

unidades distribuídas por todo o país.

Em 2011 adquirimos uma fazenda, a Dedo de Deus. Além disso, temos participação em outras duas, São José e Ceará, todas localizadas no Espírito Santo, na cidade de Linhares, principal região produtora de cacau do Estado. Na Fazenda Ceará temos obtido excelentes safras de cacau tipo Trinitário e Forastero. A partir disto, desenvolvemos um produto feito exclusivamente com estas sementes: o tablete Origens – Espírito Santo 65% de cacau.



BEAN TO BAR
da amêndoa de cacau
até a barra de chocolate



Governança Corporativa



A governança é um dos princípios empresariais utilizados para monitorar e dirigir as práticas e relacionamentos. Na Cacau Show este modelo se aplica entre o acionista controlador, o conselho consultivo de administração, comitês executivos, diretoria e conselho de franqueados. O principal objetivo é alinhar os interesses de forma transparente, prestando contas com responsabilidade social. **[G4-34]**

A Cacau Show é composta por empresas de âmbito jurídico como sociedades limitadas, não sujeitas às regulamentações da Comissão de Valores Mobiliários ou aos dispositivos legais específicos às sociedades anônimas de capital fechado ou com ações disponíveis ao mercado de títulos.

No contexto societário, a Cacau

Show não possui exigibilidade da constituição de Assembleia Geral ou Conselho de Administração, no entanto, em acordo com seus princípios éticos fundamentais, sua representatividade no mercado de chocolates finos no Brasil e presença no dia a dia de milhares de consumidores, sente-se no dever de demonstrar a todas as esferas da sociedade a sua transparência administrativa.

Desde 2013 temos um Conselho Consultivo de Administração baseado nas boas práticas de governança recomendadas pelo IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa). Este Conselho tem como finalidade o aconselhamento às tomadas de decisão da Presidência, não sendo um órgão deliberativo, e sim consultivo.

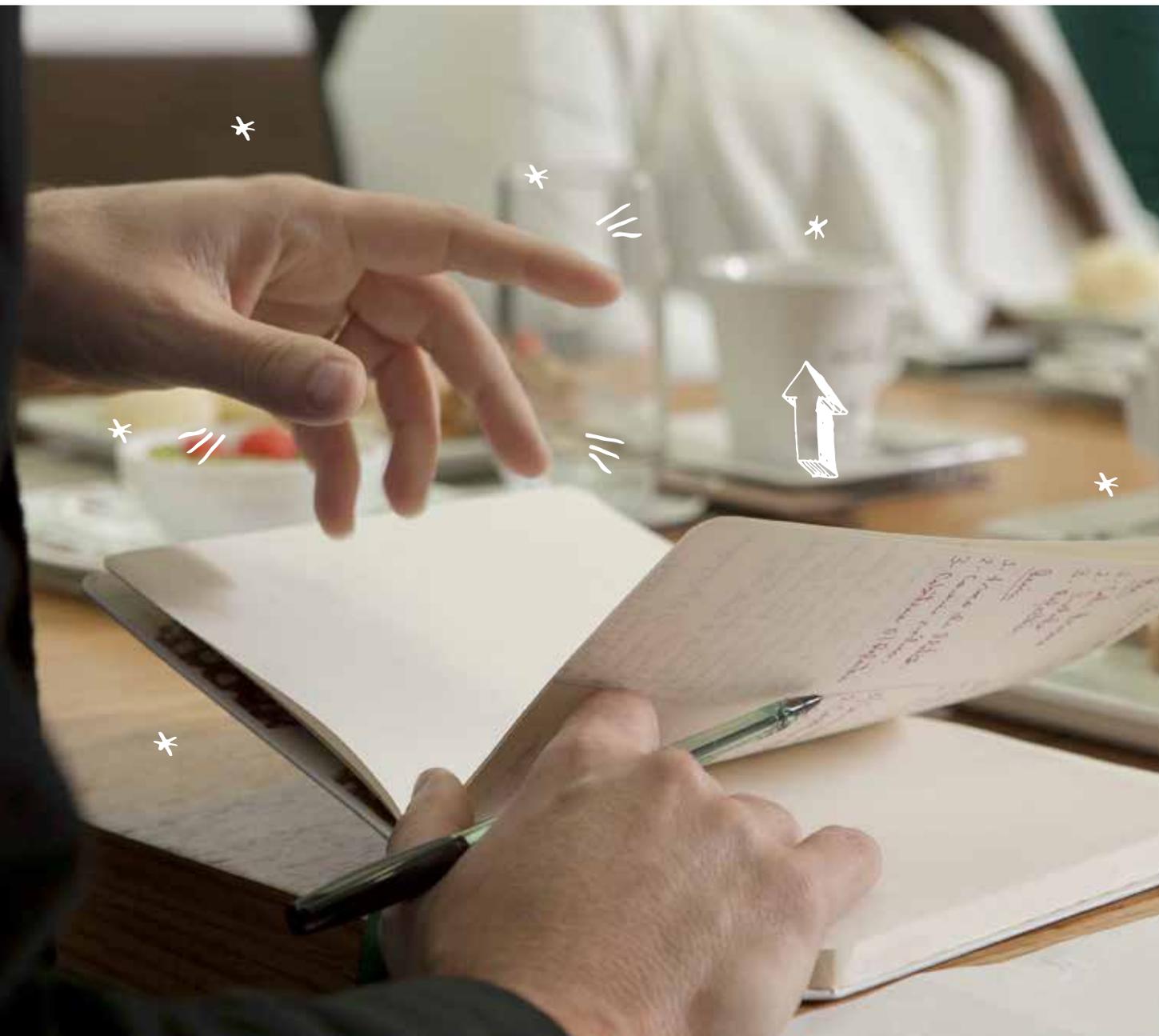
Para efetivo cumprimento de seus objetivos junto à Presidência, o Conselho Consultivo de Administração é presidido pelo acionista controlador da Cacau Show, na figura de presidente executivo, e é assessorado por alguns Comitês: **[G4-39]**

Riscos Corporativos – foca suas atividades no ambiente de risco da organização, desde os financeiros, tributários, ambientais e sociais.

Estratégia – tem como foco olhar para o futuro da organização, tanto no prisma empresarial como socioambiental.

Gente – é direcionado às relações humanas, trabalhistas, intelectuais e assistenciais.

Excelência



CLÓVIS MADEIRA



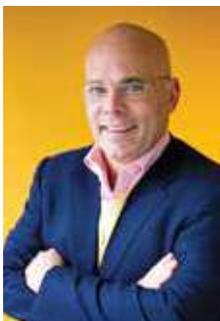
Profissional com mais de 40 anos de experiência, Bacharel em Administração de Empresas e Ciências Contábeis, Mestre em Controladoria e Contabilidade Estratégica pela Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP e Doutor em Administração pela Florida Christian University – USA – 2005.

Presidente (1992 a 1994) da Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade (ANEFAC), Chapter em São Paulo do Institute of Management Accountants (IMA). Atualmente é diretor de eventos dessa entidade.

Recebeu o prêmio como presidente de melhor chapter concedido pelo Institute of Management Accountants (IMA), nos anos de 1993 (São Francisco) e 1994 (New York). Professor de diversos cursos de pós-graduação.

Membro do Comitê Administrador do Programa de Revisão Externa de Qualidade (CRE), órgão instituído pelo Conselho Federal de Contabilidade – CFC e CVM – Comissão de Valores Mobiliários para avaliar a qualidade dos trabalhos dos auditores independentes. Membro do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal de empresas do mercado.

FERNANDO GÓES



Atuou por mais de 20 anos em posições executivas, tendo sido diretor estatutário do BankBoston por quase 10 anos. Atua como coach, consultor e investidor anjo, sendo Sócio-proprietário da Delos Ventures. Possui certificados em Estratégia Competitiva pela Wharton School, Negociação Estratégica de Crescimento e Mudanças pela Columbia Business School.

Também é certificado em Governança Corporativa pela Yale University. Administrador de Empresas com pós-graduação em Marketing pela University of Califórnia at Berkeley. É membro do IBGC e participa de conselhos de administração.

MARCOS GRASSO



Sócio da M2G Advisors, que assessoria investidores, sócios e gestores nas áreas de estratégia, M&A, gestão e coaching. Tem 28 anos de experiência em empresas de consumo – Kraft/ Mondelez, Cadbury, Pfizer, Warner-Lambert, Heublein – tendo atuado na Ásia, Europa, América Latina e Estados Unidos. Foi CEO da Mondelez Brazil (ex-Kraft Foods), Presidente da América do Sul da Cadbury, Presidente Região Andina Pfizer (Divisão Adams), Presidente Warner Lambert Colômbia, Presidente Warner Lambert Portugal, Diretor de Marketing Ásia. Formado em administração de empresas pela Fundação Getúlio Vargas, com cursos de especialização em governança corporativa, reputação corporativa, liderança e executive coaching. (Harvard, Columbia, IBGC, Oxford).

Experiência em conselhos consultivos e de administração nas empresas – C&A, Kraft & Sadia JV, Condor SA, Brandtone Americas e Instituto Akatu. Mentor da Endeavor.

PLÍNIO MUSETTI



Graduado em Engenharia Civil e Administração de Empresas pela Universidade Mackenzie. Foi Presidente Executivo da Elevadores Atlas S.A. de 1992 até 1999 e da Elevadores Atlas Schindler S.A. até 2002. De 2002 a 2007 foi sócio do JP Morgan Partners, braço de Private Equity do banco JP Morgan Chase, liderando o processo de investimentos em Private Equity no Brasil e América Latina. Ocupou posições executivas e em Conselhos de Administração de empresas investidas pelo JP Morgan Partners, tais como Vitopel, Diagnósticos da América S.A. e Latasa. Do início de 2008 até setembro de 2009 foi Presidente Executivo da empresa de painéis de madeira, Satipel Industrial S.A. Em maio 2010 tornou-se sócio gestor da Pragma Patrimônio e posteriormente da Janos Holding. É atualmente membro dos Conselhos de Administração da Natura, da Raia Drogasil S.A., da Adecoagro (empresa listada no NYSE), da Portobello S.A. e da Cacau Show.

O Conselho Consultivo de Administração é composto por integrantes independentes, remunerados através de honorários de consultoria, e membros do corpo executivo da empresa, sendo um destes também o quotista controlador da Cacau Show. Para dar suporte às atividades do Conselho, temos alguns Comitês, liderados por um dos conselheiros independentes, e com a participação de membros da diretoria e do corpo executivo da Cacau Show.

Por ser um Conselho Consultivo, o período de atuação do conselheiro não é determinado. A permanência se dá pela afinidade e pela relevância que os membros podem trazer em suas recomendações e sugestões, pois estes atuam no mercado como executivos / conselheiros da alta administração. Tanto o Conselho quanto o Comitê não têm funções deliberativas, entretanto são de extrema importância para a tomada de decisões da Presidência e do corpo diretivo.

Acreditamos que o exercício da independência oferece aos participantes condições de manifestar de forma isenta suas recomendações e sugestões. A participação do acionista controlador ocorre na figura do executivo maior da organização e não como proprietário do negócio.

O Conselho Consultivo de Administração tem a prerrogativa de aconselhar, recomendar e sugerir em todas as esferas, ambientes e temas que sejam de interesse estratégico da Cacau Show. Neste contexto todos os assuntos relacionados ao propósito, missão, visão, valores, definição de estratégias, políticas e metas relacionadas a impactos econômicos, ambientais e sociais da organização

são foco de suas ações. As reuniões do Conselho Consultivo de Administração são realizadas com uma periodicidade mensal, através de data definidas em um calendário anual. **[G4-42, 47]**

Além do Conselho Consultivo, os temas de interesse estratégico são mediados e deliberados, também, pelo Comitê de Executivos – ComEx - formado pelo corpo diretivo da Cacau Show, que se reúne semanalmente.

A pauta de reunião é estabelecida por um grupo de membros do corpo executivo da Cacau Show com acesso à todas as informações estratégicas da organização. Os temas são trazidos para elucidação e recomendação do Conselho Consultivo de Administração.

