

Relatório de

# Sustentabilidade

2016

  
CacauShow  
\*\*\*\*\*



Dando continuidade ao processo que iniciamos em 2014 (referente ao exercício de 2013), apresentamos nosso quarto relatório de sustentabilidade. Desenvolvido a partir da coleta, identificação e mensuração de dados socioeconômicos utilizando a metodologia internacional da Global Reporting Initiative (GRI), este documento tem como objetivo apresentar à sociedade e ao mercado, de maneira transparente, informações pertinentes às práticas sustentáveis na nossa empresa.

É uma ferramenta de comunicação direta e um caminho para conhecer e esclarecer os pontos de melhoria e buscar ações para aprimoramento, com foco no desenvolvimento sustentável. No processo de elaboração, consideramos os aspectos mais relevantes para nossos stakeholders e procuramos relatar os impactos de nossas atividades sobre essas questões. Nosso último relatório foi publicado em fevereiro de 2016, referente aos resultados do ano de 2015. **[G4 – 28, 29, 30]**

# ÍNDICE

CLIENTE  
pág 07

CRESCIMENTO  
pág 20

COLABORADOR  
pág 27

EXCELÊNCIA  
pág 42

MARCA  
pág 49

SOCIOAMBIENTAL  
pág 57

CULTURA  
pág 77

# PALAVRA DO PRESIDENTE



Ao olharmos para 2016, vemos um país que sofreu importantes mudanças políticas, prejudicando a economia em inúmeras áreas e setores. Houve uma grande retração no consumo e nossos desafios se tornaram muito maiores.

Mesmo diante desse cenário, a Cacau Show optou por seguir em frente, revendo sua atuação em busca de novos caminhos. Contratamos empresas de grande experiência com objetivo de nos trazer um olhar externo, sobre as novas possibilidades para o negócio. E encontramos muitas oportunidades de aprimorar e criamos projetos para elas. Cada frente foi estabelecida como uma alternativa para entregar o resultado esperado para o ano em nossa rede de lojas.

Resolvemos não esperar pela economia retomar para investir. Ao contrário, investimos em pessoas, projetos, novas áreas e em estrutura física. Criamos novos modelos de negócio, como uma loja premium, no Shopping Pátio Paulista, com foco em serviços. Investimos no desenvolvimento de novos canais de venda. Seguimos com a construção do novo centro de distribuição. O logotipo da Cacau Show também evoluiu, retratando esse movimento da marca, que se aprimora a cada dia.

A relação e a satisfação do nosso franqueado também foi uma prioridade da empresa. No segundo semestre atingimos dois dígitos de crescimento em vendas. Também recebemos o selo de excelência da ABF (Associação Brasileira de Franchising), fruto do reconhecimento da nossa rede sobre o trabalho da Cacau Show.

O ano de 2016 nos deu uma grande oportunidade de rever, de renovar. Nossa cultura imprime a vontade de crescer acima do mercado, de fazer o novo constantemente, pois estamos sempre abertos à aprender. Sempre é tempo de crescer, de aprimorar e de acreditar nos objetivos que temos.

É por isso que temos grande orgulho de apresentar nesse Relatório o resumo das nossas principais ações do ano, mostrando com transparência nosso jeito de ser e como nos relacionamos nossos com colaboradores, fornecedores e parceiros. Espero que apreciem! **[G4-1]**

Alexandre Costa  
Presidente da Cacau Show



# Nós somos Cacau Show

A Cacau Show não é apenas uma empresa que produz chocolates. Somos pessoas apaixonadas pelo que fazemos. Isso se traduz tanto na qualidade de nossos produtos quanto na forma como fazemos chocolates. Tudo o que criamos tem um toque humano, um carinho artesanal. Porque para a Cacau Show, cada chocolate é uma expressão de cuidado, um momento de felicidade.



## Nossa história

A Cacau Show nasceu há 29 anos, na Páscoa de 1988. Começou pequena, mas já recheada de sonhos, numa casa na Zona Norte de São Paulo, onde morava Alexandre Costa, um jovem de 17 anos visionário e com muita vontade de trabalhar. Ainda estudante, resolveu se arriscar num nicho até então pouco explorado para ganhar um dinheiro extra: o dos chocolates artesanais.

Conseguiu fechar uma encomenda de 2.000 ovos de Páscoa com um comerciante local e, na falta de quem os produzisse, decidiu, ele mesmo, botar a mão na massa. Aprendeu a fazer chocolate da forma mais artesanal possível. Não foi fácil, mas conseguiu honrar sua venda e entregou todos os produtos em dia. A partir daí, resolveu se especializar: estudou, viajou e aprendeu com os melhores do mundo a fazer o que faz até hoje – o melhor chocolate.

A primeira loja da Cacau Show foi inaugurada em 2.000 e, apenas 8 anos depois, a empresa conquistou o título de maior rede de chocolates finos do mundo. Hoje, a Cacau Show está presente em todos os estados do Brasil, com mais de 2.000 lojas. Muita coisa mudou em todos esses anos, mas há uma, a mais importante, que permanece intacta: a paixão por chocolate.

# Missão, Visão e Valores

Alguns aspectos revelam muito sobre uma empresa e os mais importantes são sua missão, sua visão e seus valores. A Missão mostra o quanto uma empresa se conhece e o quanto está comprometida com seus consumidores, para atender e entregar os melhores produtos e serviços. A Visão aponta o objetivo da companhia, onde ela está e onde quer chegar. E, finalmente, por meio de seus Valores é possível saber que tipo de pessoas ela agrega para perto de si e para lidar com seus clientes, fornecedores e colaboradores.

**Missão:** Trabalhamos para proporcionar ao maior número de pessoas uma experiência memorável e excelência em produtos e serviços, sendo referência em gestão do negócio de chocolate.

**Visão:** Visamos ser a maior e melhor rede de chocolates finos do mundo, oferecendo a seus clientes e parceiros uma relação duradoura, com foco no crescimento, rentabilidade e responsabilidade socioambiental.

**Valores:** Ética, respeito e honestidade, compromisso com o crescimento e com resultado, prática da inovação, incentivo e reconhecimento ao desenvolvimento individual, cuidado consigo mesmo, com o outro e com os detalhes. [G4-56]

# Diretrizes Estratégicas

Nesse relatório, descreveremos nossos desafios, conquistas e resultados de processos e projetos através de indicadores do GRI de 2016. Tudo sempre feito com base nas nossas Diretrizes Estratégicas, que norteiam a tomada de decisões e o foco do nosso trabalho no dia a dia. São elas:

**1. Cliente:** Assegurar que a franquia Cacau Show seja referência para novos e atuais franqueados, em termos de atratividade (TOP 3), lucratividade e satisfação.

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

**5. 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.

**2. 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.

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

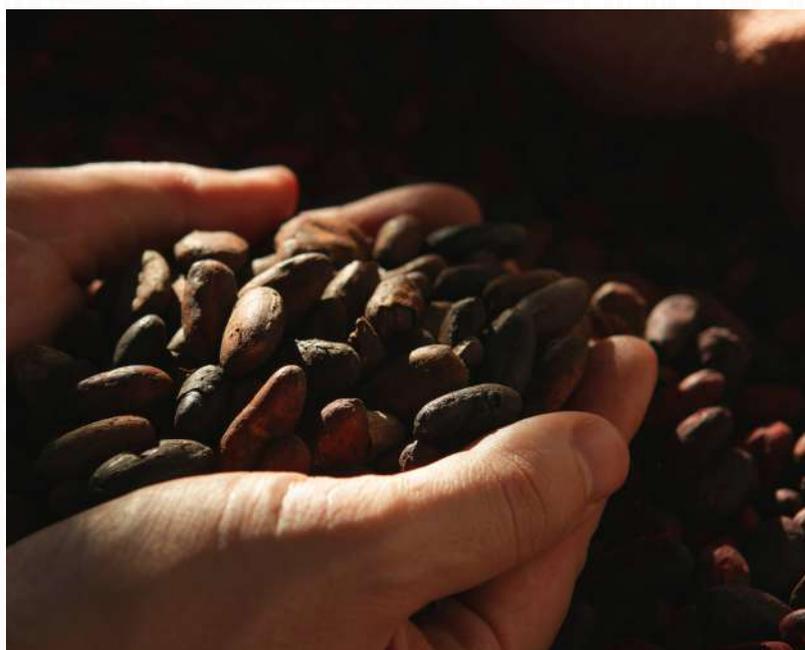
**6. Socioambiental:** Ser uma empresa social e ambientalmente responsável.

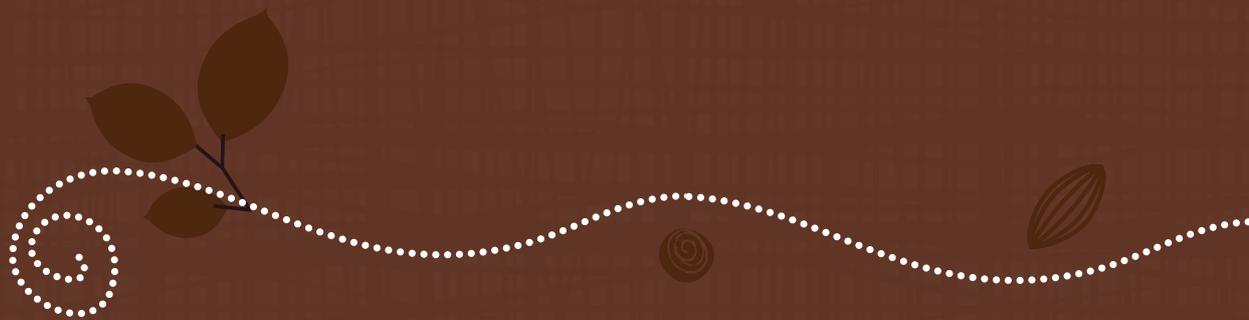
**7. Cultura:** Perenizar a cultura da Cacau Show e manter suas vantagens competitivas.

# A Empresa

A Cacau Show está localizada 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.

Hoje estamos presentes em todo Brasil com mais de 2.000 lojas em funcionamento. Nossos clientes diretos são os franqueados que, através de nossa parceria, nos ajudam a espalhar carinho todos os dias e em todas as datas especiais para nossos consumidores. [G4-3-5-6-7-8]





Com a confiança de que atuamos alinhados à nossa Missão e Visão, encerramos o ano de 2016 com motivos e resultados para acreditar que estamos no caminho certo! 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 total suporte, treinamentos, proximidade e principalmente inovação.

Sendo reconhecida como uma das maiores franqueadoras do Brasil, a Cacau Show assume importante responsabilidade em prestar um excelente atendimento, encantando os consumidores e gerando experiências incríveis em nossas Lojas. Após tantos desafios e conquistas vivenciadas ao longo de nossa trajetória, adquirimos maturidade para desenvolver também novos canais de vendas e assim, cada vez mais, ampliarmos e fidelizarmos consumidores apaixonados por chocolates de qualidade, abrindo novas oportunidades para nossos parceiros Franqueados.

Não medimos esforços para continuar melhorando, crescendo e evoluindo, com muito foco nos resultados e na relação duradoura com nossos clientes. Ressalto a dedicação e o comprometimento de nossas equipes, que acordam todos os dias dispostas a fazer sempre o melhor. Gente que vende e Gente que ajuda a vender!

Tulio Freitas  
Diretor Comercial

CLIENTE

CRESCIMENTO

COLABORADOR

EXCELÊNCIA

MARCA

SOCIOAMBIENTAL

CULTURA

# Sistema de Franquias



Desde o início da nossa história, prezamos e priorizamos longas parcerias com nossos franqueados. Por isso, oferecemos diversos tipos de franquia, todas com segurança e solidez. O sistema de franquia permite que tenhamos grande crescimento e viabiliza a consolidação da nossa marca em todo o território nacional. Nosso modelo atual tem atuação em sete regiões comerciais, com escritórios de apoio aos franqueados através dos consultores de negócios e assistentes comerciais [G4-8]

## CONS. DE VENDAS SHOW E GERENTES

| REGIONAL | TOTAL | %   |
|----------|-------|-----|
| SUL      | 1129  | 18% |
| SPI      | 859   | 14% |
| SPC      | 1118  | 18% |
| BARJ     | 850   | 14% |
| GON      | 730   | 12% |
| MGS      | 659   | 11% |
| NEN      | 786   | 13% |
| TOTAL    | 6131  |     |

# Conselho de Franqueados

Para garantir uma proximidade maior com toda a rede de franqueados, é fundamental termos uma visão e uma opinião de quem lida diretamente com a venda de nossos produtos. Por isso, criamos o Conselho de Franqueados, que é responsável por representar toda a rede de lojas na sugestão de ideias e apoio na tomada de decisões estratégicas. Estes conselheiros, escolhidos pelos próprios franqueados, representam as sete regiões comerciais divididas pelo território nacional. As reuniões são realizadas trimestralmente, com a presença do corpo executivo da Cacau Show, e os assuntos abordados vão desde sugestões de campanhas e produtos que serão lançados até estratégias de mídia e filmes institucionais, entre outros.