[G4-49]

Todos os temas estratégicos e demais que envolvam os riscos do negócio são levados às reuniões do Conselho Consultivo de Administração, avaliados pelos membros independentes, que pronunciam suas recomendações e sugestões ao Presidente Executivo. O presidente, por sua vez, manifesta sua opinião de forma direta aos conselheiros em relação às suas expectativas com o resultado das recomendações.

A avaliação do papel do Conselho Consultivo de Administração e da eficácia e eficiência de suas recomendações é realizada através da aferição dos resultados efetivos da aplicação prática destas.

No âmbito da administração do risco corporativo, social e ambiental, o Conselho Consultivo de Administração desempenha o papel de guardião das boas práticas de mercado.

[G4-44, 46, 47]

A intensidade do risco é o principal fator para que o Conselho Consultivo de Administração exerça suas funções de aconselhamento estratégico, ou seja, quanto maior o risco, mais efetiva precisará ser a medida a ser tomada e, por este motivo, o acionista controlador da Cacau Show interage diretamente com todos os conselheiros. **[G4-45]**

Anualmente, a organização é submetida a uma auditoria, realizada por uma empresa de renome internacional, classificada como uma das quatro maiores empresas do ramo, a EY. Esta auditoria também apoia as tomadas de decisões, e não se restringe apenas aos riscos financeiros, mas a todos os riscos que envolvam o ambiente empresarial. Nos últimos anos os auditores independentes não apresentaram ressalvas aos controles internos de riscos ou às demonstrações financeiras e patrimoniais. Para gerir com mais eficiência o negócio, foram designados alguns diretores executivos para serem os responsáveis por determinados temas. No caso de tópicos econômicos, nosso diretor financeiro fica a cargo de todos os processos e procedimentos; temas ambientais, o diretor de operações. E para temas sociais, a diretora de recursos humanos e a presidente do Instituto Cacau Show são as responsáveis. Todos respondem diretamente ao presidente, Alexandre Costa. **[G4-36]**

Excelência em Operações



Melhorias nos resultados da Produção

Em 2015 evoluímos em muitos aspectos nos processos produtivos. Foram realizadas diversas melhorias, com investimentos não apenas em maquinário e tecnologia, mas também no

desenvolvimento de nossas equipes, nas pessoas responsáveis pela execução dos processos que transformam matérias-primas, embalagens e energia em produtos de qualidade. A evolução dos resultados dos indicadores de produção no ano de-

monstram os esforços e comprometimento dos envolvidos. Em eficiência de produção houve um aumento de 9,4% em relação a 2014; uma queda de 17,8% na quantidade de descarte de resíduos de chocolate e queda de 29% no reprocesso de produtos.



Observamos ao longo do ano, de acordo com os resultados, um aumento de quase 10% na eficiência de nossa planta do 1° para o 3° quadrimestre. O percentual de produtos reprocessados e o total descartado diminuiu consideravelmente, o que demonstra que estamos utilizando de forma mais racional nossos recursos: matérias-primas, energia, mão-de-obra, capacidade pro-

ductiva instalada. Ao buscar a excelência em nossos processos, estamos produzindo com menos perdas, contribuindo assim para a sustentabilidade de nossas operações, alinhados ao conceito de responsabilidade socioambiental definido em nossa estratégia.

Além do setor de Engenharia de Processos, à frente das ações de melhoria contínua, foram formados

grupos de trabalho multidisciplinares durante o ano, com o objetivo de focarmos em problemas específicos, de uma linha ou um processo. Dessa forma, conseguimos identificar com melhor precisão a raiz de algumas situações e atuar de forma mais eficaz na solução.

Redução de descartes na Knobel 5

Em nossa linha Knobel 5, por exemplo, que produz em média 1 milhão de trufas por dia, 1.835 kg/hora, percebemos um índice de descarte mensal de 0,60% em média, ou seja, mensalmente eram descartados nessa linha cerca de 1.422 kg de produto. Desenvolvemos então um cronograma baseado na metodologia CAPDo para o mapeamento das perdas:

Check: Verificação da situação atual e levantamento dos dados;

Analyze: Análise das perdas (dados levantados) e identificação das causas (*Brainstorming*, Análise de Causa-Efeito e Porque-Porque);

Plan: Planejamento das ações levantadas;

Do: Execução das ações e consolidação dos resultados.

Após a identificação de não-conformidades ao longo da linha, com foco no combate às perdas, a equipe realizou um *Brainstorming* e planejou as modificações necessárias. Com a implantação das melhorias, conseguimos uma economia anual de mais de R\$96.000,00, apenas nesta linha.

Aumento na produtividade da linha Knobel 3

Na linha Knobel 3 são produzidos 1.835 kg/hora, em um total de 1 milhão de trufas por dia, onde trabalham 13 colaboradores por turno, sendo dois turnos. Através da aplicação de algumas metodologias e trabalho em conjunto, um pequeno problema nas dosadoras foi identificado e ajustado, assim, reduzimos em uma hora o período da limpeza semanal, tempo que representa a produção de 50.000 trufas mensalmente.



Investimentos na linha Cavemil



Percebemos um ponto de atenção em nossa linha de produção Cavemil. Por isso, foi proposto pela equipe responsável um investimento para a melhoria nos viradores de moldes e nas

duas dosadoras de chocolate da linha, afim de aumentar a performance e reduzir a perda de produtos. Essa ação está prevista para 2016. Em 2015 foram levantados os custos dessas modificações. O valor inicial para a realização do serviço, com o for-

necedor do equipamento (uma empresa internacional), era de R\$1.200.000,00. Ao buscar alternativas para este trabalho, a equipe responsável chegou ao valor de R\$250.000,00 com uma empresa nacional, ou seja, 21% do valor inicial.



Eficiência no setor de logística



Uma empresa moderna exige rapidez e otimização do processo de movimentação de materiais, interna e externamente. Portanto, a logística é fator determinante para garantir a eficiência das operações, principalmente quando é necessário atender lojas distribuídas em todo o Brasil.

Em janeiro de 2015 tivemos um recorde de faturamento de R\$140.739.154,14, com 811.266 caixas expedidas. Isso representou um crescimento de 16% no volume de caixas expedidas em relação ao mesmo período do ano de 2014, que até então era de 700.086 caixas e faturamento de R\$ 88.480.906,38.

Como resultado pela busca da excelência nas atividades dessa área, tivemos uma acurácia de 99,77%, no inventário realizado de janeiro a dezembro/2015 nos estoques. Índice que demonstra o

bom trabalho efetuado pela área de prevenção e perdas, desenvolvida para efetuar inventários cíclicos e assim garantir resultados positivos para toda a cadeia.

Uma de nossas diretrizes, que norteia todas as áreas da empresa, é o foco no cliente. Dessa forma, mantivemos um acompanhamento contínuo no nível de atendimento aos franqueados e, de janeiro a dezembro, atingimos a média de 98,69% de entregas dentro do prazo.

Investindo em tecnologia para a área, ampliamos a utilização de um software, chamado WMS, para as áreas do setor de Logística que ainda não contavam com essa tecnologia. O objetivo foi dar suporte ao processo operacional de movimentação e armazenagem, garantindo maior controle de algumas variáveis, como: espaço, operadores, equipamentos e produtos, integrado com os demais sistemas da empresa.

Todo este controle é demonstrado através de indicadores da operação. Esta é uma ferramenta para otimização do negócio em duas grandes frentes: redução de custos, com a melhoria da eficiência de todos os processos operacionais, e aumento da qualidade dos serviços aos clientes, através da redução de erros e falhas de separação, inventários e atendimento de demandas.

O resultado dessa mudança, foi a redução de 74% do volume armazenado na área, deixando in loco somente volumes à serem utilizados na produção nas 48 horas subsequentes. Melhorias como essa dão suporte às nossas atividades, tornando-as cada vez mais excelentes.

Excelência



Antes



Depois

Fornecedores



Nossa relação com os fornecedores é muito mais que a compra de materiais e serviços. A proximidade que construímos é de verdadeira parceria, tanto que temos alguns conosco há mais de 20 anos. Desta forma, conseguimos compartilhar valores e princípios, atuando em sintonia, buscando os melhores resultados.

Contamos com um total de 1004 fornecedores durante o ano de 2015, distribuídos em grande parte dos estados do Brasil, cada um responsável por algum tipo de serviço ou material essencial para o desempenho das nossas atividades. **[G4-12]**

Mais de 90% de nossos serviços contratados são realizados com base em contratos formalizados, nos quais há cláusulas referentes ao atendimento à legislação trabalhista; dessa forma asseguramos que os direitos desses trabalhadores estão sendo praticados. Em nossa fábrica, cada prestador de serviço participa da Integração de Segurança do Trabalho antes de executar suas atividades, assim, cada pessoa é informada quanto aos nossos procedimentos de segurança.

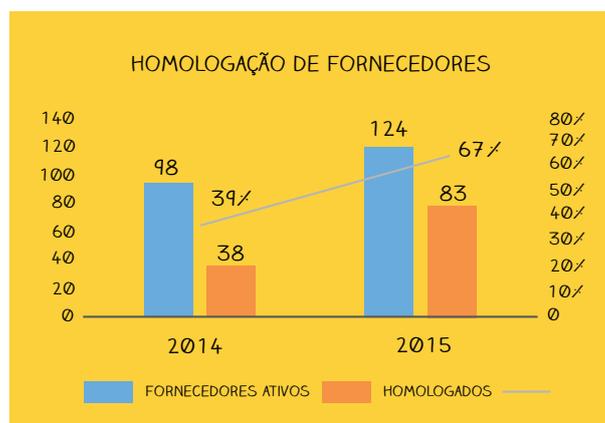
[G4-LA14]

	EMBALAGENS	MAT. PRIMA	MRO	TOTAL GERAL
AL			1	1
AM	1			1
BA		2		2
CE			3	3
DF			4	4
ES	1		4	5
GO		4	1	5
MA			3	3
MG	2	3	19	24
MS			1	1
MT			1	1
PA			2	2
PE			2	2
PR	3	3	26	32
RJ	1		18	19
RO			1	1
RS	2	3	22	27
SC	2	3	17	22
SE			1	1
SP	110	80	658	848
TOTAL GERAL	122	98	784	1004

(MRO: Manutenção, Reparos e Operações)

Homologação de Fornecedores

Foi realizado o processo de homologação com os nossos fornecedores para garantir a qualidade, produtividade, segurança, confiabilidade, além de melhoria de custos. Encerramos o ano de 2015 com 67% dos fornecedores de matérias primas e embalagens homologados pela área de Qualidade. Uma evolução de mais de 28% em relação aos dados de 2014, quando foi obtido o índice de 39%. Esse é um trabalho contínuo com foco na entrega de resultados consistentes e maior qualidade dos nossos produtos.



Importação

Em 2015 importamos mais de 120 itens, fabricados por mais de 35 exportadores. Foram diversos containers provenientes de diferentes países, em operações realizadas em mais de 20 portos.

A predominância da origem foi da China, país do qual trouxemos cerca de 80% do total importado no ano. **[G4-12]**

Estes números representam a evolução e diversidade de produtos exclusivos e customizados para agradar um público

exigente, e auxiliar no faturamento da rede. Entendemos que a importação aprimora o conhecimento, tecnologia, processos, aumenta o poder de barganha na negociação de preços possibilitando uma vantagem no mercado nacional.



Os Caminhos
da Expedição

CAMETA DELEM
TOME AÇU

ILHEUS

CANAVEIRAS

SÃO PAULO



“

Temos como posicionamento “Carinho em cada pedacinho” por compreendermos que esta é a tradução literal de como conduzimos nosso negócio. O carinho está presente na forma com que produzimos nossos produtos, atendemos aos nossos clientes nas lojas, formamos os Franqueados e Consultores Show, na nossa própria comunicação e na paixão que temos por chocolate. Milhares de pessoas escolhem, todos os dias, os nossos produtos para presentear, criar momentos únicos e inesquecíveis. Somos uma marca democrática que inova sempre em seus sabores, embalagens para despertar sensações, superar expectativas e sempre estar próxima do consumidor. Por todo este esforço somos a marca mais conhecida de chocolates finos em lojas especializadas do Brasil e continuamos crescendo mais e mais a cada dia.