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, Rosângela Lopes, Leda Nogueira, Rose Mary Rodrigues, Tatiana Reimão e Cristiane Fernandes.

O sistema de franchising, já consolidado como um modelo de sucesso no Brasil, demanda muitas obrigações tanto à franqueadora quanto ao franqueado, o que aumenta o nível de comprometimento entre as partes. Em 2012, criamos um guia prático da metodologia da empresa que serve para gestão no ponto de venda. Esse guia contém o descritivo do sistema de avaliação usado para medir e reconhecer os franqueados com atendimento excelente através de quatro objetivos:

1. Orientar a rede sobre a melhor prestação de serviço ao consumidor e ao crescimento econômico financeiro de forma sustentável.
2. Alinhar processos e padrões para operação das lojas Cacau Show.
3. Identificar o aproveitamento de cada unidade, bem como as possibilidades de melhorias.
4. Estimular a performance comercial através da melhoria constante na execução da loja.

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% |

Investimos mais de R\$ 2,5 milhões no programa. Com base nos critérios de classificação, as lojas com os melhores resultados são premiadas em diferentes categorias. A três melhores lojas são reconhecidas com premiações e os troféus Cacau de Ouro, Prata e Bronze. O melhor quiosque e o franqueado revelação também são premiados e reconhecidos.



## Programas de Incentivo

---

Como forma de incentivar o franqueado e impulsionar a sua evolução e crescimento de forma sustentável, a Cacau Show tem três programas de incentivo, com recompensas conforme o atingimento das metas. São eles:

**PIC SHOW – Programa de Incentivo Consultores Show:** É uma política de incentivo para o atingimento de metas que os consultores ganham prêmios diversos.

**PAS – Programa Aluguel Show:** É uma política de incentivo para melhoria do resultado da loja por meio do fornecimento de subsídio no aluguel.

**PIS – Programa de Incentivo em Sacolas:** Tem como objetivo a melhoria do resultado da loja por meio do subsídio na aquisição de sacolas não vendáveis. O benefício é concedido diretamente nas compras da empresa fornecedora.

## SAF – Serviço de Atendimento ao Franqueado

---

O SAF é o Serviço de Atendimento ao Franqueado que atua na Cacau Show desde 2013. 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.

Esta equipe 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 20 assistentes comerciais em suas sete 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 franqueado 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 Negócios (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 2016, uma série de ações foram tomadas com foco na melhoria não apenas do relacionamento com o franqueado, mas também na sua atuação no dia a dia.

## Proximidade com os franqueados

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.

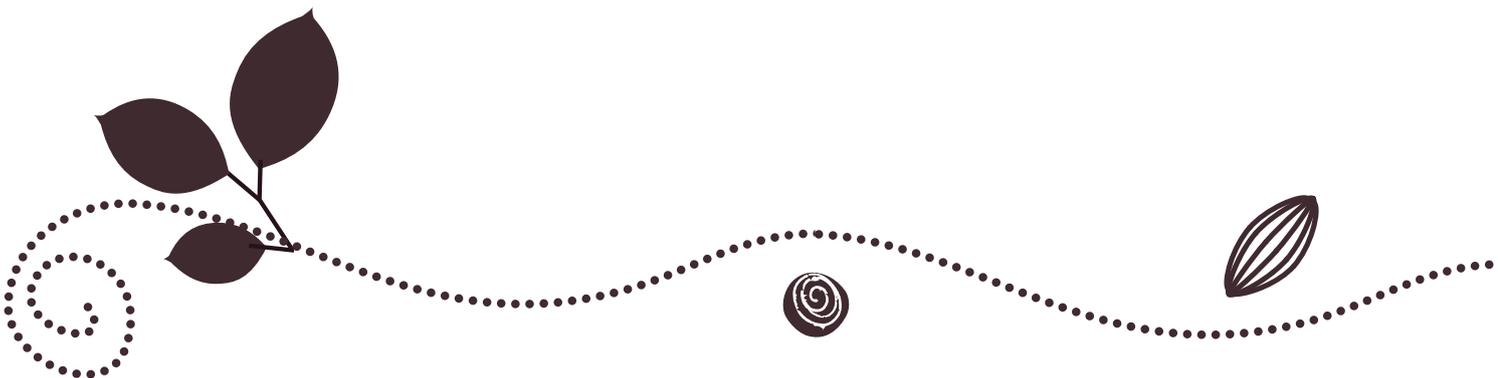
Nas pesquisas de eventos e reuniões, são aferidos pontos que vão desde a acessibilidade do local, acomodações, duração do evento, assuntos abordados e apresentações realizadas. Essa pesquisa tem como finalidade compreender os acertos e erros da composição do evento para melhorias.

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 no planejamento das campanhas seguintes.

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

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. Nela, 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 atuar nos pontos de melhoria.

Essa pesquisa é realizada em formato semelhante à pesquisa da Associação Brasileira de Franchising (ABF) e são abordados desde temas operacionais e de lucratividade até avaliação do grau de confiança quanto ao corpo diretivo e suas decisões.



# Convenções



A Convenção de Franqueados de 2016 foi realizada no Bourbon Resort, em Atibaia (SP). Com duração de três dias, o evento como tema “**Expresso Cacau Show - É Hora de Vender**” e a programação teve como foco resultados, palestras motivacionais sobre liderança, empreendedorismo, alinhamento, campanhas para o ano e premiações aos melhores resultados de lojas. Nessa edição, participaram mais de 1.500 pessoas de todos os estados do país.



## Convenção Consultores Show

---

Entre os meses de maio a setembro de 2016, realizamos em nossa fábrica a Convenção Nacional de Consultores Show. Reunimos aproximadamente 1.800 consultores show, divididos em 11 Convenções. Nossos principais objetivos com os eventos foram inspirar, engajar e capacitar nossos consultores show. Para isso, tivemos uma agenda de 2 dias com a presença de Alexandre Costa em momentos-chave, como na abertura e nos tours pelo Instituto Cacau Show, fábrica e Fábrica Show.

A programação incluiu ainda workshops, palestras e um almoço especial com 10 consultores selecionados a cada encontro, que propuseram as melhores ideias em produtos, serviços e atendimento. Encerramos o evento no melhor estilo, com direito a balada com DJ. Os participantes nos deram uma nota média 9,6 pelo trabalho.



## Desenvolvimento da Rede de Franquias

---

### Formação de Novos Franqueados

Em 2016, foram capacitados aproximadamente 220 novos franqueados, que passaram por nossa Formação Inicial, preparando-os para a gestão da loja, com uma carga horária de 110 horas. Nessa trilha de aprendizagem, o novo franqueado participa de atividades expositivas, discussões em grupo, prática na loja escola, bate-papo com franqueado da rede, estágio em uma loja da rede, ou “Pé na loja”, como chamamos. Para fechar em grande estilo, o grupo teve uma conversa com os diretores e com o presidente da Cacau Show, tudo isso num ambiente bastante acolhedor e recheado de carinho.

### **Capacitação Presencial de Franqueados da Rede**

Mais de 1.000 franqueados de todo o Brasil participaram do workshop presencial Gestão de Vendas, idealizado para desenvolver as aptidões de gestor com foco na melhoria no atendimento e no desenvolvimento de uma equipe com alta performance em vendas. A carga horária do treinamento é de 8 horas e os participantes manifestaram sua satisfação do curso nas avaliações, pontuando-o com uma média de 9,6. Para reforçar o desenvolvimento ainda da rede tivemos a oportunidade de participar das Reuniões Regionais, nas quais apresentamos e praticamos a nova linguagem da metodologia de vendas.

### **Capacitação Presencial de Consultores Show**

Os Consultores Show, profissionais que fazem o atendimento e vendas em nossas lojas, realizaram o workshop presencial Vendendo Mais, que tem como foco a metodologia “7 Passos e Vendas”. O curso teve a carga horária foi de 8h e média de satisfação de 9,9 na avaliação. Em 2016, participaram do treinamento aproximadamente 3.000 Consultores Show de todo Brasil.

### **Capacitação de Ensino a Distância para Rede de Franquias**

Foram disponibilizados mais de 35 cursos no EAD neste ano, que devido ao investimento em tecnologia e recursos promoveu mais qualidade e frequência, gerando proximidade e interatividade com o nosso público. Com as capacitações EAD pretendemos melhorar ainda mais a experiência de consumo em todas as lojas do Brasil. Tivemos uma adesão média de certificação/conclusão de aproximadamente 70% da rede.

### **Capacitação Café**

Com a mudança do grão de café para a marca 3 Corações, desenvolvemos uma capacitação para toda a rede. Foram ao todo 18 ações presenciais, capacitando mais de 110 franqueados.



Para que os clientes tenham experiências encantadoras em nossas lojas, é necessário que os Consultores Show conheçam os produtos e que entendam o consumidor e suas necessidades. Para atingirmos esse objetivo, precisamos de Consultores Show trabalhando motivados.

E para isso, criamos em 2013 o PIC Show, ferramenta que funciona por meio de um portal de fácil navegação é possível acompanhar o desempenho, a produtividade e também responder a questionários para ganhar pontos e resgatar prêmios.

Em 2016, melhoramos o programa e criamos o PIC Show Turbo, uma nova versão que traz novas metas de atingimento de Sell Out, além da combinação de dois modelos que devem funcionar junto:

- Modelo de Incentivos “não monetários” (PIC SHOW TURBO) por meta atingida
- Modelo de Remuneração Variável de Vendas por meta atingida



**O Programa de Incentivo ao Consultor – PICSHOW –** está sempre surpreendendo a todos. Pela primeira vez, os prêmios do campeonato anual levaram os campeões para longe! As viagens foram oferecidas para os 33 destaques do país em 2016: 30 Consultores Show participaram de um Cruzeiro Marítimo passando por Santos e Búzios e os 3 melhores foram para a tão sonhada viagem para a Bélgica, o Chocotour. As 3 melhores foram:



Vanessa Patricia Mafra Pereira - Pr Ubirata Centro / Flaviana Salustino Izidro - Sp Carapicuiiba Centro / Luana Molin - Pr Londrina Ipiranga



CacauShow  
CHOCO  
TOUR



A Bélgica, país conhecido por ter o melhor chocolate do mundo, é o destino de uma deliciosa viagem que acontece anualmente sob o comando de Alexandre Costa e sua equipe. Em 2016, 44 pessoas viveram essa inesquecível experiência, sendo 31 franqueados e 13 colaboradores.

Foram 9 dias de uma intensa troca de experiências e uma verdadeira imersão no mundo dos chocolates finos, com visita a lojas e fábricas, conhecimento de novos produtos, dicas sobre o negócio e muito mais.

Em Bruxelas, o tour passou por lugares como a Grand Place, que tem muitas lojas, uma vizinha à outra. Já em Bruges conhecemos a fábrica The Chocolate Line, do mestre chocolatier Dominique Persoone, um dos mais famosos do mundo.

Em Bruges, umas das mais famosas cidades da Bélgica, além de conhecer a rica arquitetura e história locais, o grupo visitou diversas lojas e museus.

A troca de experiência nessa viagem nos leva ao estreitamento das relações e demonstra que todo investimento em nossos franqueados e funcionários é fundamental para motivação pessoal, geração de ideias e consequente crescimento sustentável.





### **Venda Direta:**

Com a venda direta Cacau Show, temos a oportunidade de estarmos ainda mais próximos de nossos clientes, levando nossos chocolates, com carinho, aos nossos consumidores de todo Brasil. Isso se torna possível através de nossas revendedoras que, de porta em porta, leva aos lares dos brasileiros os produtos Cacau Show.

### **Venda Corporativa e Grêmios:**

Desejamos estar cada vez mais perto no dia a dia, nos momentos especiais, na hora de comemorar conquistas, valorizar os colaboradores, encantar parceiros e clientes. Para isso desenvolvemos possibilidades e alternativas especiais. Somos apaixonados por chocolate e acreditamos na proximidade como forma mais autêntica de estabelecer relações verdadeiras e duradouras. A Cacau Show pode deixar o seu evento mais doce. Não importa o tamanho. Dentre os produtos e serviços oferecidos estão:

- Kits e presentes
- Festas e eventos
- Grêmio Corporativo
- Campanhas





“O entendimento do termo, atividade e natureza da expansão, passa a ter para nós um significado e amplitude maior do que tínhamos até então. Com uma base instalada de mais de 2.000 pontos de venda, que nos mantém no posto de maior rede de lojas especializadas de chocolates finos do mundo, temos a oportunidade de ganho de mercado com aumento de share, de proximidade do consumidor, de presença nos mais diversos canais de distribuição. Isto nos trará um desafio cada vez maior em eficiência logística, de gestão e de atendimento. A evolução em pontos de venda será contínua, muitas oportunidades existem ainda em território nacional e além das fronteiras, mas esta visão de mercado e oportunidades de aumento de share, norteará grande parte de nosso futuro”.

Marcelo Martins  
Diretor de Expansão



CRESCIMENTO

CLIENTE

COLABORADOR

EXCELÊNCIA

MARCA

SOCIOAMBIENTAL

CULTURA



Por sermos uma marca abrangente e democrática, temos um modelo de negócio que atende a demanda de diversos locais e cidades de diferentes portes, desde lojas no modelo convencional até quiosques e lojas no modelo light (adequado para cidades com menos de 70 mil habitantes).

Em 2016, lançamos também os modelos de microfranquias, que permitem acesso a empreendedores que não alcançam o capital para o modelo de loja. Essas práticas nos permitem garantir presença em todo o território nacional. Atualmente, estamos presentes em todos os Estados do Brasil, em quase 1.000 municípios. **[G4-8]**

TOTAL DE LOJAS EM 2016  
2.052

| POR REGIÃO   |      |     |
|--------------|------|-----|
| CENTRO-OESTE | 230  | 11% |
| NORDESTE     | 331  | 16% |
| NORTE        | 105  | 5%  |
| SUDESTE      | 998  | 49% |
| SUL          | 388  | 19% |
| TOTAL        | 2052 |     |





## Novo modelo de loja

Em 2016 a Cacau Show lançou um novo modelo de loja, a primeira unidade neste novo formato foi inaugurada no Shopping Pátio Paulista, em São Paulo. Com cores mais sóbrias e materiais nobres, o local é apresentado como um ambiente exclusivo e aconchegante, com arquitetura totalmente inovadora, trazendo o conceito de cozinha gourmet. O espaço traz dois grandes ícones: o primeiro é uma grande janela aberta, aplicada em toda a esquina da fachada, onde os consumidores ao degustarem o café podem ver o interior da loja e assistir ao preparo de sobremesas exclusivas. O segundo é uma luminária composta por fouets cobreados, que ambientam essa “cozinha contemporânea”. Nesta nova loja o consumidor pode saborear sobremesas como petit gateau, sticks com ganache, waffle belga e fondue. Além disso, é possível personalizar o gelato tipo italiano ou mini trufas com ingredientes especiais.



### Industrial

2016 foi um ano de mudanças, ampliações e consolidações na área industrial. Alteramos a linha de cobertura de panetone, melhorando o fluxo de produção e permitindo no seu antigo local a instalação de uma nova máquina para a produção de ovos de páscoa. Com um investimento de R\$ 6,8 milhões, passamos a utilizar uma tecnologia mais moderna, aumentando nossa capacidade produtiva de ovos em cerca de 30% e melhorando nosso processo produtivo com a redução de perdas.

Seguindo a Diretriz Estratégica de Crescimento, em novembro de 2016 partimos também para uma nova linha de preparação de chocolates, com capacidade para produzir mais de 30 toneladas/dia.

### Novos negócios - waffle

Visando expandir nosso portfólio de produtos, iniciamos também em 2016 a produção de waffle. Nesse desenvolvimento, buscamos o sabor, a textura e o aroma da típica sobremesa belga.



## Produtividade e Qualidade

Em busca da consolidação e da melhoria contínua de nossos resultados industriais, aumentamos nossa eficiência produtiva em 3,2 pontos %, ultrapassando os 80% de eficiência. No setor da embalagem, etapa final do processo produtivo onde damos o acabamento dos nossos produtos e principalmente da linha de presentes, tivemos um significativo aumento de produtividade por pessoa, passando de 1.550 kg/pessoa para 1.800 kg/pessoa, o que representa um aumento no volume de produção na ordem de 35 ton/mês com o mesmo número de pessoas dos anos anteriores. Por meio da aplicação dos conceitos básicos de Lean Manufacturing, conseguimos bater o recorde de produção da área no mês de outubro, com mais de 400 toneladas.

Além do aumento no volume de produção, investimos na qualidade e na melhoria de nossos produtos. Como destaque, citamos as alterações feitas no processo de produção do chocolate laCreme. Com as mudanças, passamos a oferecer ao consumidor um produto com mais sabor e perceptível aumento de cremosidade, contribuindo significativamente para o aumento das vendas. No âmbito socioambiental, com foco em rentabilizar o negócio e reduzir desperdícios, investimos em projetos de redução do descarte de chocolate da fábrica, chegando a reduzir 63% da geração de descarte (de 55 tons para 20 tons em 2016).

## Geração de valor

Acreditamos na distribuição de trabalho e resultados, onde a geração de riqueza de toda a cadeia produtiva é compartilhada de maneira equilibrada por todos os stakeholders.

## 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 2016, contabilizamos um total de R\$ 96.634.909,28 investidos em salários, encargos e benefícios, apenas na nossa planta de Itapevi.



## Tributos

Nossos tributos em 2016 somaram um total de R\$ 153.780.893,00. **[G4-EC1]**

| Grupo Cacau Show | Municipal | Estadual   | Federal    | Total       |
|------------------|-----------|------------|------------|-------------|
|                  | 23.817    | 92.388.146 | 61.368.931 | 153.780.893 |

## Faturamento

O ano de 2016 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. Mesmo com os desafios enfrentados em 2016, tivemos um aumento em nosso faturamento bruto consolidado em relação a 2015 tanto no Sell In, que é a venda dos produtos acabados para o Franqueado, quanto no Sell Out, que representa a venda final para os consumidores. **[G4-9] [G4-EC1]**





“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, desenvolvendo as habilidades e capacidades técnicas e comportamentais de cada um para que possam usar a melhor versão de si.

Uma organização é sempre viva, tem pulsar e transformação num movimento constante. E nosso papel é estar sempre próximo e conectado ao nosso negócio, traduzindo esta estratégia em ações efetivas de gente e gestão.”

Maria Paula Brancatelli  
Diretora de Gente & Gestão

The background is a dark, muted blue-grey color, overlaid with a collage of various chocolate molds and swirls in shades of brown and gold. The molds include octagons, circles, and squares, some with intricate patterns like flowers or spirals. A small, light-colored spoon is also visible. The text is overlaid on these elements, with some words inside dotted-line shapes.

CLIENTE

CRESCIMENTO

COLABORADOR

EXCELÊNCIA

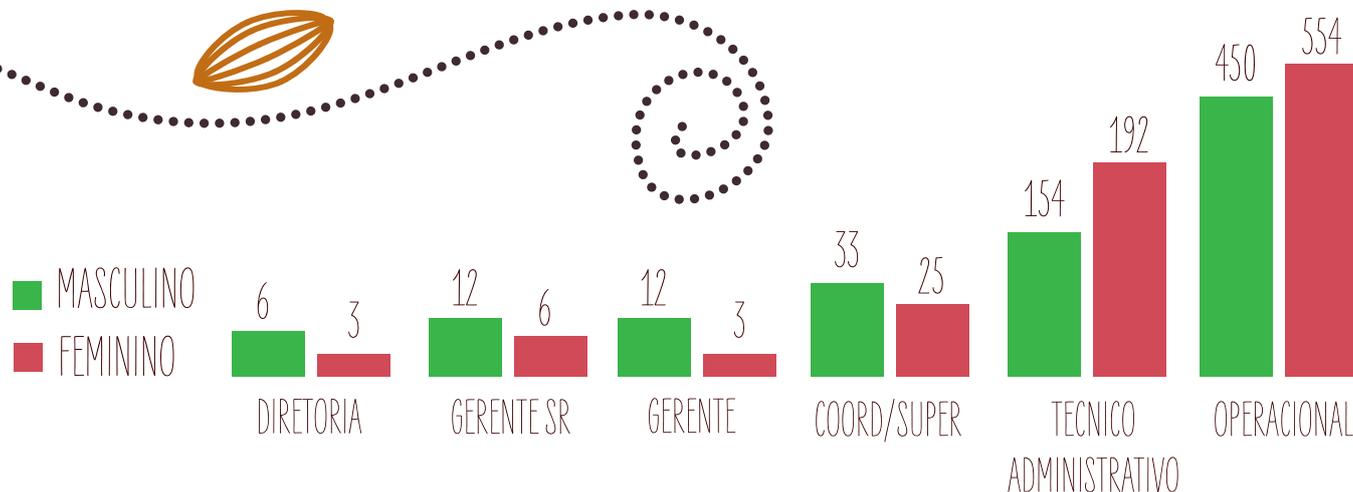
MARCA

SOCIOAMBIENTAL

CULTURA

# Nossa Gente

Nosso trabalho é feito com carinho e temos orgulho de pertencer. No final de 2016, contamos com 1.450 colaboradores em diversos níveis organizacionais, tendo como objetivo principal proporcionar uma experiência única aos nossos consumidores através de chocolates de qualidade. Estamos distribuídos da seguinte maneira: [G4-LA12]



Nos pautamos em valores bem determinados que promovem a ética, o respeito e o incentivo ao desenvolvimento do indivíduo. Não diferenciamos as pessoas por questões raciais, de cor, gênero, idade, sexo, ou classe social. Somos uma empresa que acredita na igualdade e na riqueza proporcionada pela diversidade. Abrimos oportunidades 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, os contratos de trabalho são firmados no modelo CLT (Consolidação das Leis do Trabalho), de acordo com a legislação trabalhista. Dessa forma, temos 100% de nossos colaboradores abrangidos por acordos de negociação coletiva, conforme legislação vigente. **[G4-11]**

| QUADRO COM DISTRIBUIÇÃO CLT |           |            |
|-----------------------------|-----------|------------|
| CONTRATO                    | GENERO    | QUANTIDADE |
| CLT                         | MASCULINO | 591        |
| CLT                         | FEMININO  | 508        |
| TERCEIRIZADO                | FEMININO  | 191        |
| TERCEIRIZADO                | MASCULINO | 149        |
| ESTAGIÁRIO                  | MASCULINO | 1          |
| OUTROS                      | FEMININO  | 1          |
| OUTROS                      | MASCULINO | 9          |

| FAIXA ETÁRIA DOS COLABORADORES |     |
|--------------------------------|-----|
| MENOR DE 30                    | 638 |
| ENTRE 30 E 50                  | 787 |
| MAIOR DE 50                    | 25  |

Temos também, além de nossos colaboradores ligados diretamente à Cacau Show, empresas parceiras para atividade, de segurança patrimonial, serviços de limpeza, alimentação, entre outros, promovendo a geração de empregos.

**[G4-LA12]**



**[G4-10a] [G4-10b]**



A maioria de nossos colaboradores reside na cidade onde a fábrica está instalada, em Itapevi, na Grande São Paulo. Dessa forma, contribuímos diretamente para o desenvolvimento da região. Outra parcela está localizada em nossas regionais pelo Brasil. **[G4 – 10d]**

| QTD DE COLABORADORES POR REGIÃO |           |            |
|---------------------------------|-----------|------------|
| REGIÃO                          | GÊNERO    | QUANTIDADE |
| MG CENTRO OESTE                 | FEMININO  | 0,6%       |
| MG CENTRO OESTE                 | MASCULINO | 0,9%       |
| GRANDE SP                       | FEMININO  | 52,1%      |
| GRANDE SP                       | MASCULINO | 43,0%      |
| RJ NORDESTE                     | FEMININO  | 0,6%       |
| RJ NORDESTE                     | MASCULINO | 1,0%       |
| SP INTERIOR                     | FEMININO  | 0,3%       |
| SP INTERIOR                     | MASCULINO | 0,5%       |
| SUL                             | FEMININO  | 0,4%       |
| SUL                             | MASCULINO | 0,6%       |

Para atender as 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. **[G4-10c] [G4-10e] [G4-10f]**

| QUADRO FORÇA DE TRABALHO TERCEIRIZADA |      | MÊS COM MAIOR N° DE FUNCIONÁRIOS (CAMPANHA) | MÊS COM MENOR N° DE FUNCIONÁRIOS (SEM CAMPANHA) |
|---------------------------------------|------|---|---|
| TERCEIROS                             | 116  | SETEMBRO                                    | JUNHO   |
| PRÓPRIOS                              | 1582 | 1619  | 1261  |

Quanto à política salarial, não há diferença de valores por gênero, apenas por níveis hierárquicos. O menor salário pago em nossa fábrica foi 62% maior em relação ao salário mínimo estabelecido pelo Governo Nacional. **[G4-EC5]**

**Turnover:** Com relação ao turnover, que mede rotatividade de pessoal em uma organização, atingimos a meta anual em nossa sede, com um índice de 2,6%. Percebemos melhoras nesse índice em 2016, em relação ao ano anterior, quando o resultado foi de 4,5 %. Acreditamos que essa melhora reflete o aumento do engajamento de nossos colaboradores. **[G4-LA1]**

**Absenteísmo:** Outro importante indicador da área de Gente e Gestão é o absenteísmo, que demonstra o índice de ausência do trabalho, seja por doenças ou outros motivos. O resultado geral foi de 4,26% em 2016. Nossa meta era de 5,97%. Almejamos índices menores e focamos nosso trabalho sempre para melhores resultados. **[G4-LA6]**

**Licença paternidade e maternidade:** Quanto a taxa de retorno ao trabalho e retenção após a licença maternidade, alcançamos o índice de 60% entre as mulheres e de 96% entre os homens. **[G4-LA3]**

| LICENÇA MATERNIDADE |            |        |
|---------------------|------------|--------|
| N°                  | DESLIGADAS | ATIVAS |
| 50                  | 20         | 30     |
| 100%                | 40%        | 60%    |

| LICENÇA PATERNIDADE |            |        |
|---------------------|------------|--------|
| N°                  | DESLIGADOS | ATIVOS |
| 76                  | 3          | 73     |
| 100%                | 3,95%      | 96,05% |

## 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. Para a Cacau Show, engajar é provocar na nossa gente a vontade de estar, fazer parte e permanecer.