”

Monica Ogawa
Gerência de Comunicação



Marca

Ser a marca mais conhecida de chocolates finos em lojas especializadas no Brasil e crescer na preferência no mercado de chocolates como um todo.

Reconhecimento de marca



Desde que foi fundada, em 1988, a Cacau Show passa por constantes processos de aperfeiçoamento tanto fabril quanto de percepção de marca. Temos um público exigente que busca sempre por produtos de extrema qualidade e, sendo especialistas em chocolate, conseguimos atender esta demanda, além de criar uma

relação de confiança e proximidade com os consumidores.

Para surpreender e encantar, contamos com um diversificado mix de produtos. Em 2015, elaboramos cerca de 170 itens para as campanhas do ano. Nas lojas, contamos a cada mês com uma média de 220 opções, entre chocolates, bebidas, mousses e sorvetes.

Trabalhamos todos os dias com análises para compreender com profun-

didade a importância do chocolate na vida das pessoas. Temos como objetivo constante criar sensações e sentimentos através dos nossos produtos. Para representar nossos três territórios da arquitetura de marca, “diversão, prazer e conhecimento”, identificamos algumas marcas núcleo responsáveis pela construção da essência e dos conceitos fundamentais da nossa marca. **[G4-4]**

Bytes

No território da diversão, temos produtos temáticos, descontraídos e com uma orientação em comum: a brincadeira. A marca Bytes se enquadra por ser um produto ideal para comer sem parar. São pequenas porções para acompanhar um filme, ouvir música ou se divertir com os amigos.

Dentro deste território também temos outras marcas satélite, que reforçam os conceitos apresentados. Chocobichos, por exemplo, que traz a diversão em produtos especialmente formulados para o público infantil. É o conhecimento e diversão através de pelúcias de diversos animais



laCreme

Marca



No território da indulgência, ou seja, de chocolates que são ideais para o dia a dia, para degustar ou presentear, a marca laCreme traz toda a cremosidade de um chocolate especialmente pensado para derreter na boca, para surpreender o paladar e tornar o dia a dia mais feliz. Aqui encontramos como marca satélite a Clássicos, com produtos a favor da satisfação pessoal e do surpreender com um presente cheio de carinho.

Bendito Cacao



No território do conhecimento estão os produtos mais refinados, que são feitos com ingredientes de origens diferenciadas, exóticos, de sabores intensos. Aqui a vontade de conhecer mais sobre o chocolate é o que predomina. A marca Bendito Cacao traduz a atenção aos detalhes, o conhecer e provar novas combinações de sabores. Como marca satélite encontramos a Gourmet, que utiliza matérias primas mais sofisticadas, sabores marcantes. É um momento de degustação mais profunda, buscando compreender as nuances e características aromáticas do chocolate.

Carinho com quem tem restrições alimentares

Problemas com restrição de alimentos afetam muitas pessoas, e uma parte delas não pode apreciar chocolates. Pensando especialmente em satisfazer o desejo pelo doce sem prejudicar a saúde,

temos produtos desenvolvidos especificamente para este público.

Nossa linha Zero Lactose é ideal para pessoas com intolerância a lactose. A linha Diet/Zero Açúcar é feita sem nenhum acréscimo ou vestígio de açúcar em sua composição.

Ela é ideal para quem possui alguma restrição médica, como pessoas com diabetes.

Estes produtos juntos representaram 2,4% do faturamento total da rede, ou seja, 10,8 milhões de unidades vendidas. **[G4-FP6]**

LINHA

ZERO adição de açúcar



Alto teor de cacau

Temos uma linha desenvolvida com alto teor de cacau, ou seja, acima de 52%. Estes produtos representaram 38% do faturamento total dos tabletes de 100g comercializados pela Cacau Show. Este é um tipo de chocolate rico em flavonoides, substâncias que fazem bem à saúde. O consumo deste tipo de chocolate tem crescido constantemente entre os brasileiros. [G4-FP7]



Marca

Brasilidade a gosto

Inovação é um conceito que está em nossa essência desde o início. E para isso desenvolvemos parcerias, com pessoas ou instituições com as quais nos identificamos. E uma delas foi a chef de cozinha Ana Luiza Trajano, reconhecida por mostrar o Brasil e sua diversidade cultural através da culinária.

Desenvolvemos uma excelente linha de chocolates com ingredientes escolhidos em comunidades sustentáveis, a linha Brasil a Gosto. Nela apresentamos novos produtos, que combinam chocolate com frutas e castanhas típicas brasileiras: bombons, tabletes feitos com chocolate ao leite, e também com alta concen-

tração de cacau. Essa linha apresenta bombons recheados com geleia de frutas, como maracujá-da-caatinga, bergamota-montenegrina e umbu. Os tabletes têm um toque especial das castanhas, provenientes do Acre e do Piauí.

LINHA

Brasil a gosto



Rotulagem



O rótulo de um produto é de extrema importância para o consumidor e para a empresa fabricante. É o meio pelo qual comunicamos a composição do alimento que será ingerido, além da relação de ingredientes, o peso, prazo de validade, nome e endereço do fabricante, método de conservação (no caso de congelados, por exemplo), entre outros dados. É a segurança para o consumidor fazer a melhor escolha para a sua alimentação.

Em 2015 realizamos ações imediatas para atendimento à uma resolução da ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), a RDC nº 26, 02/07/2015, que trata dos requisitos para rotulagem obrigatória dos principais alimentos que causam alergias alimentares. A norma exige que os rótulos de alimentos e bebidas informem sobre a existência de 17 alimentos alergênicos. **[G4-PR3]**

Democratização do chocolate de qualidade

Somos uma marca democrática, que atende a públicos diversificados, que buscam um chocolate de qualidade. Por isso, possibilitamos a todos os nossos consumidores, que desejam presentear as pessoas que gostam, o acesso a produtos bem elaborados, desde sua composição até a apresentação final, em nossas embalagens. **[G4-EC8]**



Workshops

Como especialistas em cacau e chocolates, temos profundo conhecimento das matérias primas e de todo processo produtivo. Realizamos, constantemente, workshops em parceria com profissionais especializados em algum tipo de bebida ou alimento, para difundir cada vez mais entre nossos consumidores o conceito de harmonização de chocolate. Há uma infinidade de combinações com este rico alimento! Com este pensamento, conseguimos proporcionar no dia a dia das pessoas experiências especiais e diferenciadas de consumo. Desde que iniciamos os workshops, percebemos grande aceitação por parte do público, que busca por novidade, inovação e sabores diferenciados. Esses eventos ocorrem na loja da Avenida Brigadeiro Faria Lima, em São Paulo, onde recebemos clientes e parceiros em um lindo espaço.

WORKSHOPS DE HARMONIZAÇÃO

Em 2015 foram realizados 9 workshops na Cacau Show Faria Lima, São Paulo (SP)

TEMAS REALIZADOS	PARTICIPAÇÃO 1º evento	PARTICIPAÇÃO 2º evento
 Chocolate & Vinho	25	46
 Chocolate & Cerveja	21	55
 Chocolate & Café	18	40
 Minichef <i>(infantil)</i>	17	-
 Chocolate & Cachaça	36	-
 Fondue & Vinho	30	-
{ TOTAL: 224 PESSOAS }		



Investimento de Mídia



Durante todos os meses do ano investimos em campanhas para gerar fluxo em nossas lojas, incentivar as vendas e fortalecer a percepção de marca com os nossos consumidores. Em 2015 tivemos 20 campanhas, com mais de 1300 peças publicitárias veiculadas, entre breaks, merchans, vinhetas, mídia impressa, rádio, mídia OOH (out of home) e peças de apoio para mídia regional. Também foram grandiosos os números referentes à veiculação em TV, quase 10 mil inserções, além de cerca de 9 milhões de interações no Facebook, 350 mil no Instagram e cerca de 250 mil impressões em mídia online.



Patrocínios

Além dos investimentos em veiculações, patrocinamos alguns programas televisivos de grande expressão como a Fórmula 1, MasterChef Brasil, Junior MasterChef, Bakeoff Brasil, Hell's Kitchen, Máquina da Fama e o The Taste Brasil. Os patrocínios de gastronomia marcaram forte presença da Cacau Show como marca especialista em chocolate.



Expo Milão

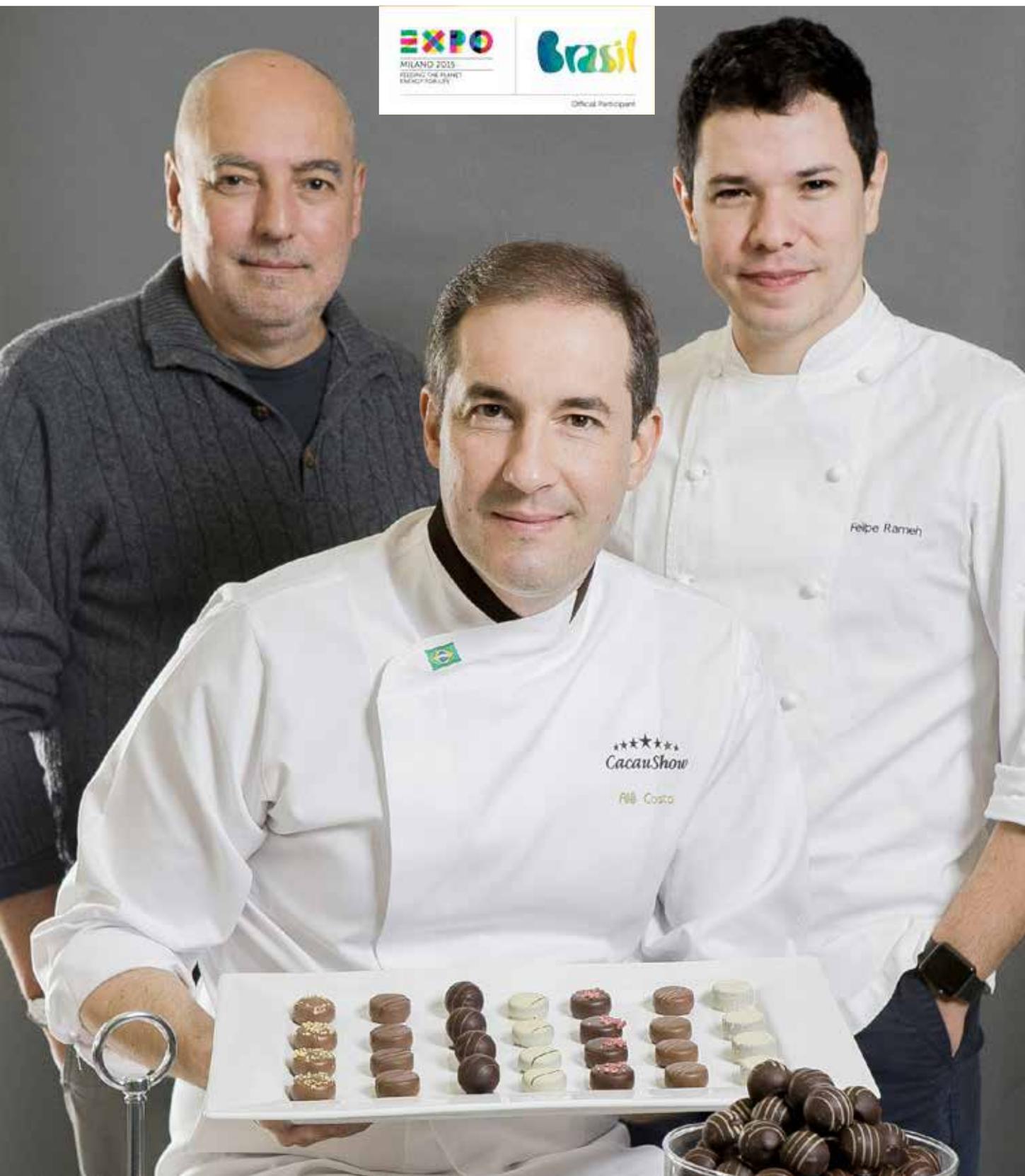
A Expo Milão é uma exposição universal que visa estimular a criatividade de todos os países participantes e promover a inovação para um futuro sustentável. Em 2015 o tema do evento foi "Alimentar o planeta, energia para a vida". Participaram 145 países e um público de 20 milhões de visitantes.