Sob esta ótica, desde 2013 a Cacau Show atua fortemente com o Programa de Engajamento em suas ações na empresa, tendo como propósito proporcionar em seu dia a dia práticas de gestão e processos que conectem as pessoas em um ambiente engajador.

## 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, conceituada e conhecida no mercado. Com isso gerenciamos nossa estrutura utilizando tabelas salariais para os diferentes grupos operativos, e temos uma elasticidade na gestão desse 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.
- **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. No ano de 2016 criamos três modelos de cesta, a tradicional, a fit e a solteira.
- **Empréstimo Consignado:** Parceria com banco oferecendo taxas de juros reduzidas. O colaborador deve ter no mínimo 06 meses de empresa para usufruir desse 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 2016 e contando com a parceria da 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.

## Clima Organizacional

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.

Em 2016, após termos participado por três anos da Pesquisa de Clima da GPTW, o “índice de confiança” evidenciou o impacto das ações para melhoria do clima com um crescimento de 14 pontos em comparação a 2015, alcançando 63% de favorabilidade.

O salto expressivo na nota foi fruto de um grande trabalho desenvolvido a partir do envolvimento de toda liderança da empresa nos **Workshops de Clima** realizados no ano anterior. Além do envolvimento, termos colocado em prática as ações desenvolvidas fez com que nossas pessoas tivessem uma percepção positiva da empresa, trazendo para dentro de casa um melhor ambiente para se trabalhar. No total já reunimos 73 planos de ação, cujas implementações começaram em 2016 e serão continuados em 2017.

Além dos Workshops de Clima, criamos o **Programa + Sintonia**, que tem como proposta garantir sintonia entre colaborador, líder e empresa, contribuindo com o engajamento das nossas pessoas e alcance dos melhores resultados da Cacau Show.

Com base nos resultados da pesquisa que clima, divulgados em julho, estruturamos o **Comitê Sintonia**, formado por mais de 20 gerentes divididos em quatro grupos por temas corporativos. O foco desses grupos é apresentar propostas de melhoria que estejam alinhadas ao nosso negócio e, ao mesmo tempo, proporcionar uma visão positiva de acordo com as necessidades dos nossos colaboradores.

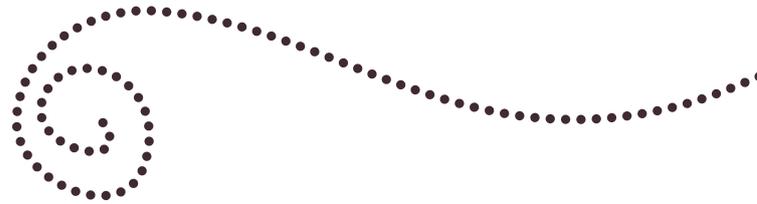
O resultado de tudo isso será o fortalecimento da gestão do clima e do ambiente, tudo conectado em um só propósito, buscando o melhor engajamento entre nossa empresa e nossas pessoas.

## Turnê do Desenvolvimento

Tivemos um momento especial para o nosso público operacional de logística, estoque e fábrica: a Turnê do Desenvolvimento. O encontro foi composto por interações de 5 dias, nas quais falamos sobre temas desde qualidade e segurança do trabalho até assuntos comportamentais.

Para que todos os turnos tivessem a oportunidade de participar, o evento aconteceu inclusive nas madrugadas. No total, contamos com aproximadamente 500 colaboradores por dia. **[G4-LA9]**

### HORAS TREINAMENTO/HOMEM



## Formação Inicial de Consultores Comerciais

---

O consultor comercial tem uma função muito importante para a Cacau Show, pois esses profissionais têm a grande missão de estreitar o relacionamento da empresa com a nossa rede de franqueados, oferecendo um atendimento focado em apoiar a gestão do negócio.

Os consultores passam por uma trilha de aprendizagem com duração média de 3 meses, na qual participam de atividades expositivas, auto-estudo, leituras, EAD e visitas acompanhadas com gestores a campo, entre outros treinamentos. No total, foram 30 novos consultores capacitados em 2016.

## Bolsa de Estudos e aulas de inglês in Company

---

Para apoiar o desenvolvimento de nossos colaboradores, além das ações internas oferecidas por meio da Universidade do Cacau, oferecemos bolsas de estudo para cursos tecnológicos, de graduação e de pós-graduação. Em 2016, tivemos aproximadamente 20 colaboradores fazendo parte do programa, com 50% de suas mensalidades pagas pela a Cacau Show.

Também oferecemos para os nossos profissionais cursos de inglês de todos os níveis, ministrados em nossas instalações. Hoje são 40 pessoas que usufruem desse benefício, contribuindo apenas com um valor simbólico mensal.



## Programa Jovens Profissionais

Certos da importância do desenvolvimento dos colaboradores para perenidade da Cacau Show, em 2016 tivemos a 1ª turma de desenvolvimento acelerado para posições de liderança, com o lançamento do Programa Jovens Profissionais. Iniciativa diferenciada no mercado por captar profissionais jovens, atraímos mais de 1.700 jovens paulistanos já no lançamento do programa. Os requisitos para participar são ter experiência mínima de 3 anos na área de trabalho, inglês avançado e, preferencialmente, que tenha alguma especialização concluída. O sucesso dessa iniciativa fez com que lançássemos, 3 meses depois, o processo seletivo da 2ª turma, no qual buscamos um perfil característico para área de Varejo.

O programa de desenvolvimento está estruturado com 70% do foco voltado para o desenvolvimento on-the-job, com tarefas e soluções de problemas reais, 20% de feedback e observação e trabalho com modelos de referência e 10% em cursos e leituras com aprendizagem formal.

Nossa estrutura conta com um Mentor dos Projetos, que são padrinhos dos Jovens Profissionais, com a gestão da área de Gente&Gestão. Nossos jovens são estimulados e exigidos profissionalmente, atuando em projetos estratégicos nos quais têm a oportunidade de absorver conhecimentos específicos e fortalecer competências-chave definidas em nossa marca de liderança. Hoje temos 7 Jovens no Programa.



Da esquerda para direita: Carla Lazaresko, Vinícius Rocha, Eduarda Rani, Andrea Zeronian, Gerente de Desenvolvimento Organizacional, Marcos Amatu, Camila Salomão, Lilian Missura e Bernard Conquet.

## Avaliação de Desempenho

Em 2016, algumas ações foram tomadas para aprimorar a gestão do indivíduo, da liderança e da empresa:

- Implantação do Comitê de Consenso no Ciclo de Performance & Desenvolvimento
- Maior proximidade entre as lideranças das áreas de Negócios e Recursos Humanos, resultando em mais alinhamento e assertividade na resolução de demandas.

# Ciclo de Gestão de Performance & Desenvolvimento

.....

Nosso processo conta com a avaliação de dois importantes fatores para medir o desempenho do capital intelectual dos colaboradores: metas e competências. Ele tem como principal objetivo enriquecer o perfil dos nossos colaboradores, identificando em cada talento Cacau Show suas competências e possíveis oportunidades de desenvolvimento e, assim, potencializar seus resultados, por meio de uma dinâmica que se retroalimenta.

São elegíveis a esse programa os colaboradores que ocupam os cargos de diretores até o nível de Analista Junior, sendo que, dessa forma, o colaborador integra o Programa de Bônus mediante o atingimento das premissas econômicas, resultados da empresa e sua avaliação individual. Pensando no desenvolvimento constante da nossa liderança, eles participam da avaliação 360°, que se baseia em múltiplas fontes. Essa metodologia permite um olhar mais abrangente no qual, além de realizar a auto-avaliação, o colaborador também é avaliado por seu gestor, equipe e por seus pares/clientes internos, observando comportamentos manifestados em 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 seu papel e seus desafios na organização e as competências que devem desenvolver para evoluir na carreira. Com base nos resultados desse ciclo ocorre o diálogo de consenso, momento de feedback onde líder e liderado consolidam a avaliação, juntamente com o alinhamento de expectativas, discutindo os aspectos que o avaliado precisa desenvolver e evidenciando os pontos fortes e entregas. A partir daí, é elaborado um Plano de Desenvolvimento Individual, que tem como intuito planejar as ações de desenvolvimento que vão alavancar o seu desempenho no novo ciclo que está por vir.

Para acompanhar a evolução de cada elegível ao Programa, promovemos no meio do ano a Rodada de Feedback. Momento entre líder e liderado para discutirem, de forma estrutural e formal, seu Desempenho & Desenvolvimento do primeiro semestre.

Assim seguimos em 2016, colocando cada vez mais gente na agenda. O ciclo é um importante processo de gestão de pessoas, por ser um momento 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. **[G4-LA10] [G4-LA11]**



## Saúde e Segurança

Em 2016, o time de Segurança do Trabalho, junto com toda a liderança da empresa, trabalhou com muito empenho para a melhoria da segurança dos colaboradores. Em relação a taxa de frequência que demonstra a probabilidade de ocorrência de um acidente a cada um milhão de horas trabalhadas, fechamos 2016 com o índice de 6,72.

No que diz respeito ao número de acidentes com afastamentos, melhoramos nosso número em relação a 2015 e fechamos 2016 com 5 acidentes com afastamento, nenhum óbito e nenhum afastamento por doença ocupacional. **[G4-LA6]**

Acidente zero é nosso desafio e, para chegarmos lá, utilizamos algumas ferramentas que nos auxiliam nesse processo de fortalecimento da cultura de segurança na nossa empresa:

## Inspeções de Campo

O empenho para manter um ambiente saudável, seguro e com foco em taxa zero de acidente faz parte do dia a dia das operações e exige avaliação e monitoramento em tempo integral das condições de trabalho. Para isso, mantemos um sistema de gestão com inspeções de segurança realizadas pela equipe de Segurança do Trabalho em conjunto com o Corpo de Bombeiros. Em 2016, foram realizadas 2.528 vistorias e inspeções, cujas metas para a redução de acidentes são monitoradas diariamente em nossas reuniões Gestão Dia a Dia (GDD).



## Diálogo de Segurança - DDS

Mais uma ferramenta fundamental da área de Segurança é o Diálogo de Segurança (DDS). Semanalmente, cada líder da área operacional se reúne com seu time para promover um breve diálogo sobre um tema relacionado à segurança do trabalho, saúde ou meio ambiente.

É um momento importante para a disseminação de orientações e também para o alinhamento das equipes sobre esses temas. Caso ocorra algum incidente ou acidente na área, ele será abordado na reunião para prevenir o restante do grupo e evitar que ocorra novamente. Em 2016, aumentamos para três os diálogos por linha de produção, num total de 7.385 diálogos no ano.



## Lições Ponto a Ponto

A Lição Ponto a Ponto (LPP) 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. O grande objetivo é que pequenos pontos que precisem de alterações ou informações sejam transmitidos entre os integrantes de determinado processo, melhorando os resultados e o dia a dia das pessoas. 2.646 LPP's foram realizadas e destas 160 LPPs foram elaboradas pela equipe de segurança do trabalho.