Durante três dias, Alexandre Costa, especialista em chocolate, ministrou um workshop sobre Cacau e o novo gosto do Brasil, ao lado do chef Felipe Rameh, abordando o universo e a indústria do cacau, bem como o desenvolvimento da moderna cozinha brasileira. No workshop, abordamos o encanto do processo de transfor-

mação do cacau em chocolate, da fazenda até a mesa. Para a Cacau Show, participar de um evento de tamanha expressividade é uma oportunidade única para disseminar conhecimento sobre o chocolate e a gastronomia brasileira, ambos reconhecidos mundialmente.



Marca



Reconhecimentos - Prêmios



Prêmio ABF Santander Destaque Franchising e Selo de Excelência em Franchising 2015

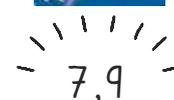
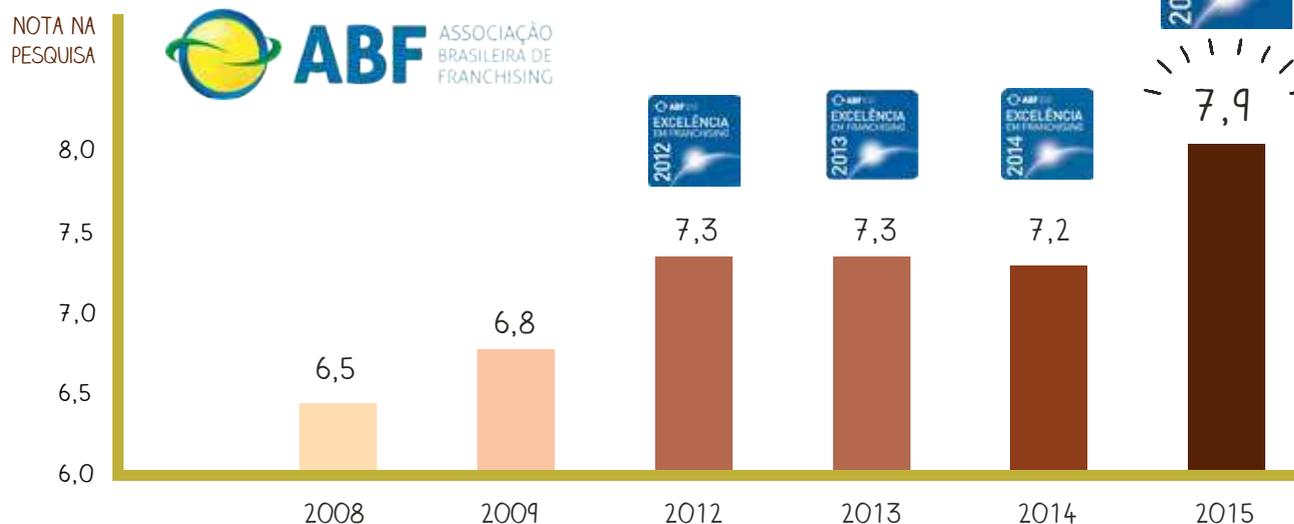
Recebemos o Selo de Excelência em Franchising pela sexta vez, sendo o quarto ano consecutivo. Na cerimônia de premiação, uma colaboradora do setor Comercial representou a empresa.

Fomos premiados nos anos de 2008, 2009, 2012, 2013, 2014 e 2015. O Selo

é uma importante certificação no franchising nacional, pois é concedido às franquadoras que alcançam os índices em uma minuciosa pesquisa promovida pela ABF – Associação Brasileira de Franchising, realizada por uma empresa independente. Esta pesquisa é realizada através de um questionário respondido pelos Franqueados participantes.

Estamos classificados na Cate-

goria Master, aplicada para marcas com número superior a 60 franqueados ou ainda, com dez anos de atividade ou mais. Dentro de um universo de 2.942 franquadoras filiadas à Associação Brasileira de Franchising, estamos entre os 7% que receberam este Selo de Excelência.



G 2015



Prêmio Cannes Lions

O festival Cannes Lions é o Oscar da propaganda e acontece anualmente com inscrições de agências de todos os países do mundo. O Brasil liderou a shortlist com 72 peças. Os Estados Unidos seguiram com 70 peças, a França 52 e o Reino Unido com 36.

Entre 550 anúncios inscritos, 72 peças foram premiadas e a Cacau Show ficou entre os primeiros colocados, com a mídia impressa do produto “Miau” produzida por nossa agência Lew Lara TBWA.



Prêmio Brazilian Retail Week 2015

No Brazilian Retail Week 2015 foram reconhecidas as empresas de melhor desempenho no varejo com base em fatores financeiros, operacionais, de relacionamento com os clientes entre outros. O evento contou com mais de três mil varejistas para debater inovações a fim de tornar as operações mais produtivas, rentáveis e sólidas, e teve como tema “A força da eficiência”. Nos consagramos campeões na categoria Redes Alimentícias.



USE.Index Report Global 2015

O USE.Report é um estudo global baseado na jornada do consumidor na assimilação dos conceitos de inovação que as marcas de diferentes países propõem. É basicamente aprender, utilizar e lembrar. Nesta edição foram mais de 69 mil avaliações no total, sendo que no Brasil foram escolhidas 100 marcas entre setores bancários, companhias aéreas, planos de saúde, entre outros. Na categoria varejo físico a Cacau Show ficou em primeiro lugar no ranking geral nacional e em quarto lugar no ranking global de experiência do cliente no segmento, após mais de 24 mil avaliações.

CONQUISTAMOS A 1ª POSIÇÃO

RANKING NACIONAL					
VAREJO FÍSICO	LEARN	USE	REMEMBER	FINAL INDEX	NACIONAL SETOR
CACAU SHOW	82.50	77.90	83.10	78.86	1
DPASCHOAL	75.60	83.70	75.70	77.99	2
LIVRARIA SARAIVA	83.70	75.80	80.90	77.33	3
O BOTICÁRIO	79.50	75.10	83.80	76.89	4
LEROY MERLIN	76.30	82.50	72.70	72.66	5

Prêmio DOM Strategy Partners

A DOM Strategy Partners é uma consultoria nacional focada em estratégia corporativa que realizou uma pesquisa com as 441 maiores companhias do país, em diferentes setores da economia, para identificar as suas práticas mais inovadoras no relacionamento com o cliente. O estudo detalhou qual o foco da inovação gerada pelas organizações,

como é percebida pelo público, além da maneira como é traduzida em práticas e modelos de negócios. O resultado deu origem ao ranking “As 50 empresas mais inovadoras do Brasil em relacionamento com clientes”, envolvendo 14 segmentos distintos. A pesquisa foi feita com 2500 consumidores, em quatro meses, e analisou produtos e serviços oferecidos, a interatividade no ponto de contato com o cliente, a interação online, os modelos de atendimento e a ex-

periência de consumo. Conforme indica o estudo, os setores bens de consumo não duráveis - em que estão listadas diversos fabricantes - e varejo são os que mais se destacaram como inovadores. O grupo de empresas mais bem classificadas, com notas acima de nove, possui estratégia planejada de inovação a partir da percepção, avaliação e recomendação de seus consumidores. Entre as 50 ficamos com a sétima posição, com nota 9,02.

CONQUISTAMOS A 7ª POSIÇÃO

	EMPRESA	NOTA
1	APPLE	9,08
2	NESPRESSO	9,07
3	CHILLI BEANS	9,06
4	HOSPITAL ALBERT EINSTEIN	9,05
5	BANCO DO BRASIL	9,04
6	WINE.COM.BR	9,03
7	NETSHOES	9,02
7	ITAÚ UNIBANCO	9,02
7	CACAU SHOW	9,02
7	MULTIPLUS	9,02
8	O BOTICÁRIO	9,01
8	WHIRPOOL	9,01
8	NATURA	9,01
9	BRADESCO	9
10	BB MAPFRE	8,99
12	COCA-COLA	8,97
13	NESTLÉ	8,93
14	P&G	8,88



14ª Edição Marcas de Confiança

A Pesquisa Marcas de Confiança 2015 foi realizada em parceria da Revista Seleções com o IBOPE Inteligência, para avaliar 36 categorias de produtos. Foram entrevistados 1.300 participantes para saber qual empresa é a mais responsável socialmente

e qual a marca mais confiável do país, independentemente de categoria.

Alexandre Costa, presidente e fundador da Cacau Show, venceu mais uma vez a categoria Executivo com 61% dos votos.



Marca

Prêmio de Design ABF – Retail Design Institute 2015

O prêmio de Design ABF – Retail Design Institute é um reconhecimento às marcas e profissionais, Franqueados e franqueadores que primam pela qualidade e aplicação do design de forma estratégica na gestão da marca e da rede de franquia, seja em pequenos ou grandes projetos, estabelecendo uma relação de proximidade com o cliente final. Foram 130 inscritos, de 70 marcas, e a Cacau Show ganhou o troféu de prata na categoria Produto.



Nossos Consumidores



Conhecer nosso consumidor é um fator essencial para o nosso sucesso. Através de pesquisas e estudos, identificamos que nossos consumidores são exigentes, valorizam o carinho e o cuidado na fabricação dos

produtos e gostam de presentear com chocolates de qualidade.

Alcançamos diferentes perfis de consumidores, sendo a maioria mulheres entre 18 e 60 anos. Somos a marca especializada mais lembrada pelos brasileiros, segundo a pesquisa Top of Mind realizada

pelo Instituto DataFolha, além da melhor trufa do Brasil. Estes resultados são atingidos por termos uma vasta linha de produtos, embalagens, ótimo atendimento e lojas que encantam e trazem proximidade com o cliente. **[G4-PR5]**

SAC – Serviço de Atendimento ao Consumidor

Acreditamos que um relacionamento de confiança e respeito com o nosso consumidor seja fundamental para a saúde do nosso negócio. Temos uma equipe de SAC disponível para atendimento de segunda à sexta-feira, das 09 às 17 horas, através do telefone 0800-119263. E também por e-mail, enviado diretamente do site institucional da marca.

Nossa equipe trabalha de forma diferenciada, estabelecendo um contato próximo com os nossos consumidores, buscando atender cada contato de forma a promover uma experiência memorável. O retorno de nossos consumidores, seja para elogiar, reclamar, tirar dúvidas ou pedir informações, é muito importante para nós, pois a satisfação e encantamento deles é o foco de nossos esforços. Em 2015 tivemos 47.536 contatos, com tempo médio de resposta de 08 horas úteis.

No gráfico abaixo é possível identificar as sete categorias dos assuntos mais abordados:

Com base nos resultados dos atendimentos, a equipe consegue fazer uma análise completa dos principais pontos de atenção, e informar as demais áreas da empresa sobre os temas que os consumidores mais tem dúvidas ou reclamações. É um canal de comunicação imprescindível que visa apoiar a empresa para buscar a melhoria contínua.





★ ★ ★ ★ ★
Cacau Show

“

Responsabilidade Social é muito mais que ações compulsórias impostas pelo governo ou por quaisquer outros incentivos externos. Ela inicia quando as pessoas de forma voluntária, adotam novas posturas. Novas posturas significa individualmente ou coletivamente, práticas em benefícios da sociedade e do meio ambiente, melhorando a qualidade de vida das pessoas. Portanto a Cacau Show criou voluntariamente como seu braço social o Instituto; que tem como seu principal foco de trabalho a educação, pois acredita que através dela é possível a transformação da criança, da comunidade e da sociedade. Todos os projetos são criados para incentivar a ampliação do conhecimento e propiciar aos jovens a busca de um caminho diferente e feliz.

”

Maria de Fátima Campos da Costa

Presidência do Instituto Cacau Show



Socioambiental

Ser uma empresa social e
ambientalmente responsável.

Um sonho, um talento, uma virtude pode se ampliar em um grande potencial capaz de transformar um indivíduo e as pessoas ao seu redor. É possível promover impactos jamais sonhados, garantir voos mais altos, seja

no âmbito pessoal, profissional, acadêmico. Basta o incentivo correto para despertar ou alavancar este potencial.