# 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 na prevenção de acidentes e doenças ocupacionais, 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, sendo 50% dos membros eleitos pelos colaboradores e 50% indicados pela empresa. Em 2016, contamos com 7 titulares e 6 suplentes representando os empregados e 7 titulares e 6 suplentes indicados para representar a empresa. Durante o ano de 2016, quando a nova gestão da CIPA tomou posse, foi lançado o desafio “Fazer uma gestão diferente”, com a missão de ampliar as inspeções de campo e encerrar a gestão com 87 inspeções realizadas.

O objetivo é que cada “cipeiro” realize uma inspeção por semana. Foram realizadas 182 inspeções e aplicados 56 Diálogos de Segurança para os colaboradores das áreas produtiva e logística. Além do treinamento exigido por lei ministrado para a CIPA, nessa gestão foram programados treinamentos específicos com intuito de fortalecer o comportamento prevencionista dos nossos “cipeiros”. Nesse sentido, já foi realizado um treinamento de Percepção de Risco, focado na prevenção de acidentes com as mãos.

A Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho e Meio Ambiente (SIPATMA), uma das atribuições mais importantes da CIPA, aconteceu no mês de junho com o tema “Cuide do seu maior patrimônio: a Vida. Trabalhe com responsabilidade”. Ela contou com a participação de 700 colaboradores em média por dia para um total de 30 apresentações teatrais e intervenções. **[G4-LA5]**



## Ouvidoria



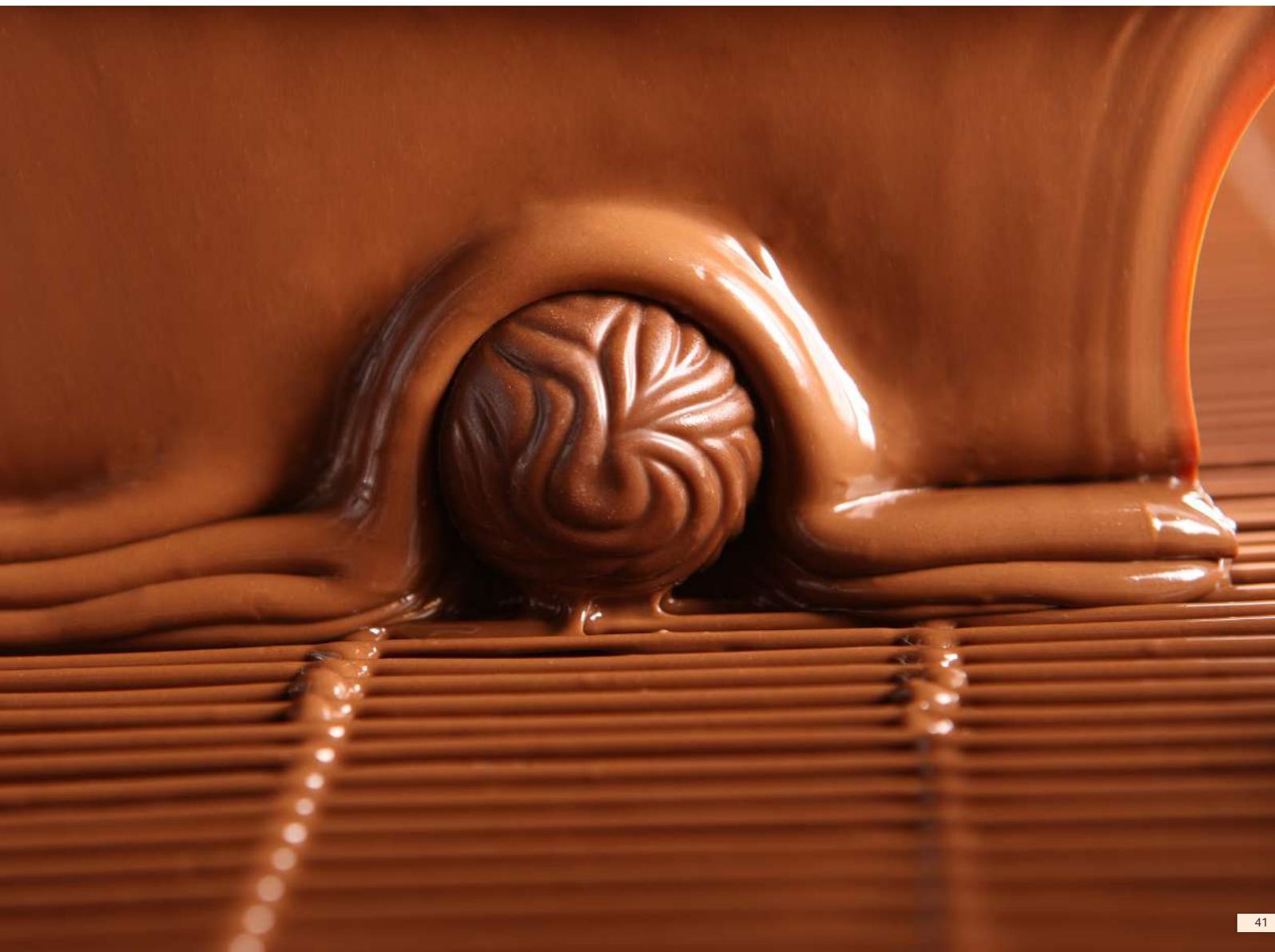
Coordenada pelo ouvidor Clovis Madeira, membro independente do conselho de administração da Cacau Show com grande reputação na área, a ouvidoria tem a missão de escutar as reivindicações, as denúncias, as sugestões e também os elogios dos nossos funcionários e colaboradores. Garantindo o caráter de confidencialidade que a área exige, o ouvidor recebe as demandas, analisa caso por caso, entra em contato com os setores responsáveis e responde para o reclamante. Em casos extremos ou que não tenham tido uma resolução satisfatória, a ouvidoria utiliza serviço de auditoria independente. **[G4-57]**

## Código de Conduta



A Cacau Show e seus colaboradores são movidos pelos princípios básicos de boa conduta profissional, valores morais e dos princípios da boa relação com o meio e com a sociedade. Os padrões de conduta que norteiam o funcionamento da empresa refletem nosso respeito pela coletividade e a maneira com a qual exigimos o seu cumprimento comprovam nosso compromisso com a sociedade.

Nosso compliance aborda o relacionamento com parceiros e colaboradores, assim como com clientes, franqueados e fornecedores, a condução dos negócios, orienta sobre o respeito aos concorrentes e sobre a importância da confidencialidade de informações e da preservação do patrimônio e da imagem, tanto dos funcionários como da empresa. **[G4-56]**





“Excelência não representa simplesmente fazer o seu melhor e sim fazer melhor comparado com os outros. Portanto a questão não diz respeito à esforço, mas ao resultado que conseguimos gerar em comparação ao que outros conseguem. Podemos aqui pensar em profissionais excelentes, empresas excelentes, mas excelência é relativa é o quanto conseguimos nos destacar. Não é a perfeição, mas entendemos que este algo a mais pode ser chamado de valor, valor que pode ser agregado à um processo, produto ou serviço. Um processo excelente é mais produtivo, gera menos perda. Um produto excelente tem mais qualidade, com um custo atrativo. Um serviço excelente entrega mais do que o esperado, encanta.

Quando optamos por ser excelentes, escolhemos ser melhores a cada dia, pensando e agindo de forma a transformar a realidade sempre para melhor. Diz respeito ao quanto conseguimos fazer a mais com menos, ser mais eficientes. Então é preciso melhorar continuamente, pois mais difícil do que atingir a excelência é permanecer excelente. Este conceito não é novo. O Filósofo Aristóteles disse: “Somos o que repetidamente fazemos. A excelência, portanto, não é um é um feito, mas um hábito”.

Marco Aurélio Lauria  
Vice-presidente de Operações

The background is a dark, muted blue-grey color, overlaid with a collage of various chocolate molds and swirls in shades of brown and gold. The molds include octagons with floral patterns, hexagons with geometric designs, and circles with sunburst or swirl patterns. Some of these shapes are outlined with a dotted white border. A small, light-colored spoon is also visible in the middle-right area. The overall aesthetic is elegant and artisanal.

CLIENTE

CRESCIMENTO

COLABORADOR

EXCELÊNCIA

MARCA

SOCIOAMBIENTAL

CULTURA

# Especialista

Para alcançarmos o patamar em que estamos e sermos 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 essa 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, o 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, ambas 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 disso, desenvolvemos um produto feito exclusivamente com essas sementes: o tablete Origens – Espírito Santo 65% de cacau.



# Governança Corporativa

A governança é um dos princípios empresariais utilizados para monitorar e dirigir as práticas e relacionamentos. Na Cacau Show, esse modelo se aplica entre o acionista controlador, o conselho consultivo de administração, comitês executivos, diretoria e o 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 Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC). Esse 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.

Fazem parte do Conselho Consultivo: **[G4-38]**

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.



**Clóvis Madeira**



**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 assessora investidores, sócios e gestores nas áreas de estratégia, M&A, gestão e coaching. Tem 28 anos de experiência em empresas de consumo – Kraft/ Mondeléz, Cadbury, Pfizer, Warner-Lambert, Heublein - tendo atuado na Ásia, Europa, América Latina e Estados Unidos.

Foi CEO da Mondeléz 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). Tem 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 at. 1999 e da Elevadores Atlas Schindler S.A. at. 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 desses 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 esses atuam no mercado como executivos / conselheiros da alta administração. Tanto o Conselho quanto o Comitê não tem 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. Nesse 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 datas definidas em um calendário anual. **[G4-42] [G4-47]**

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 a 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 e 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 delas. 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] [G4-46] [G4-47]**

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 isso, 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. Essa auditoria também apoia as tomadas de decisões e não se restringe apenas aos riscos financeiros, mas a todos os riscos que envolvem 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; os temas ambientais são tratados pelo 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]**

## 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. Dessa forma, conseguimos compartilhar valores e princípios, atuando em sintonia, buscando os melhores resultados. Contamos com um total de 1.494 fornecedores durante o ano de 2016, 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]**

100% das compras da empresa estão dentro de nossa política de compras. Temos uma roteirização de aprovação de pedidos e requisições de compras que asseguram o processo formalizado com cláusulas referentes ao atendimento da 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]**

A Cacau Show realizou a importação de 186 containers provenientes de 7 países diferentes. São mais de 20 Portos diferentes divididos entre 3 dos 5 continentes existentes. De 2013 para cá, tivemos um aumento de 151% no volume de importações.





“Tornar a marca Cacau Show cada vez mais presente no cotidiano das pessoas é nossa grande prioridade, proporcionando momentos muito especiais tanto para presentear como para consumir. Um importante acelerador nessa frente foi o início da comunicação da marca laCreme, em 2016. Uma campanha estruturada em todas as faces do negócio e com resultados excelentes tornou laCreme um dos focos estratégicos da empresa.

Também em 2016 redesenhos o logotipo Cacau Show, assim a marca expressa sua evolução constante, personalidade e posicionamento à todos os stakeholders. Também nesse direcionamento, inauguramos ainda um novo modelo de loja com design direcionado ao público e oportunidades locais, evidenciando os serviços e trazendo códigos mais premium no espaço.

No mesmo ano, colhemos também resultados surpreendentes junto aos consumidores nos indicadores de saúde de marca. Nosso objetivo para o indicador Power, uma metodologia da Millward Brown para avaliar força de marca, era deixar o terceiro lugar ocupado em 2014 e conquistar a vice-liderança em 2016. Mas nosso resultado foi ainda melhor: alcançamos a liderança, num empate com uma das marcas mais tradicionais no Brasil. E isso avaliados como uma marca de chocolates em geral, não apenas em lojas especializadas.

O sucesso da marca está diretamente relacionado ao fortalecimento do negócio, pois é atrelado à qualidade dos produtos, atendimento, abastecimento, preço, presença física e tantas outras frentes. E o sucesso do negócio está diretamente relacionado ao fortalecimento da marca, pois significa que é mais conhecida, querida e desejada. Ou seja, cada vez mais a Cacau Show faz parte da vida das pessoas”.

Monica Ogawa  
Diretora de Comunicação

The background is a dark, muted blue-grey color, overlaid with a collage of various chocolate molds and swirls in shades of brown and gold. The molds include octagons, circles, and squares, some with intricate patterns like flowers or sunbursts. Swirls of chocolate are also visible, particularly in the top right and bottom right. The overall aesthetic is elegant and artisanal.

CLIENTE

CRESCIMENTO

COLABORADOR

EXCELÊNCIA

MARCA

SOCIOAMBIENTAL

CULTURA

# 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 a essa 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 2016, elaboramos 92 novos itens para as campanhas do ano, sendo 53 produtos de Páscoa e 39 para o Natal. 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 profundidade a importância do chocolate na vida das pessoas.

Temos como objetivo constante criar sensações e sentimentos por meio 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 desse território também temos outras marcas satélite, que reforçam os conceitos apresentados. Chocobichos, por exemplo, traz a diversão em produtos especialmente formulados para o público infantil. É o conhecimento e diversão através de pelúcias de diversos animais.



# laCreme

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.





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

Pensando nas pessoas que tem restrições alimentares, desenvolvemos produtos com características específicas para atender este público. A ideia é proporcionar momentos de prazer ao degustar um delicioso chocolate, sem prejudicar a saúde. 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 tem diabetes. Esses produtos juntos representaram 3,5% do faturamento total da rede. **[G4-FP6]**



## Alto Teor de Cacau

Temos uma linha desenvolvida com alto teor de cacau, ou seja, acima de 52%. Esses produtos representaram 38% do faturamento total dos tabletes de 100g comercializados pela Cacau Show. Este é um tipo de chocolate rico em flavonóides, substâncias que fazem bem à saúde. O consumo desse tipo de chocolate tem crescido constantemente entre os brasileiros. Em 2016, os produtos com teor acima de 50% de cacau, principalmente os da linha Bendito Cacau, representaram 6% das vendas da empresa. [G4-FP7]



## Rotulagem

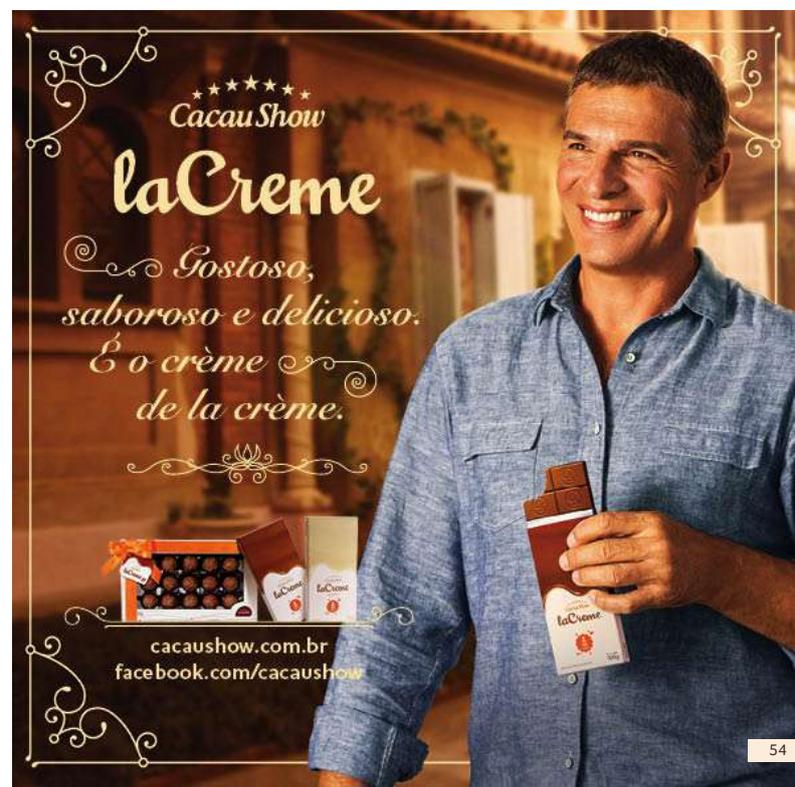
O rótulo de um produto é de extrema importância para o consumidor e para a empresa fabricante. É o meio pelo qual comunicamos a composição do alimento que será ingerido, além da relação de ingredientes, o peso, prazo de validade, nome e endereço do fabricante, método de conservação (no caso de congelados, por exemplo), entre outros dados. E a segurança para o consumidor fazer a melhor escolha para a sua alimentação. Em 2016 mantivemos as ações para atendimento a 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. [G4-PR3]

## Democratização

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

## Investimentos em mídia

Tivemos como destaque a campanha da marca laCreme, que teve como protagonista o chef celebridade Olivier Anquier. A linha tem como principal característica a cremosidade, que foi intensificada com as mudanças no processo de confecção. A propaganda foi veiculada nas principais redes de TV e no canal de internet YouTube, onde teve mais de 15 milhões de visualizações.



## Premiação Selo Sustentável

No dia 30 de novembro, na Câmara Municipal de Itapevi, foi realizada a entrega do Selo Sustentável a algumas empresas da região. Essa certificação, concedida pela Prefeitura de Itapevi, valoriza as ações sociais realizadas pelas empresas privadas, contribuem para a melhoria do bem estar da comunidade.

O Instituto Cacau Show, representado pela presidente Maria de Fátima Campos da Costa, recebeu o Selo Sustentável pela promoção e viabilização do Projeto Brincando e Aprendendo nos polos Cacau e Betânia, que atende mais de 600 crianças da comunidade com atividades esportivas, aulas de apoio pedagógico e informática.



## Marca de confiança

O prêmio “Marcas de Confiança”, da revista Reader`s Digest – Seleções, reconhece desde 2002 as marcas, organizações, instituições e personalidades que são sinônimo de confiança para o consumidor.

Em 2016, na 15ª edição da pesquisa, realizada em parceria com o IBOPE Inteligência, foram entrevistadas 1.300 pessoas e analisadas empresas em 36 categorias de produtos e serviços. Alexandre Costa, presidente e fundador da Cacau Show, venceu mais uma vez a categoria Executivo com 62% dos votos.



## Novo logotipo Cacau Show

Em outubro/2016 a Cacau Show apresentou o seu novo logotipo! Este logotipo representa a Cacau Show em vários momentos: nas fachadas das lojas, nas embalagens dos produtos, nas propagandas, no crachá ou cartões de visita dos colaboradores, entre tantas outras situações. O logotipo é uma representação gráfica do que a Cacau Show é.

A nova identidade traz uma mudança completa, pois lança a nova tipologia, uma nova letra mais orgânica, mais gostosa de ler, mas que também lembra a marca atual para não perder o seu reconhecimento. Também altera a relação das estrelas, que antes formavam um arco acima da marca e agora passam para a base do desenho. As estrelas abaixo do nome trazem uma percepção de aval de especialista, de alta qualidade.

O logo ainda incorpora um monograma, que traz as iniciais CS como um selo, que será explorado em diversas situações, inclusive nos próprios chocolates. Esse lindo projeto foi desenvolvido pelo head de design da Cacau Show, Rafael Altavista, que está na Cacau Show há 20 anos e conhece tão bem toda força da marca.



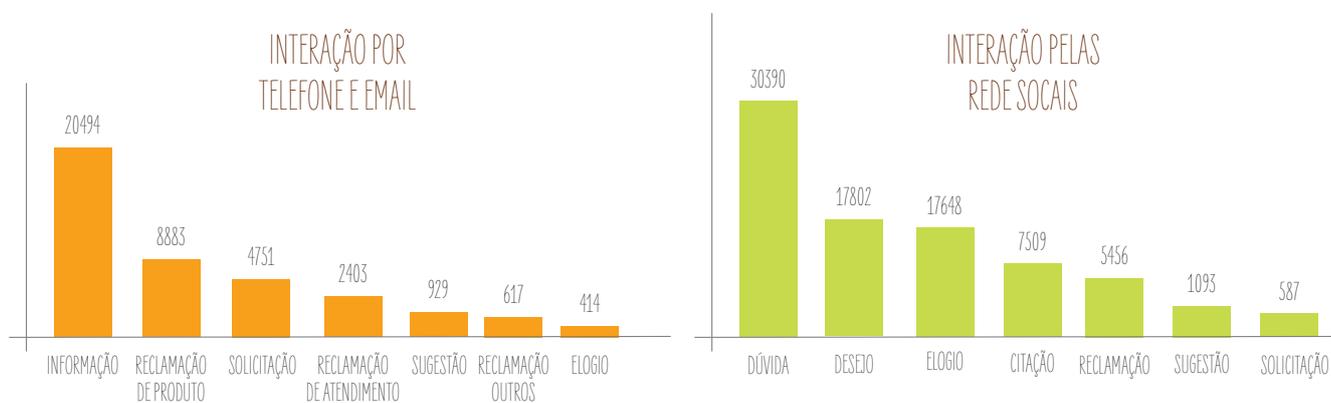
# Prêmio ABF

Pelo sétimo ano a Cacau Show conquistou o selo de excelência concedido anualmente pela ABF – Associação Brasileira de Franchising, referente ao exercício de 2016. Este selo destaca as redes de franquias pela sua atuação, poder da marca, rentabilidade e suporte fornecido pela franqueadora. A chancela é outorgada aos franqueadores associados que passaram por um rigoroso processo de avaliação que certifica a excelência dos serviços e padrões estabelecidos pela franquia. Esta certificação é muito importante para nós, pois demonstra para o mercado o reconhecimento e feedback recebido por nossos franqueados. Como melhorar continuamente é nosso foco, avaliamos também criteriosamente o relatório que recebemos após a pesquisa para que possamos corrigir falhas, melhorar processos e continuar fortalecendo o que temos de excelente.



## SAC - Serviço de Atendimento ao Consumidor

Acreditamos que um relacionamento de confiança e respeito com o nosso consumidor é fundamental para a saúde do nosso negócio. Por isso, temos uma equipe de SAC disponível para atendimento de segunda à sexta-feira, das 9 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. A Cacau Show recebeu 118.976 contatos, entre redes sociais, telefone e e-mail.





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 Cacau Show, uma organização não governamental, sem fins lucrativos, com o objetivo de promover serviços, programas, projetos de proteção básica e direitos socioassistenciais por meio de atividades educacionais, culturais, ambientais, esportivas, lúdicas e profissionalizantes. O principal foco de trabalho do Instituto é a educação. Acreditamos que, através dela, é possível a transformação das crianças, da comunidade e da sociedade.

Instituto Cacau Show

The background is a dark, muted blue-grey color, overlaid with a collage of various chocolate molds and swirls in shades of brown and gold. The molds include octagons, hexagons, and circles, some with intricate patterns like flowers or sunbursts. Swirls of chocolate are also scattered throughout. The text is centered within several of these shapes.

CLIENTE

CRESCIMENTO

COLABORADOR

EXCELÊNCIA

MARCA

SOCIOAMBIENTAL

CULTURA

# O Cultivo do Cacau e a Sustentabilidade

---

Desde as primeiras etapas da colonização do Brasil, a Mata Atlântica tem passado por uma série de surtos de conversão de florestas naturais para outros usos. O resultado final pode ser observado nas paisagens hoje, fortemente dominadas pelos humanos: hoje, menos de 15% da Mata Atlântica corresponde à sua extensão original, sendo que somente 7% está em melhor estado de conservação.

No mundo do cacau, esse cenário é bastante diferente. Mais de 25% da Mata Atlântica existente atualmente está em pé graças à produção de cacau, principalmente pela adoção do sistema “Cabruca”, método de produção usado pelos cacauicultores do Sul da Bahia.

Essa modalidade consiste no plantio de cacau sob a sombra de árvores nativas, conservando, assim, mais de 200 espécies nativas, como Pau-Brasil, Jequitibá, Jacarandá, Vinhático e Cedro. A importância da Cabruca está em conservar essas espécies, além de permitir que animais ameaçados de extinção, como o mico-leão-dourado, usufruam desse cenário conservado para se deslocar entre fragmentos florestais isolados, além de aumentar significativamente a biodiversidade desse agro ecossistema.

Em pesquisa realizada pela Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira (CEPLAC), em apenas um hectare com plantação de cacau no sistema Cabruca no sul da Bahia foram identificadas mais de 270 espécies de mamíferos (90 endêmicas); 372 de anfíbios (260 endêmicas); 197 de répteis (60 endêmicas); 849 de aves (188 endêmicas) e 2.120 de borboletas (948 endêmicas), além de 458 espécies lenhosas, um recorde mundial. A Cabruca, inclusive, foi a única forma de produção citada como uma das 10 premissas para a garantia da sustentabilidade na produção de alimentos no documento do governo brasileiro entregue à ONU durante a Rio+20, em 2012, como contribuição da agricultura nacional para a conservação do planeta.



## Área preservada

A fábrica da Cacau Show está localizada em um terreno de área total de 73 mil m<sup>2</sup>, dos quais são 57 mil m<sup>2</sup> de área construída. Além disso, a Área de Preservação Permanente (APP) tem um total de mais de 15 mil m<sup>2</sup>, uma área de cobertura vegetal que temos o cuidado de preservar.