O Instituto Cacau Show é uma organização filantrópica sem fins lucrativos voltado a desenvolver e executar projetos educacionais de proteção a comunidades em situação de vulnerabilidade social. Temos uma estrutura para atender milhares de crianças, adolescentes, jovens e adultos com programas focados na autodescoberta e no auto-

conhecimento, bem como no ensino de valores e atividades para expandir o repertório cultural dos nossos alunos.

No Instituto temos uma equipe de educadores altamente capacitada que elabora e administra programas focados em atividades culturais, artísticas, esportivas, lúdicas e profissionalizantes. Em 2015, realizamos diversos projetos que contribuíram socialmente para ampliar as possibilidades individuais e da comunidade.

Projeto Brincando com os Ritmos

A vantagem do trabalho lúdico é que o prazer conferido pela atividade é muito motivante e estimula a criança a superar dificuldades que normalmente não superaria em outras circunstâncias” (FREIRE, 1994)

O trabalho de dança e ritmo para portadores de deficiência intelectual do Instituto Cacau Show tem como objetivo incluir, nos mais diversos sentidos, os alunos às situações cotidianas da sociedade, utilizando o ritmo de maneira lúdica como ferramenta para a aquisição de conhecimentos e experiências, propondo, assim, novos desafios, equilíbrio corporal e coordenação motora. O reconhecimento das limitações desses alunos é o caminho para descobrir as potencialidades de movimentos dos mesmos, contribuindo assim com a maturação motriz, através do ensino lúdico.



Projeto Brincando e Aprendendo

“Ensinar é a arte de transformar, por isso a educação fascina” (Paulo Freire)

O projeto Brincando e Aprendendo tem como finalidade atender de forma continuada a comunidade de Itapevi, sendo administrado e organizado em parceria com o Grupo Viver, com aulas de apoio escolar, atividades práticas de informática e oficinas esportivas. Acreditamos que brincar e aprender são etapas que, na vida educacional do aluno, envolvem emoções, dificuldades, descobertas e conhecimento. A possibilidade e a necessidade de brincar e realizar atividades para o crescimento corporal e intelectual possibilita a melhora da escrita e leitura, digitação, raciocínio lógico, coordenação motora, promovendo valores sócio educativos que favorecem a formação integral do aluno. Além de contribuir para um crescimento pessoal e futuro profissional, melhora o aprendizado das disciplinas escolares e estimula o aluno.





Esportes

No Projeto Brincando e Aprendendo temos aulas de atividades esportivas, que podem ser adaptadas em relação às regras, estruturas, planejamentos, espaços, materiais e gestos motores, de acordo com as habilidades já adquiridas pelos alunos. Além do desenvolvimento físico, através do esporte também estimulamos valores como o respeito, participação e cooperação com base em quatro pilares fundamentais: saber, fazer, ser e conviver.



Apoio Pedagógico

Para reduzir a desigualdade de aprendizado, alfabetizar os alunos, aprimorar o conhecimento e oferecer as competências necessárias na fase escolar, o projeto “Apoio Pedagógico” tem como objetivo o ensino da língua portuguesa e a matemática. Através de ações e atividades pedagógicas, acompanhamos a evolução de cada aluno. No processo de ensino, oferecemos oportunidades para reflexão sobre educação formal, matemática básica, leitura e escrita, interpretação de textos, linguagem e processos comunicativos.



Informática



Analisando a importância dos conhecimentos em informática como fator de inclusão social, facilitador da aprendizagem, ferramenta de conhecimento e inserção na sociedade atual, a área de informática do Instituto Cacau Show utiliza os recursos tecnológicos e atividades interdisciplinares como meio de acesso à informação, interação, comunicação e promoção do conhecimento dos alunos. Através dessas atividades, valorizamos a pesquisa e a utilização de elementos da informática como um estreitamento entre a teoria e a prática.

Projeto Capoeira

“O capoeira não é aquele que sabe movimentar o corpo, e sim o que se deixa movimentar pela alma” (Mestre Pastinha)

A capoeira é uma arte genuinamente brasileira, reconhecida como “esporte nacional” desde 1930. Por acreditar e valorizar a cultura nacional e a prática esportiva saudável, o Instituto Cacau Show incentiva esta arte, disponibilizando aulas para crianças e jovens de 5 a 18 anos. Através de jogos e brincadeiras, os alunos têm a oportunidade de adquirir competências e habilidades motoras e cognitivas.



Projeto Coral- Street Dance

“A única coisa que pode resolver meus problemas é cantar e dançar. Música é a base da felicidade” (James Brown).

O Street Dance, ou dança de rua, é uma manifestação artística de rua, cheia de estilo e improvisação de expressões e movimentos sincronizados e harmoniosos, com características associadas à cultura e identidade negra e músicas de batida forte. Como elementos que compõem a cultura “Hip Hop”, a prática conjunta do Canto Coral e do Street Dance tem o objetivo desenvolver, através de atividades lúdicas e oficinas, o conhecimento individual, com o foco no aperfeiçoamento da construção do trabalho coletivo. Com o desenvolvimento de habilidades e capacidades específicas do Coral e do Street Dance, aliados à disseminação de valores como cooperação e respeito, buscamos a promoção da criação de uma identidade para o grupo, criando oportunidades em apresentações internas e externas, para demonstração das potencialidades individuais e do trabalho desenvolvido.



Projeto Futsal

O futsal é uma modalidade esportiva que se encontra em crescimento e hoje está sendo praticado por milhares de pessoas, principalmente por crianças e adolescentes. O projeto tem como proposta trabalhar com crianças e adolescentes dos 11 aos 17 anos para, assim, contribuir positivamente na qualidade de vida dos participantes. Estimulando os alunos para a prática das atividades físicas, trabalhamos também questões como autoestima e socialização.



Projeto Galera Show

Considerando que a música, enquanto Arte, tem o poder de instigar a criatividade das crianças, jovens e adultos, facilitando a comunicação e o amadurecimento das habilidades de leitura, interpretação e outros aspectos relevantes para o desenvolvimento humano, que no ambiente escolar podem favorecer a aprendizagem do aluno, o Instituto Cacau Show propõe a realização do Projeto Galera Show, responsável pelo ensino e vivência da música em suas diversas dimensões para alunos entre 7 e 17 anos.

Saber ouvir o outro, concentrar-se, reconhecer-se como parte importante de determinado grupo, respeitar regras e segui-las são alguns dos resultados que o projeto procura atingir com suas atividades musicais, atividades lúdicas, jogos e brincadeiras.



Projeto Leitura Viva

“Um país se faz com homens e livros” (Monteiro Lobato)

A parceria do Instituto Cacau Show com o Recanto da Cruz Grande das Irmãs Salesianas de Itapevi tem como objetivo realizar através do Projeto Leitura Viva a promoção da leitura para as crianças, propondo a implementação de rodas de histórias, vídeos livros, ambientação do espaço, incentivando a leitura por prazer, além de outras ações culturais de fomento ao conhecimento, com atividades educacionais, despertando no aluno suas habilidades e criatividade.



Inovação na Biblioteca do Recanto da Cruz Grande

O conceito de Biblioteca Viva orientou toda a concepção da sala de leitura do Recanto da Cruz Grande, procurando-se traduzir nos ambientes ali definidos a proposta de aproximar livros, os alunos e educadores na experiência da leitura dialógica, ou

seja, reconhecendo esta como uma vivência que se alimenta dos saberes dos leitores em formação tanto quanto dos textos ali presentes. A primeira premissa adotada reconhece que existem alunos em diferentes estágios de maturidade leitora, e que, dessa forma, é muito importante que tenhamos recursos formativos múlti-

plos para atuar em todas as fases.

Cada vez mais, temos clareza de que formar leitores não é meramente um exercício de cumprimento dos conteúdos curriculares nas áreas de Língua e Linguagem – trata-se de propiciar ao educando a compreensão do universo leitor e sua contraparte, a escrita.

Projeto Preparando Jovens para o Futuro



Implantado pelo Instituto Cacau Show junto ao Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), este projeto tem como foco meninos e meninas com idade a partir de 16 anos e que não concluíram o ensino fundamental. Para isso, são oferecidos cursos totalmente gratuitos sobre empreendedorismo, planejamento, comunicação e apresentação pessoal no mercado, entre outros. Todos os cursos são certificados pelo Senac e ministrados por profissionais que são referência em suas áreas de atuação.

Projeto Retratos da Música

O projeto Retratos da Música proporciona aos alunos, de 12 a 17 anos, a aprendizagem lúdica através das letras das músicas. Por meio da interpretação das letras, os alunos são estimulados a refletir sobre o objetivo/mensagem que o autor gostaria de transmitir, adquirindo e desenvolvendo uma postura crítica com organização de suas ideias.

Com a produção textual, oferecendo competências necessárias, pretendemos reduzir a desigualdade de aprendizado, aprimorar e ampliar o repertório de palavras, acompanhando, monitorando e estimulando a evolução dos alunos por meio de ações e atividades pedagógicas propostas, onde a escrita seja um processo contínuo levando em consideração a heterogeneidade dos alunos.



Projeto Violão

Para o Instituto Cacau Show, o Ensino Coletivo de Instrumento Musical, ECIM, tem seu foco na democratização do acesso ao ensino musical (inclusão e transformação social) e para isso promove aulas de violão para crianças e adolescentes de 7 a 17 anos.

Através do ensino coletivo do violão, pretendemos possibilitar o acesso de mais pessoas, com menor custo, maior possibilidade de interação social e aquisição mais rápida de parâmetros musicais. Ou seja, além do desenvolvimento de habilidades específicas, as aulas de violão poderão contribuir para a formação integral do ser humano.



Projeto Xadrez

A proposta de inserir o Projeto de Xadrez no Instituto Cacau Show, visa preparar os alunos para que sejam capazes de tomar decisões em situações que exigem o raciocínio rápido em busca de formar cidadãos íntegros através de uma atividade lúdica, desenvolvendo habilidades como memória, concentração, planejamento e estratégia. Esse jogo é considerado um excelente suporte pedagógico, visto que se relaciona com diversas disciplinas, tais como: matemática, artes, história, geografia e ética.

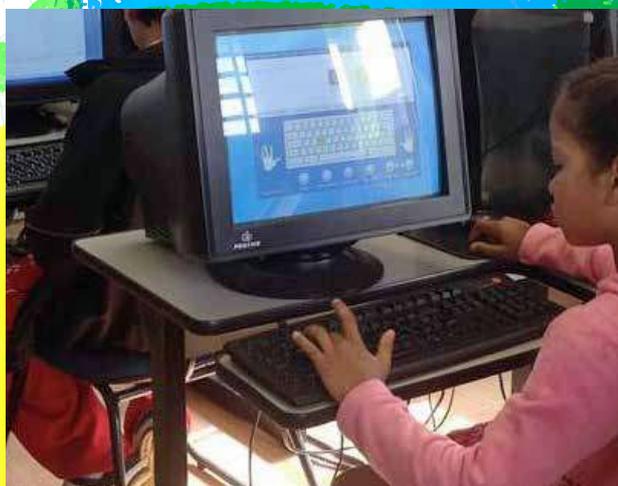


Projetos Apoiados

Instituto Abraço Amigo

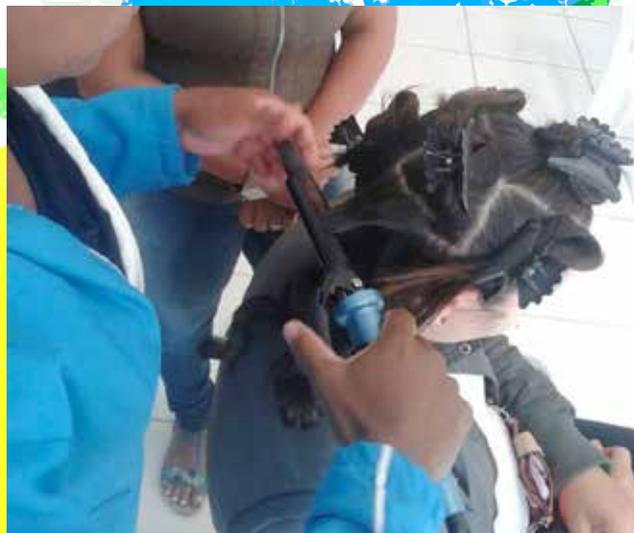
Projeto Inclusão Digital

Neste curso o aluno com idade mínima de seis anos, conhece a história do computador, as partes comuns e seus dispositivos. Também compreende as tecnologias ligadas a informática, como por exemplo, câmeras, mp3 players, pendrive, dentre outros. No curso também recebe informações sobre como utilizar o sistema operacional Windows e seus aplicativos, como Microsoft Word, Excel, PowerPoint e Internet.



Projeto Curso de Cabeleireiro

O curso coloca o aluno, com idade mínima de 16 anos, em contato com o cotidiano profissional. Além disso, são propostas pesquisas, trabalhos e apresentações, entre outras atividades, que estimulam o desenvolvimento do senso crítico, da ética profissional, da criatividade e do empreendedorismo, de modo a formar profissionais autônomos e capazes de enfrentar um mercado de trabalho cada vez mais competitivo.



Projeto Aprender

O Projeto Aprender é uma ação social da Escola Pueri Domus, onde alunos, ex-alunos e professores atuam como educadores voluntários na educação de jovens e adultos. O Aprender busca não só ensinar a leitura de palavras, mas também a leitura do mundo.



Musicalização Infantil

O Projeto de Musicalização Infantil do Instituto Musical Jacaré tem como objetivo oferecer às crianças de cinco a oito anos uma experiência musical significativa que sirva como elemento enriquecedor para o seu desenvolvimento. Os aspectos sociais, psicomotores e cognitivos são valorizados como os alicerces do processo de construção do conhecimento musical. O projeto atende crianças e jovens de 9 a 17 anos, com violão, flauta e cavaquinho.

Projeto na Cacau Show

Coral

Aulas de Canto oferecidas em diversos horários para os colaboradores da fábrica da Cacau Show, a fim de incentivar, valorizar e estimular seu trabalho diário, proporcionando momentos de descontração, aprendizagem de técnicas vocais e desenvolvimento de potencialidades individuais.



PROJETOS	JAN'15	FEV'15	MAR'15	ABR'15	MAI'15	JUN'15	JUL'15	AGO'15	SET'15	OUT'15	NOV'15	DEZ'15
BRINCANDO E APRENDENDO - BETÂNIA	230	219	268	278	265	256	255	255	271	271	271	269
BRINCANDO E APRENDENDO - CACAU	341	371	345	382	349	352	326	362	332	312	317	305
BRINCANDO COM OS RITMOS - LEA	126	0	0	0	0	0	0	93	95	95	95	95
LEITURA VIVA - RECANTO	259	259	267	267	264	264	264	264	269	269	269	269
GALERA SHOW - BETÂNIA	57	36	34	43	36	42	42	42	60	59	58	52
GALERA SHOW - CACAU	38	51	42	41	38	48	48	51	46	46	47	47
CANTO CORAL - CACAU	0	0	0	0	0	102	102	121	65	77	80	65
ABRAÇO AMIGO	40	40	40	272	373	373	0	149	154	127	127	161
VIOLÃO	0	45	47	45	36	38	38	43	31	35	37	32
CAPOEIRA	0	81	88	82	64	65	64	76	67	74	78	73
FUTSAL	0	59	80	80	68	69	69	75	73	71	75	71
EXPRESSION EM CENA	0	48	82	80	63	64	63	66	59	60	60	60
RETRATOS DA MÚSICA	0	26	50	51	42	44	44	47	36	29	31	31
XADREZ	0	0	56	54	47	46	46	46	9	14	17	20
INFORMÁTICA	0	48	47	48	39	40	41	46	43	48	46	47
APPENDER	0	10	45	37	23	23	24	32	32	32	32	25
SENAC (PH E LOGÍSTICA)	0	34	0	32	45	38	38	38	35	35	35	33
IMJ (MUSICALIZAÇÃO E CORAL)	0	0	0	0	0	0	0	231	221	209	209	211
ABRAÇO AMIGO (INFORMÁTICA E CABELEREIRO)	40	40	40	272	373	373	0	149	154	127	127	161
TOTAL DE ATENDIMENTO	1241	1399	1683	1966	1898	2025	1625	2192	2034	1997	2018	2015

Terminamos o ano de 2015 com mais de 22 mil atendimentos no total, o que representa um aumento de 57 % em relação ao ano passado e uma média de 1800 por mês.

Adoçando a vida

Existem prazeres únicos no mundo. Saborear um delicioso chocolate é um deles. O Projeto Adoçando a Vida leva essa sensação para a comunidade de Itapevi. Desde maio de 2010 realizamos doações de chocolates e também de ovos na época da Páscoa.

MÊS DE REFERÊNCIA	TOTAL	MÉDIA/MÊS
TOTAL DOADO EM KG	196.696,84	16.391,40
INSTITUIÇÕES ATENDIDAS	913	76
PESSOAS BENEFICIADAS	435.678	36.307



Parceiros do Instituto



Para 2015, fortalecemos vínculos antigos e conquistamos novos parceiros para ampliar nossa capacidade de atendimento, desenvolvendo projetos de qualidade e beneficiando um número maior de pessoas.

Abraço Amigo

O Instituto Abraço Amigo, localizado em Santana de Parnaíba-SP, é uma organização criada para amparar e apoiar crianças e famílias da comunidade, partindo do princípio dos ensinamentos baseados no amor e educação através de valores humanos de solidariedade e fraternidade, respeitando a liberdade de crença religiosa das crianças, adolescentes e adultos atendidos.



Colégio Recanto da Cruz Grande

Colégio fundado pelas irmãs Salesianas, que oferece atividade de educação formal gratuita para crianças do ensino fundamental, priorizando as famílias de baixa renda da região de Mont Serrat, em Itapevi.



Grupo Viver

O Grupo Viver é uma empresa especializada na organização e administração de atividades corporativas, esportivas e culturais, com foco no atendimento a grupos escolares e educacionais. Contratados pelo Instituto Cacau Show para iniciarem o projeto Escola de Esportes em 2009, o Grupo se tornou parceiro na realização de vários projetos que refletem a filosofia da empresa de acreditar plenamente num trabalho educacional como meio de conhecimento, reflexão e transformação social.



Núcleo Betânia pela Família

Instituição sem fins lucrativos localizada no bairro Chácara Santa Cecília, em Itapevi, que tem como objetivo ajudar jovens em vulnerabilidade social com ações socioeducativas.





Léo Rosenberg

O Instituto Léo Rosenberg, localizado em Carapicuíba, é uma instituição com objetivo de promover a inclusão de pessoas com necessidades especiais, viabilizando o uso e apropriação da educação e tecnologias, possibilitando a criação, disseminação e uso de conhecimentos, incentivando a cultura, o lazer, e a capacitação das demais atividades que venham emancipar os alunos.



Senac

Criado em julho de 2013, o projeto Preparando o Jovem para o Futuro tem o objetivo de profissionalizar estudantes para o mercado de trabalho. Realizamos em 2014, a parceria com o Senac nos cursos de Recursos Humanos e Logística.

Instituto Musical Jacaré

Escola de música com trabalho pautado na utilização deste recurso para a preparação dos cidadãos. O Instituto vem desenvolvendo projetos sociais na área musical junto a empresas e patrocinadores.



★★★★★
Cacau Show

Cacau Show

Além de mantenedora do Instituto, a Cacau Show solicita a indicação de alunos dos Projetos para o processo seletivo do programa "Menor aprendiz" para diferentes setores da empresa buscando contribuir para a formação de jovens autônomos, que saibam tomar decisões e intervir de forma positiva na sociedade. Para compartilhar nossos projetos e atividades aos amigos e familiares realizamos ao longo do ano diversos eventos como oficinas, confraternizações, torneios, shows de talentos e muitas outras atividades.



Leis de incentivo – projetos e valores

As leis de incentivo à cultura, como a Lei Rouanet ou PROAC, possibilitam que cidadãos (pessoas físicas) e

empresas (pessoas jurídicas), apliquem parte do imposto de renda devido em ações culturais. Estes apoiadores podem utilizar a isenção em até 100% do

valor no Imposto de Renda. Em 2015 investimos mais de 1 milhão em projetos, descritos abaixo:

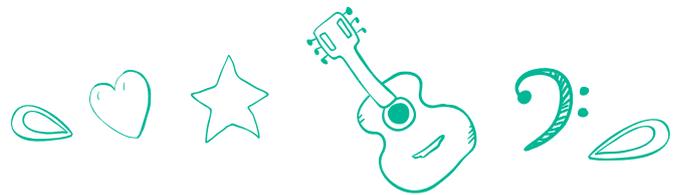
FUMCAD: ASSOCIAÇÃO BENEFICENTE LAR DO CAMINHO - R\$ 125.900,00

FMI: HOSPITAL DE CÂNCER DE BARRETOS - R\$ 125.900,00

PRONON: HOSPITAL DE CÂNCER DE BARRETOS - R\$ 125.900,00

PRONAS : HOSPITAL PEQUENO PRÍNCIPE - R\$ 125.900,00

Lei Rouanet



Chaplin, O Musical

Chaplin, O Musical é um espetáculo que refaz os passos que levaram Charles Spencer Chaplin ao estrelato e transporta a plateia ao universo do eterno Carlitos, o Vagabundo. Durante o musical, o públi-

co acompanha os detalhes que fizeram nascer, ao mesmo tempo, um grande personagem e seu empenhado mestre criador. O cenário dessa história é um grande estúdio, onde tudo está em mutação o tempo todo, com a intenção de trazer o público para dentro dos basti-

dores. O musical ficou em cartaz de maio a julho de 2015 no Teatro Net, em São Paulo, e de agosto a outubro no Teatro Oi Casagrande, no Rio de Janeiro. Foram realizadas mais de 90 apresentações ao público. Neste projeto foi aportado em 2015 o valor de R\$ 192.000,00.



Projeto Doutores da Alegria

Doutores da Alegria é uma organização da sociedade civil sem fins lucrativos que há mais de 24 anos utiliza a arte do palhaço para qualificar relações humanas em hospitais.

Além das intervenções artísticas contínuas, entre suas atividades destacam-se a formação, a ampliação do acesso à cultura e a geração de conteúdo para a sociedade. O trabalho da

ONG, gratuito para os hospitais, é mantido por doações de empresas e de pessoas. A Cacau Show realizou uma doação no valor de R\$ 100.000,00.



O engraçado é que é sério.

Proac



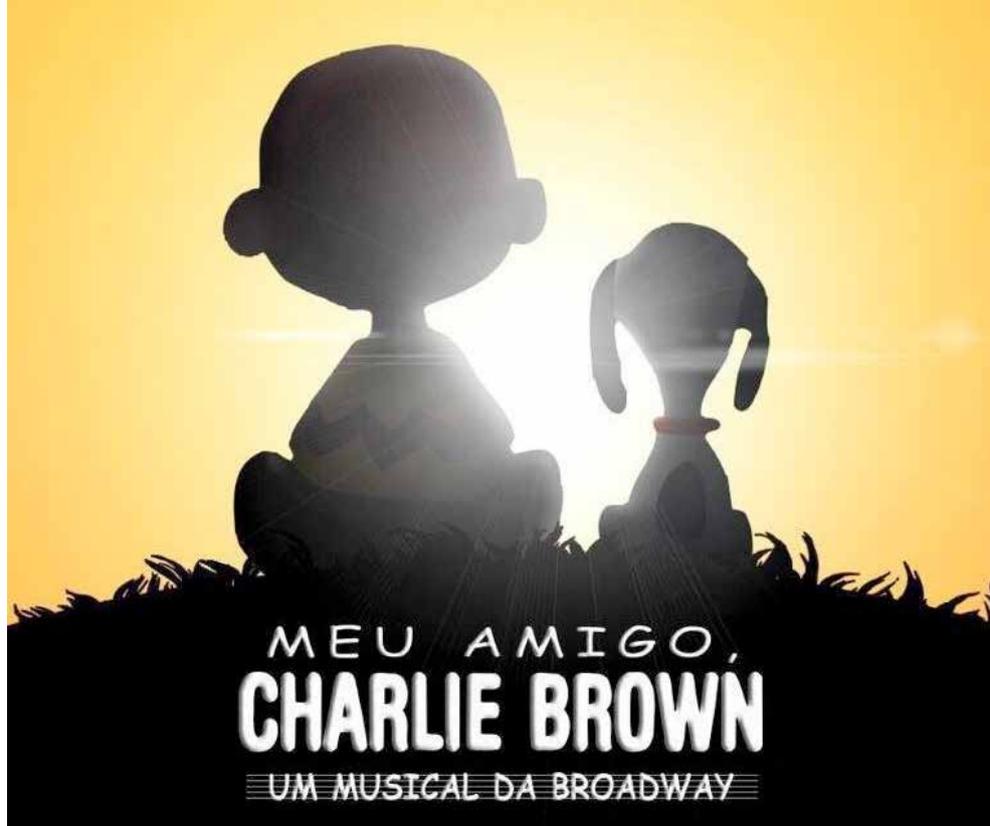
Viagem ao centro da Terra

Viagem ao centro da Terra é uma história de superação e coragem, uma viagem quase existencial, já que o mundo subterrâneo sempre foi pleno de mistérios para os homens. A história foi adaptada com o uso de vídeo-projeção ao vivo, teatro físico, manipulação de objetos, bonecos e autômatos para convidar o público a desbravar um mundo intraterrestre repleto de perigos, emoções e aventura. O projeto ficou em cartaz por 30 dias na cidade de São Paulo e foram realizadas 16 apresentações no Teatro Alfa. O valor de aporte foi de R\$ 34.246,00.