## Água

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

Com o objetivo de otimizar o uso desse recurso no nosso dia a dia na empresa, buscamos alternativas cada vez mais eficientes para reduzir o consumo.



| ANO  | CONSUMO TOTAL (m <sup>3</sup> ) |
|------|---------------------------------|
| 2014 | 43.729                          |
| 2015 | 44.441                          |
| 2016 | 38.626                          |

Na fábrica de Itapevi, temos arejadores nas torneiras e válvulas nas descargas (de parede) para redução da vazão. Outra medida importante é a utilização de água de reuso na lavagem do piso externo, rega da área verde e descargas 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 tratamentos físico-químico e biológico, parte da água tratada é descartada e parte reaproveitada.

A água que é descartada atende aos requisitos legais e é lançada em corpo d'água. Em 2016, foram consumidos 5.400 m<sup>3</sup> de água de reuso. Esse volume corresponde a 12% do total de água consumido na planta de Itapevi. **[G4-EN8] [G4-EN10]**

## Resíduos

A geração de resíduos é uma consequência dos processos produtivos e o gerenciamento desses resíduos deve ser realizado de acordo com a legislação vigente. O objetivo da Cacau Show é enviar a menor quantidade possível de resíduos para aterros sanitários e dar o melhor destino para cada tipo de resíduo gerado.

Para isso, o descarte e a coleta são feitos de forma seletiva, incluindo nesse processo áreas administrativas e operacionais. A maior parte dos resíduos gerados pela empresa tem como destino a reciclagem. Isso significa que a maioria dos materiais que descartamos voltam para o ciclo produtivo, como matérias-primas na produção de novos materiais. **[G4-EN23]**

| TIPO DE RESÍDUO              | QTD 2016   | DESTINAÇÃO       | CLASSIFICAÇÃO            |
|------------------------------|------------|------------------|--------------------------|
| Papel / Papelão              | 787,69 t   | Reciclagem       | CLASSE II - NÃO PERIGOSO |
| Plástico                     | 134,07 t   | Reciclagem       | CLASSE II - NÃO PERIGOSO |
| Metal                        | 49,92 t    | Reciclagem       | CLASSE II - NÃO PERIGOSO |
| Madeira                      | 362,32 t   | Reciclagem       | CLASSE II - NÃO PERIGOSO |
| Resíduo Orgânico (chocolate) | 87,86 t    | Reciclagem       | CLASSE II - NÃO PERIGOSO |
| Classe II Não-reciclável     | 494,93 t   | Aterro Sanitário | CLASSE II - NÃO PERIGOSO |
| Lâmpadas                     | 2168 und   | Tratamento       | CLASSE I - PERIGOSO      |
| Óleo Lubrificante            | 800 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 massas), há geração de calor, depois é preciso manter baixas temperaturas tanto no armazenamento, ainda na fábrica, quanto no transporte até as franquias e na própria loja.

Com o objetivo de diminuir o consumo de energia em nossa planta principal, que em 2015 havia sofrido um aumento por conta da alta do preço da energia elétrica no país, criamos um Comitê de Energia com a participação de representantes de todas as áreas operacionais. O Comitê começou a atuar ainda em 2015, mas teve a consolidação de seu trabalho em 2016, possibilitando que conquistássemos a meta de economizar energia, conforme demonstrado na tabela ao lado: **[G4-EN3]**

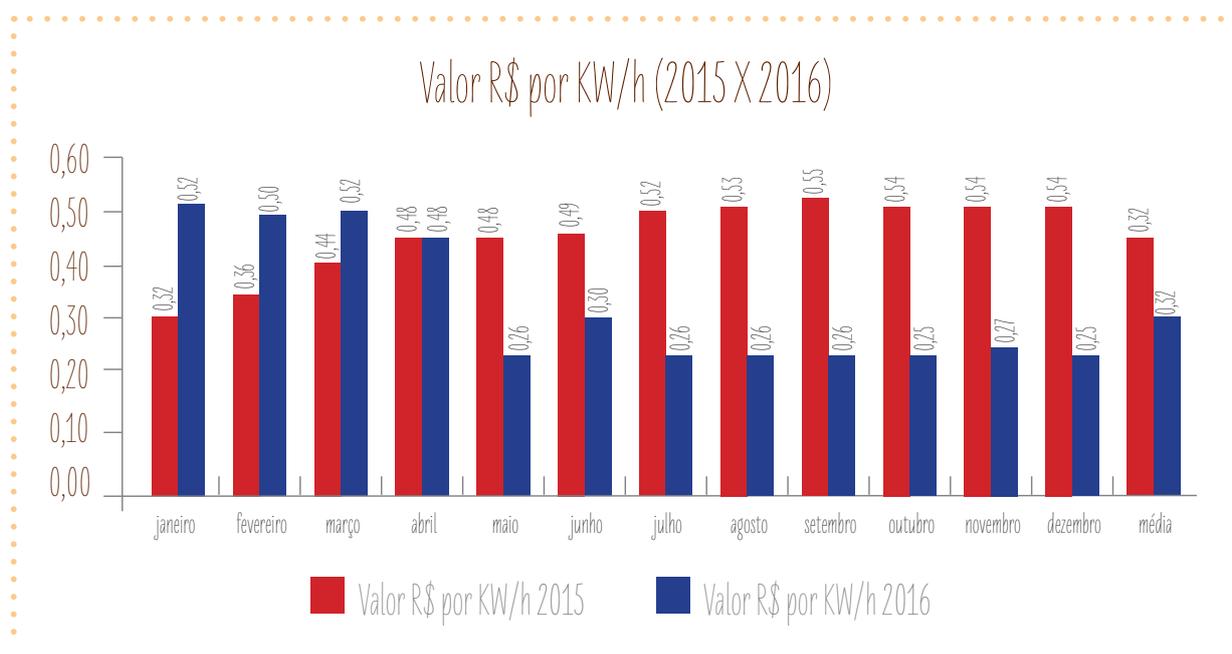
| ANO  | CONSUMO   |
|------|-----------|
| 2015 | 19.722 MW |
| 2016 | 18.798 MW |

## Projeto Mercado Livre de Energia

A migração ao mercado livre de energia possibilitou à Cacau Show a compra de energia direto dos distribuidores, podendo negociar montante, prazo e preço. Na negociação efetivada com a distribuidora ELEKTRO, foi possível alcançar um valor de economia na ordem de 3 milhões em 2016 em relação ao mercado cativo.

|      | MÉDIA MENSAL CONSUMO DA PLANTA | MÉDIA MENSAL CONSUMO DA PLANTA |
|------|--------------------------------|--------------------------------|
| 2015 | 1.650 MW                       | 787.935                        |
| 2016 | 1.566 MW                       | 532.606                        |

Com a migração ao Mercado Livre, o custo do KW/h foi reduzido em 52% em relação ao cativo. Esse projeto garante a austeridade do negócio e a competitividade da Cacau Show no mercado.



A migração para o Mercado Livre foi em Maio/2016.

## Resultado Geral do Projeto [R\$]

|   |            |
|---|------------|
| Previsão inicial dos gastos com utilização Mercado Cativo em 2016 (sem o projeto) | 11.393.486 |
| Orçado em 2016 (migração prevista para Junho)                                     | 9.393.486  |
| Migração antecipada em um mês em relação a previsão inicial                       | 472.888    |
| Gasto efetivo total de energia elétrica em 2016                                   | 6.391.277  |



O Instituto Cacau Show é fruto do sonho de Alexandre Costa e sua amiga Maria de Fatima Campos, psicóloga com ampla experiência em trabalhos sociais, em contribuir para o desenvolvimento de pessoas em vulnerabilidade social, oferecendo as ferramentas adequadas através de projetos que visam além da técnica, o protagonismo dos alunos em suas vidas.

Acreditando no poder de transformação através da educação em 2016, o Instituto Cacau Show ofereceu através de 18 projetos e em 10 unidades onde atuam, a oportunidade da construção do conhecimento e ampliação do repertório cultural, esportivo e educacional para milhares de crianças e jovens nas cidades de Itapevi, Santana de Parnaíba, Cabreúva e Carapicuíba.

## 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” (Paulo 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.

Os alunos do projeto Brincando com os Ritmos, realizado na instituição parceira Léa Rosenberg, foram convidados a se apresentar no Fórum da Educação na Perspectiva Inclusiva – evento que acontece anualmente, promovido pela Secretaria da Educação do município de Carapicuíba. As coreografias apresentadas nos ritmos pop e funk emocionaram o público composto por mais de 300 profissionais da área da educação.



# 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, 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, incentivamos 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 6 a 17 anos. Através de jogos e brincadeiras, os alunos tem 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, 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. Convidados para participar da 1ª edição da Mostra de Dança “Keep on Dancin’”, em julho de 2016, uma realização do Shekinah Company, parceiro do Instituto, os alunos se apresentaram com a coreografia Moving Strongly, que levou a plateia ao delírio. Esse é o resultado do comprometimento dos alunos, que não faltaram nos ensaios e se dedicaram ao máximo, sempre com o sorriso no rosto e a alegria no olhar, e do incentivo da instrutora Juliana, que através do seu trabalho diário nas aulas do projeto, conseguiu desenvolver no grupo habilidades além das motoras, as afetivas.



## Projeto Futsal

O futsal é uma modalidade esportiva que se encontra em crescimento e hoje está sendo praticado por milhares de pessoas. 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 e 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 6 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 equipe do Instituto Cacau Show e o colégio Recanto da Cruz Grande em 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.



## Projeto Preparando Jovens para o Futuro - Formatura Senac

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. 28 alunos formados em Logística ou Recursos Humanos, conquistando a certificação de “Técnicos” depois de uma jornada de 800 horas (fevereiro de 2015 a junho de 2016).

## 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.



## Intercâmbio de Jogos - JOES

---

O ano de 2016 teve dois momentos marcantes de uma atividade muito especial, o Intercâmbio de jogos e esportes - JOES. Em parceria com o Instituto ABB, o JOES foi realizado no Polo Cacau, com os alunos de 10 a 12 anos do Projeto Brincando e Aprendendo, numa manhã repleta de jogos e brincadeiras, onde puderam trocar experiências e vivenciar diversas atividades. Já no segundo momento, a troca foi entre os alunos do polo Cacau e do polo Betânia, com novas brincadeiras e jogos propostos e selecionados por eles.



## Tocha Olímpica

Os alunos dos projetos desenvolvidos na sede do ICS puderam sentir um pouco a emoção de carregar a tocha Olímpica, além de conhecer sua história e toda sua trajetória a cada ano de Olimpíada. Isso foi possível, porque um colaborador da Cacau Show participou do revezamento da tocha e compartilhou conosco a sua emoção.



## 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.



## Jogos de tabuleiro

A proposta de inserir o Projeto de Jogos de Tabuleiro 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. Esses jogos são considerados um excelente suporte pedagógico, visto que se relaciona com diversas disciplinas, tais como: matemática, artes, história, geografia e ética.



## Projeto Flauta

Os alunos do Projeto Flauta, escola IMJ e ICS, fizeram uma linda apresentação e marcou presença no “Feriado Divertido Kadampa” realizado no dia 15 de setembro, no Templo Budista Kadampa Brasil, localizado no Distrito do Jacaré, em Cabreúva (SP). O evento reuniu muitas pessoas que foram presenteadas com um repertório composto pelas músicas “Ovelha de Maria”, “Barcarola”, “Asa Branca”, “Do Ré Mi Fá” e “Nona Sinfonia de Beethoven”, todas apresentadas com muita desenvoltura e segurança pelos alunos, entre 9 e 13 anos de idade.



## Exposição "The art of the brick"

O americano Nathan Sawaya, fã dos bloquinhos de montar desde sua infância se dedicou a esta arte e o resultado pode ser conferido pelos alunos dos Projetos dos polos Cacau e Betânia na exposição “The art of the brick”, realizada na Oca do Parque do Ibirapuera em São Paulo, no dia 07 de outubro. Foram 80 obras criadas com mais de um milhão de peças de Lego, que fascinaram os alunos! Dentre elas a “Monalisa” de Leonardo da Vinci, “O pensador” de Rodin, e a novidade feita especialmente para a exibição brasileira, um retrato do jogador Pelé.



## Projeto Formar e Planejar

Habitualmente realizado nos meses de janeiro, julho e dezembro, o Projeto Formar e Planejar vem contribuindo para a formação dos profissionais que fazem parte do quadro de colaboradores do Instituto, reconhecendo e valorizando suas potencialidades individuais. Com uma proposta dinâmica, esses encontros tiveram, ao longo de 2016, a participação de diversos profissionais que compartilharam diferentes conhecimentos com toda equipe do Instituto. Como inovação, tivemos a participação de alguns instrutores como formadores, também compartilhando seus conhecimentos e técnicas de aprendizagem comuns a todas as áreas do conhecimento. Além das formações, também foram propostos momentos de discussões pedagógicas e reflexões sobre os planejamentos dos projetos que contribuiriam para refletir e reorganizar a nossa prática diária.