Meu Amigo, Charlie Brown

MEU AMIGO, CHARLIE BROWN é um dos espetáculos musicais com maior número de montagens na história do teatro americano. Uma história que celebra a amizade e traz personagens humanos, repletos de dilemas atuais que culminam em situações muito engraçadas, mas que mostram de maneira genuína que a felicidade está presente nas pequenas coisas, nos pequenos gestos. O Espetáculo ficará em cartaz na cidade de São Paulo durante os meses de março a maio de 2016. Valor de aporte R\$ 105.200,00.



A jornada de Peninha Azul

A jornada de Peninha Azul é um espetáculo teatral voltado ao público infantil com faixa etária entre 6 e 10 anos de idade, que realiza um encontro de expressões artísticas distintas através do teatro de bonecos, a linguagem clown e a música. Durante três meses, foram realizadas 60 apresentações gratuitas para aproximadamente 5 mil crianças da rede pública de ensino de Embu das Artes-SP. O valor de aporte foi de R\$ 23.270,00.

Raia 30 – O Musical

O Musical Raia 30 conta a trajetória da atriz, bailarina, cantora e pioneira na produção de musicais no Brasil – uma artista que nunca fugiu da raia, nem dos palcos. Claudia decidiu celebrar esta importante data presenteando o público com mais uma superprodução, o projeto “Raia 30 – O Musical”. Com texto de Miguel Falabella e direção de José Possi Neto, “Raia 30 – O Musical” faz um grande mergulho na trajetória de Claudia. Figuras importantes em sua vida profissional, como sua mãe Odette e sua irmã Olenka, são homenageadas. Bailarinas, as duas foram as maiores incentivadoras e as pessoas que a introduziram ao universo do ballet clássico. O Musical ficou em cartaz de agosto a outubro de 2015 no Theatro Net, em São Paulo, e de outubro a novembro no Teatro Oi Casagrande, no Rio de Janeiro. Foram realizadas mais de 100 apresentações ao público. Neste projeto foi aportado em 2015 o valor de R\$ 290.900,00.



Pie

(projetos de incentivo ao esporte)

Projeto Brasileirinhas do Esporte

Este projeto oferece aulas de Ginástica Artística para jovens e crianças com idade entre 07 e 14 anos aplicados por profissionais qualificados e técnicos na área e ainda oportunidades de participação em festivais, visando o conceito esporte de inclusão. O projeto não visa formar atletas e sim cidadãos, pois as atividades desenvolvidas tem como princípio trabalhar os conceitos de responsabilidade social, cidadania, autoestima, disciplina e inclusão social. O projeto teve duração de um ano e atendeu cerca de 400 crianças. Foi aportado neste projeto o valor de R\$ 67.100,00.



Socioambiental

Meio Ambiente

O cultivo do cacau e a sustentabilidade

Chocolate também é sustentável!

Um dos grandes desafios da atualidade é manter o crescimento de uma companhia sem causar grandes prejuízos ao meio ambiente. A maior parte da nossa principal matéria-prima, o cacau,

vem da Mata Atlântica. Nativo da bacia amazônica, o cacau chegou à Bahia no século XVIII. O sistema adotado para o cultivo é o “Cabruca”, que mantém os cacauzeiros sob as copas das árvores locais.

O cultivo do cacau é responsável

por boa parte dos vestígios preservados da Mata Atlântica (cerca de 25% do que existe atualmente). Portanto, comer chocolate, além de ser algo delicioso ajuda a preservar o meio ambiente.



Área Preservada



O terreno da fábrica principal da Cacau Show possui uma área total de 73

mil m², dos quais são 57 mil m² de área construída. Além disso, a Área de Preservação Permanente (APP) possui um

total de mais de 15 mil m², uma área de cobertura vegetal que proporciona um lindo cenário em nossa instalação.



Água



A água é um insumo de grande importância para nossos processos. Embora não seja utilizada como ingrediente na produção do chocolate, é um elemento básico nas atividades de limpeza e higiene em nossas instalações, além do consumo humano. Vivemos,

como país, uma forte crise no abastecimento de água. Fato que despertou a todos sobre a necessidade de buscarmos alternativas cada vez mais eficientes para o uso desse recurso.

Na fábrica em Itapevi, foram instalados arejadores nas torneiras e válvulas nas descargas (de parede)

para redução da vazão, dessa forma, a média de consumo em algumas torneiras passou de 5 para 1,8 L/min. Abaixo, o total consumido nessa planta nos últimos anos: **[G4-EN8]**

ANO	CONSUMO TOTAL (M ³)
2013	48.311
2014	43.729
2015	44.441

De 2013 até os dias de hoje notamos uma redução no total consumido devido a algumas ações estratégicas, como o reuso da água na lavagem do piso externo, rega da área verde e descarga dos vestiários.

A água de reuso é proveniente da nossa Estação de Tratamento de

Efluentes – ETE. Nela recebemos todo efluente gerado na fábrica e, após processos de tratamentos físico-químicos e biológicos, parte da água tratada é descartada e parte reaproveitada.

Frequentemente realizamos palestras com os colaboradores para explicar o funcionamento da ETE e a

importância do reuso da água, incentivando que cada um tenha no dia-a-dia atitudes que preservem esse importante recurso. Para 2016, temos como desafio implantar outras melhorias para reduzir ainda mais nosso consumo.



Resíduos



Por sermos uma empresa ambientalmente responsável, gerenciamos os resíduos gerados em nossa fábrica a fim de minimizar a ocorrência de impactos negativos ao meio ambiente e aos colaboradores.

A maior parte dos resíduos provenientes dos nossos processos não

apresentam periculosidade e podem ser encaminhados para reciclagem. Isso significa que grande parte dos materiais que descartamos voltaram para o ciclo produtivo, como matérias-primas na produção de novos materiais. Durante o ano de 2015, foram realizadas melhorias com o apoio da liderança da área produtiva, e observamos um maior comprometimento dos cola-

boradores com a Coleta Seletiva. Temos diversas oportunidades para evoluir nesse aspecto, uma vez que todo o fluxo de destinação inicia com o descarte correto por parte de quem gera o resíduo. De acordo com o quadro abaixo, do total de 1.950,09 t de resíduos Classe II – Não-perigosos, apenas 29,2% foi destinado a aterro sanitário.

[G4-EN23]

TIPO DE RESÍDUO	QTD 2015	DESTINAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO
PAPEL / PAPELÃO	686,78 T	RECICLAGEM	CLASSE II - NÃO PERIGOSO
PLÁSTICO	157,05 T	RECICLAGEM	CLASSE II - NÃO PERIGOSO
METAL	62,76 T	RECICLAGEM	CLASSE II - NÃO PERIGOSO
VIDRO	3,83 T	RECICLAGEM	CLASSE II - NÃO PERIGOSO
MADEIRA	258,26 T	RECICLAGEM	CLASSE II - NÃO PERIGOSO
RESÍDUO ORGÂNICO (CHOCOLATE)	212,13 T	RECICLAGEM	CLASSE II - NÃO PERIGOSO
CLASSE II NÃO-RECICLÁVEL	569,28 T	ATERRO SANITÁRIO	CLASSE II - NÃO PERIGOSO
LÂMPADAS	1.652 UND	TRATAMENTO	CLASSE I - PERIGOSO
ÓLEO LUBRIFICANTE	700 LITROS	TRATAMENTO	CLASSE I - PERIGOSO

Energia Elétrica

Nos processos de fabricação, armazenamento e transporte de chocolates, a energia elétrica é um aspecto muito importante, pois para o início da fabricação (preparação de mas-

sas) há geração de calor, depois é preciso manter baixas temperaturas tanto no armazenamento, ainda na fábrica, no transporte até as franquias e na própria loja.

Devido a diversos fatores econômicos, em 2015 tivemos um grande au-

mento do valor da energia elétrica no país. Em nossa fábrica em Itapevi, para um aumento de aproximadamente 9% no consumo de energia em 2015 em relação a 2014, foi pago 90% a mais, conforme tabelas abaixo: **[G4-EN3]**

ANO	TOTAL GASTO ENERGIA R\$	GASTO EM KW/H
2014	4.965.047,53	1.509.233,60
2015	9.455.215,61	1.643.499,05

Buscamos ao longo do ano a diminuição do consumo de energia em nossa planta principal, por isso criamos um Comitê de Energia, com a participação de representantes das áreas operacionais. A atuação do comitê será consolidada durante o 2016, quando esperamos alcançar ótimos resultados de eficiência energética.



“

Para nós, cultura é nosso jeito de ser e fazer as coisas. É como são entendidas as estruturas e os processos organizacionais visíveis, bem como as crenças e valores adotados. Acreditamos que só entendemos a cultura se “vivemos” a organização. A nossa cultura é única e peculiar. Informal nas relações, empreendedora na forma de fazer, altamente dinâmica e veloz no jeito de realizar e fazer. Inovadora e inquieta. A inquietude está em nossos trabalhos, no nosso jeito de ser, de pensar no hoje e no futuro, por isso “lá” não existe e sempre acreditamos que tudo é possível. Ao mantermos as vantagens competitivas de nossa cultura, o que nos diferencia neste jeito de ser e fazer, e saber que podemos sempre evoluir e “re-significar” crenças e valores, estamos assegurando a perenidade da organização Cacau Show, garantindo a plena satisfação, serviço e atendimento de todas as partes interessadas nesta relação.

”

Paula Brancatelli

Diretoria de Recursos Humanos



Cultura

Perenizar a cultura da Cacau Show e
manter suas vantagens competitivas.

Comunicação e Rituais



Acreditamos que as características que tornam nosso negócio único, nosso jeito de fazer as coisas, é um diferencial que deve ser cultivado e preservado. A cultura da Cacau Show, marcada principalmente

por seu empreendedorismo e atenção aos detalhes, é um bem intangível que contribui de forma significativa para a perenização do negócio.

A proximidade com nossos colaboradores é um dos aspectos de nossa cultura, muito importante em nosso dia

a dia. Através de ferramentas de comunicação e canais de relacionamento, buscamos criar um ambiente agradável e também produtivo. E para comemorar resultados e datas importantes, realizamos alguns rituais.

Manhã Show

Realizamos semanalmente a Manhã Show, uma reunião conduzida, todas as segundas-feiras, por nosso presidente, onde participam colaboradores das áreas administrativas e liderança das áreas operacio-

nais. Vários assuntos são abordados e norteados por nossas Diretrizes Estratégicas. Os principais temas foram:

- Nosso crescimento e nossos resultados
- A nossa marca na mídia, produtos, campanhas e lançamentos

- Excelência
- Gente & Gestão
- O nosso cliente
- Nossas ações de responsabilidade socioambiental
- Nossa Cultura



Café com o Presidente e Diretoria * * ☕ * *

Mensalmente a empresa também realiza, como um canal de comunicação e aproximação, o Café com Presidente. Para participar destes encontros, os colaboradores se

inscrevem por meio da intranet ou são indicados por sua gestão. O Café com o Comitê Executivo também acontece mensalmente. Um encontro do diretor da área com membros de sua equipe. Com duração de uma hora, esses são

momentos nos quais os colaboradores podem se apresentar, falar sobre pontos positivos da empresa, como também falar sobre as necessidades de melhoria e ter um feedback sobre a tratativa dos pontos observados.



Bate Papo

É realizado um encontro entre o presidente, diretoria de Operações, diretoria de Gente & Gestão e os aniversariantes do mês. Como uma festa de aniversário, há lanches especiais, salgados, bolo, decoração temática e um presente para cada

participante. Este evento destina-se a não só celebrar junto aos aniversariantes uma data importante, como também compartilhar os últimos acontecimentos da empresa, sendo um canal onde os colaboradores, numa dinâmica interativa, apon-

tam três iniciativas positivas da Cacau Show e três pontos a serem melhorados ou desenvolvidos. A liderança presente responde na hora e endereça as ações para resolução futura dependendo da complexidade.



Ritual da Árvore de Natal

No Natal, a Cacau Show conta com uma imponente árvore de Natal na recepção, que é decorada por todos os colaboradores. Cada um recebe um enfeite que é colocado na árvore e ainda pode escrever uma mensagem de carinho para algum colega de trabalho ou área da empresa. A simbologia trabalhada é a de uma grande família, reforçando o relacionamento interpessoal.



Movimento Gentileza Gera Gentileza

No dia do Ritual da Árvore de Natal tem início o movimento Gentileza Gera Gentileza, onde colocamos à disposição da área administrativa alguns vasos de flores e, para a área operacional,

alguns braceletes. O intuito deste movimento é que um colaborador presenteie um colega de trabalho (com flor ou bracelete), em forma de agradecimento por algum trabalho realizado durante o ano, um gesto de carinho ou até mesmo como

uma maneira de se aproximar. O colaborador que recebe o presente permanece com ele por um dia, passando adiante no dia seguinte. A ideia é que a flor e o bracelete circulem, até a semana do Natal, pelo maior número de pessoas dentro da empresa.



Almoço de Sexta-Feira Santa

A Páscoa é uma campanha importante para nós, trabalhamos para nosso cliente até o último momento e na sexta-feira Santa temos algumas equipes de suporte na

Cacau Show. Para reconhecer este alto compromisso de nossa gente, Alexandre Costa e o Comitê Executivo preparam um almoço mais do que especial, com música e sorteio de prêmios. Isso demonstra que es-

tão todos juntos e unidos por uma grande causa. O ato de preparar e servir a todos é uma forma de agradecimento por fazerem parte deste momento numa data tão importante no contexto social e familiar.



Ritual Última Caixa



No final de cada campanha de Páscoa e Natal, todos os colaboradores presentes formam uma fila na área de Expedição da Cacau Show para celebrar a entrega da última caixa de produto ao Franqueado.

Alexandre Costa, presidente da empresa, fala sobre a importância do momento, parabeniza e reconhece todos os envolvidos. A caixa é assinada pelos colaboradores e começa a passar de mão em mão até ser colocada no ca-

minhão que fará a entrega. É a simbolização de missão cumprida!

A cerimônia tem muita emoção e energia, contagia a todos e enaltece o orgulho de pertencer.



Seu Dia Mais Show



Para os colaboradores com mais de seis meses de empresa é concedido, no dia do seu aniversário, o benefício do Seu Dia Mais Show, que dá o direito a meio período de folga, para comemorar esta importante data com a família e amigos.



Fim de Ano Mais Show



Para promover maior integração e diversão para nossa gente e celebração entre as áreas, além de propor-

cionar um momento criativo, recheado de surpresa e carinho, realizamos um concurso de decoração de Natal nas áreas e escritórios regionais, com

premiação para os primeiros colocados.

Além disso, em 2015 realizamos outras ações:

- Mural “Motivos para Agradecer”: disponibilizamos murais em cartolina para que colaboradores possam escrever seus motivos pessoais e profissionais para agradecer o que vivenciaram ao longo do ano;
- Realizamos uma Fei-

ra de Oportunidades com fornecedores e parceiros trazendo benefícios para nossos colaboradores;

- Montamos um espaço de jogos - videogames, fliperamas e videogô, trazendo descontração para a hora do almoço;
- Realizamos um almoço de Natal, com cardápio diferenciado para celebração;

- Sorteamos diversos brindes a todos os colaboradores da empresa (funcionário, terceiros e prestadores de serviço) recebidos de nossos fornecedores ao longo do ano;

- Montamos um camarim móvel para que os colaboradores se caracterizem e tirem fotos com seus colegas de trabalho.

Em datas comemorativas, como Festa Junina e Halloween, por exemplo, diversas áreas da empresa decoram os setores e se unem em um momento de descontração e proximidade.



Ação Outubro Rosa (Hospital do Câncer de Barretos)

Todos os anos, em outubro, há uma mobilização mundial conhecida como "Outubro Rosa" com o objetivo de atrair a atenção para a realidade atual do câncer de mama e da importância do diagnóstico precoce.

Como marca, este foi o segundo ano que realizamos uma ação destinando um produto, a trufa logurte de Morango, especialmente para o momento, em parceria com o Hospital de Câncer de Barretos, uma das maiores

referências no tratamento do câncer de mama no Brasil.

Para tornar a ação ainda mais especial, fizemos uma parceria, também, com a marca POST IT, para que os nossos consumidores pudessem, através da hashtag #EspalheCarinho, deixar mensagens positivas para os pacientes do Hospital.

Após divulgação em nossas redes sociais, o resultado foi um grande mural montado em uma das alas de trata-

mento do Hospital de Câncer de Barretos com mensagens de incentivo e esperança escritas por consumidores de todo o Brasil e também por nossos colaboradores.



CONTEÚDOS PADRÃO GERAIS

Este Relatório apresenta conteúdos padrão das Diretrizes GRI, versão G4, para Relato de Sustentabilidade. Não foi realizada verificação externa.

Estratégia e Análise		PÁG
G4-1	Declaração do presidente da organização.	2
Perfil Organizacional		
G4-3	Nome da organização.	30
G4-4	Principais marcas, produtos e serviços.	64
G4-5	Localização da sede da organização.	30
G4-6	Países nos quais a organização opera.	7
G4-7	Natureza da propriedade e forma jurídica da organização.	7
G4-8	Mercados em que a organização atua.	7,12,27
G4-9	Porte da organização.	30
G4-10	a. Número total de empregados, discriminados por contrato de trabalho e gênero. b. Número total de empregados permanentes por tipo de emprego. c. Força de trabalho total, discriminada por trabalhadores próprios e terceirizados. d. Força de trabalho total, discriminada por região. e. Parte de trabalho realizado por empregados terceirizados. f. Variações significativas no número de empregados (variações sazonais no número de empregados).	39,40
G4-11	Percentual do total de empregados cobertos por acordos coletivos.	39
G4-12	Descrição da cadeia de fornecedores da organização.	60
Perfil do Relatório		
G4-28	Período coberto pelo relatório para as informações apresentadas.	1
G4-29	Data do relatório anterior mais recente.	1
G4-30	Ciclo de emissão de relatórios.	1
Governança		
G4-34	Estrutura de governança da organização.	53
G4-36	Cargos e funções de nível executivo designados como responsáveis pelo tópicos econômicos, ambientais e sociais que se reportam diretamente ao mais alto órgão de governança	55
G4-38	Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês.	54
G4-39	Relate se o presidente do mais alto órgão de governança é também um diretor executivo.	53
G4-42	Papéis do mais alto órgão de governança e dos executivos seniores no desenvolvimento, aprovação e atualização do propósito, declaração de missão, visão e valores, e definição de estratégias, políticas e metas relacionadas a impactos econômicos, ambientais e sociais da organização.	55
G4-44	a. Processos de avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança no que diz respeito à governança de tópicos econômicos, ambientais e sociais.	55
G4-45	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na identificação e gestão de impactos, riscos e oportunidades derivados de questões econômicas, ambientais e sociais e na implementação de processos de due dilligence.	55
G4-46	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na análise da eficácia dos processos de gestão de risco da organização para tópicos e conômicos, ambientais e sociais.	55
G4-47	Frequência em que o mais alto órgão de governança analisa impactos, riscos e oportunidades derivados de questões econômicas, ambientais e sociais.	55
G4-49	Processo adotado para comunicar preocupações críticas ao mais alto órgão de governança.	55
G4-52	Processo adotado para a determinação da remuneração.	42
Ética e Integridade		
G4-56	Valores, princípios, padrões e normas de Comportamento da organização.	5
G4-57	Mecanismos internos e externos adotados para solicitar orientações sobre comportamentos éticos e em conformidade com a legislação.	5

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS

CATEGORIA: SOCIAL		PÁG
Subcategoria: Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente		
Aspecto: Emprego		
G4-LA1	Taxa de rotatividade de empregados durante o período coberto pelo Relatório.	40
G4-LA2	Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral.	42
G4-LA3	Taxa de retorno ao trabalho e retenção após licença maternidade/paternidade por gênero.	40
Aspecto: Saúde e Segurança no Trabalho		
G4-LA5	Percentual dos empregados representados em comitês formais de segurança e saúde, que ajudam no monitoramento e aconselhamento sobre programas de segurança e saúde ocupacional.	48
G4-LA6	Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos relacionados ao trabalho.	40,45
Aspecto: Treinamento e Educação		
G4-LA9	Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, discriminadas por categoria funcional.	44
G4-LA10	Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua que apóiam a continuidade da empregabilidade dos funcionários.	46
G4-LA11	Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira.	42
Aspecto: Diversidade e Igualdade de Oportunidades		
G4-LA12	Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com gênero, faixa etária.	38
Aspecto: Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas		
G4-LA14	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a práticas trabalhistas.	60
Subcategoria: Responsabilidade pelo Produto		
Aspecto: Rotulagem de Produtos e Serviços		
G4-PR3	Tipo de informações sobre produtos e serviços exigidas pelos procedimentos da organização referentes a informações e rotulagem de produtos e serviços e percentual de categorias significativas sujeitas a essas exigências.	68
G4-PR5	Resultados de pesquisa de satisfação de clientes.	76
G4-FP6	Percentual do volume total de vendas de produtos ao consumidor, discriminado por categoria de produto, que contém baixo teor de gorduras saturadas e trans, sódio e açúcares adicionados.	66
G4-FP7	Percentual do volume total de vendas de produtos ao consumidor, discriminado por categoria de produto, que contém um maior teor de ingredientes nutritivos como fibras, vitaminas, minerais, fitoquímicos e adição de alimentos funcionais.	67
CATEGORIA: ECONÔMICA		
Aspecto: Desempenho Econômico		
G4-EC1	Valor econômico gerado e distribuído.	33,34
Aspecto: Presença no Mercado		
G4-EC5	Variação da proporção do salário mais baixo, comparado ao salário mínimo local.	40
Aspecto: Impactos Econômicos Indiretos		
G4-EC8	Disponibilidade de produtos e serviços para pessoas de baixa renda.	68
CATEGORIA: AMBIENTAL		
Aspecto: Energia		
G4-EN3	Consumo de energia dentro da organização.	98
Aspecto: Água		
G4-EN8	Total de retirada de água por fonte.	97
Aspecto: Efluentes e Resíduos		
G4-EN23	Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição.	98



Responsáveis
Maíra de Paula Oliveira
Ricardo Vilela Davini
Lucas da Silveira Cirilo

Coordenação
Ana Sassano

Redação
Gislyene Bruno

Projeto gráfico
Glauccio Dohi

Fotos
Lailson Santos
Danilo Caliar
Rafael Altavista
Arquivo Cacau Show
Internet

Agradecemos a todas as pessoas
que colaboraram com este projeto.

Fevereiro/2016