## Consciência Negra

No ICS, com a missão de desenvolver as habilidades e potencialidades de cada aluno, o dia da Consciência Negra, 20 de novembro, foi comemorado com muito empenho, promovendo uma ampliação no repertório cultural dos alunos e o pensamento crítico reflexivo, alertando para a diferença entre preconceito e auto preconceito, valorização da cultura e o resgate da identidade Afrodescendente! Tivemos apresentações de Maculelê, rodas de debate sobre preconceito e poder, análise de letras de samba compostas por artistas negros, entre outros e para encerrar com chave de ouro, os alunos das turmas de Capoeira participaram do ritual do Batizado e troca de corda, com som ao vivo produzido pela turma do Galera Show e a participação de convidados especiais!



## Festa de encerramento

A festa de encerramento de 2016 foi encantadora, os alunos dos projetos fizeram suas apresentações artísticas e culturais, mostrando todo o trabalho realizado durante o ano. Além disso, jogos, brincadeiras, sorteio de brindes e comidinhas fizeram parte da programação que envolveu a todos num clima de felicidade e união.



## Parceiros do Instituto

---

Acreditamos no trabalho em conjunto para ampliar nossas atividades. Realizamos oficinas em organizações que compartilham da mesma missão, desenvolver crianças e jovens das comunidades em que estão inseridas.

## 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.



## Léa Rosenberg

.....

O Instituto Léa 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 desse recurso para a preparação dos cidadãos. O Instituto vem desenvolvendo projetos sociais na área musical junto a empresas e patrocinadores.



## 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.



# Novas Parcerias em 2016



## Projeto Shekinah Company

Essa nova parceria com o grupo Shekinah, de Santana de Parnaíba, foi fechada logo no início de 2016, em janeiro. O projeto tem como missão a inclusão social de adolescentes a partir de 12 anos em situação de risco ou vulnerabilidade. A inserção é feita por meio do acesso a atividades artísticas, culturais e sociais, como aulas de ballet, jazz, street dance, jazz, zumba, fitness e hip hop. As turmas são formadas por 20 a 25 jovens e reúnem para as aulas de segunda a sábado.

## Fast Work - Parque Imperial

Ampliação da Parceria com Fast Work (Parque Imperial). O projeto promove aulas de informática para jovens e adultos. O objetivo é capacitar profissionalmente os alunos, com aulas focadas em edição e formatação de planilhas em Excel.





“Para nós, cultura é nosso jeito de ser e fazer as coisas. É como são entendidos 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, e 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, sabemos que podemos sempre evoluir e “re-significar” crenças e valores, pois acreditamos assim assegurarmos a perenidade da organização Cacau Show, estruturados para garantir a plena satisfação, serviço e atendimento de todas as partes interessadas nesta relação.”

Maria Paula Brancatelli  
Diretora de Gente & Gestão

The background is a dark, muted blue-grey color, overlaid with a collage of various chocolate molds and swirls in shades of brown and gold. The molds include octagons, circles, and squares, some with intricate patterns like flowers or leaves. Swirls of chocolate are also visible, along with decorative dotted lines and small circular motifs.

CLIENTE

CRESCIMENTO

COLABORADOR

EXCELÊNCIA

MARCA

SOCIOAMBIENTAL

CULTURA

## 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 continuidade do negócio. A proximidade com nossos colaboradores é um dos aspectos de nossa cultura muito importante em nosso dia a dia. Por meio 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 por nosso presidente, na qual participam o Comitê Executivo, colaboradores das áreas administrativas e as lideranças das áreas operacionais. Vários assuntos são abordados e norteados por nossas Diretrizes Estratégicas.

Entre os principais temas estão:

- 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 um outro canal de comunicação e aproximação: o Café com Presidente. Para participar desses encontros, os colaboradores se inscrevem por meio da intranet ou são indicados por sua gestão. O Café com o Comitê Executivo também acontece mensalmente e é 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 um encontro entre o presidente, a diretoria de Operações, a 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. Esse evento destina-se não só a celebrar junto aos aniversariantes uma data importante, como também compartilhar os últimos acontecimentos da empresa, sendo um canal no qual os colaboradores, numa dinâmica interativa, apontam 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

Todos os anos, no Natal, nossos colaboradores ajudam a decorar nossa grande árvore de Natal, montada na recepção da empresa. Além dos enfeites, cada um pode ainda 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. Além dos colaboradores, temos a participação especial das nossas crianças do coral do Instituto Cacau Show, promovendo um clima de harmonia e integração.



## Movimento Gentileza Gera Gentileza

---

O dia do Ritual da Árvore de Natal marca também o início do movimento Gentileza Gera Gentileza, no qual colocamos à disposição da área administrativa alguns vasos de flores e, para a área operacional, alguns braceletes. O intuito desse movimento é que os colaboradores presenteiem um colega de trabalho (com flor ou bracelete), como 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 fica com ele por um dia, passando adiante no dia seguinte. A ideia é que a flor e o bracelete circulem pelo maior número de pessoas dentro da empresa até a semana do Natal. Este ano para manter o movimento vivo durante o ano criamos em nossa ampla área verde o **Jardim da Gentileza**, onde finalizamos com o plantio das flores que circularam nessa ação.



## 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 esse alto compromisso de nossa gente, Alexandre Costa e o Comitê Executivo preparam pessoalmente um almoço mais do que especial, com música e sorteio de prêmios. Isso demonstra que estão todos juntos e unidos por uma grande causa. O ato de preparar e servir a todos é uma forma de agradecimento por fazerem parte desse momento numa data tão importante no contexto social e familiar.



## Ritual da Touca Branca

---

Nas campanhas de Páscoa e Natal, frequentemente contratamos colaboradores para nos ajudar nas vendas. Eles trabalham lado a lado com nossos funcionários, e o que os diferencia é apenas a cor da touca: azul, enquanto a dos funcionários é branca.

No final de cada campanha, esses colaboradores são avaliados por atitude e desempenho. Os melhores permanecem na Cacau Show e, como simbologia desse momento de reconhecimento, eles recebem a touca branca, no que chamamos ritual da troca de touca.

## Ritual da Última Caixa

---

Também no final das campanhas de Páscoa e Natal, as mais importantes do ano todo, os colaboradores presentes formam uma fila na área de Expedição da Cacau Show para celebrar a entrega da última caixa de produtos 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 caminhão que fará a entrega. É a simbolização de missão cumprida! A cerimônia tem muita emoção e energia, contagia a todos e valoriza 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 essa importante data com a família e os amigos.

## Fim de Ano Mais Show

---

Nas semanas que antecedem o Natal, realizamos ações para os colaboradores que se destacam na interação e por melhor clima de trabalho, proporcionando mais que um presente, um delicioso Natal. Para promover maior integração e diversão para nossa gente e celebração entre as áreas, além de proporcionar 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 2016 realizamos outras ações:

- Feira de Oportunidades com fornecedores e parceiros trazendo benefícios para nossos colaboradores;
- Espaço de jogos – montamos videogames e fliperamas, trazendo descontração para a hora do almoço;
- Almoço de Natal com cardápio diferenciado para celebração, e como sobremesa nossos deliciosos Gelatos;
- Sorteio de brindes a todos os colaboradores da empresa (funcionário, terceiros e prestadores de serviço) recebidos de nossos fornecedores ao longo do ano;
- Montamos uma cabine de fotos onde os colaboradores se caracterizaram e registraram o momento tirando fotos com seus colegas de trabalho.

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



## CONTEÚDOS PADRÃO GERAIS

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

| <b>Estratégia e Análise</b>  |  | <b>PÁG</b> |
|------------------------------|--|------------|
| <b>G4-1</b>                  | Declaração do presidente da organização.   | 03         |
| <b>Perfil Organizacional</b> |  |            |
| <b>G4-3</b>                  | Nome da organização.   | 06         |
| <b>G4-4</b>                  | Principais marcas, produtos e serviços.  | 51         |
| <b>G4-5</b>                  | Localização da sede da organização.  | 06         |
| <b>G4-6</b>                  | Países nos quais a organização opera.  | 06         |
| <b>G4-7</b>                  | Natureza da propriedade e forma jurídica da organização.   | 06         |
| <b>G4-8</b>                  | Mercados em que a organização atua.  | 06,09,22   |
| <b>G4-9</b>                  | Porte da organização.  | 26         |
| <b>G4-10</b>                 | a. Número total de empregados, discriminados por contrato de trabalho e gênero.<br>b. Número total de empregados permanentes por tipo de emprego.<br>c. Força de trabalho total, discriminada por trabalhadores próprios e terceirizados.<br>d. Força de trabalho total, discriminada por região.<br>e. Parte de trabalho realizado por empregados terceirizados.<br>f. Variações significativas no número de empregados (variações sazonais no número de empregados). | 30,31      |
| <b>G4-11</b>                 | Percentual do total de empregados cobertos por acordos coletivos.  | 30         |
| <b>G4-12</b>                 | Descrição da cadeia de fornecedores da organização.  | 48         |
| <b>Perfil do Relatório</b>   |  |            |
| <b>G4-28</b>                 | Período coberto pelo relatório para as informações apresentadas.   | 01         |
| <b>G4-29</b>                 | Data do relatório anterior mais recente.   | 01         |
| <b>G4-30</b>                 | Ciclo de emissão de relatórios.  | 01         |
| <b>Governança</b>            |  |            |
| <b>G4-34</b>                 | Estrutura de governança da organização.  | 45         |
| <b>G4-36</b>                 | 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  | 47         |
| <b>G4-38</b>                 | Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês.  | 45         |
| <b>G4-39</b>                 | Relate se o presidente do mais alto órgão de governança é também um diretor executivo.   | 45         |
| <b>G4-42</b>                 | 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.  | 47         |
| <b>G4-44</b>                 | a. Processos de avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança no que diz respeito à governança de tópicos econômicos, ambientais e sociais.   | 47         |
| <b>G4-45</b>                 | 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 diligence.   | 47         |
| <b>G4-46</b>                 | Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na análise da eficácia dos processos de gestão de risco da organização para tópicos e econômicos, ambientais e sociais.  | 47         |
| <b>G4-47</b>                 | Frequência em que o mais alto órgão de governança analisa impactos, riscos e oportunidades derivados de questões econômicas, ambientais e sociais.   | 47         |
| <b>G4-49</b>                 | Processo adotado para comunicar preocupações críticas ao mais alto órgão de governança.  | 47         |
| <b>G4-52</b>                 | Processo adotado para a determinação da remuneração.   | 32         |
| <b>Ética e Integridade</b>   |  |            |
| <b>G4-56</b>                 | Valores, princípios, padrões e normas de Comportamento da organização.   | 05,41      |
| <b>G4-57</b>                 | Mecanismos internos e externos adotados para solicitar orientações sobre comportamentos éticos e em conformidade com a legislação.   | 41         |

## CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS

| <b>CATEGORIA: SOCIAL</b>   |   | <b>PÁG</b> |
|--|---|------------|
| <b>Subcategoria: Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente</b>      |   |            |
| <b>Aspecto: Emprego</b>  |   |            |
| <b>G4-LA1</b>  | Taxa de rotatividade de empregados durante o período coberto pelo Relatório.  | 31         |
| <b>G4-LA2</b>  | Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral.   | 32         |
| <b>G4-LA3</b>  | Taxa de retorno ao trabalho e retenção após licença maternidade/paternidade por gênero.   | 31         |
| <b>Aspecto: Saúde e Segurança no Trabalho</b>                      |   |            |
| <b>G4-LA5</b>  | Percentual dos empregados representados em comitês formais de segurança e saúde, que ajudam no monitoramento e aconselhamento sobre programas de segurança e saúde ocupacional.   | 40         |
| <b>G4-LA6</b>  | Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos relacionados ao trabalho.  | 31,38      |
| <b>Aspecto: Treinamento e Educação</b>                             |   |            |
| <b>G4-LA9</b>  | Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, discriminadas por categoria funcional.  | 34         |
| <b>G4-LA10</b>   | Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua que apóiam a continuidade da empregabilidade dos funcionários.  | 37         |
| <b>G4-LA11</b>   | Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira.  | 37         |
| <b>Aspecto: Diversidade e Igualdade de Oportunidades</b>           |   |            |
| <b>G4-LA12</b>   | Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com gênero, faixa etária.   | 29,30      |
| <b>Aspecto: Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas</b> |   |            |
| <b>G4-LA14</b>   | Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a práticas trabalhistas.  | 48         |
| <b>Subcategoria: Responsabilidade pelo Produto</b>                 |   |            |
| <b>Aspecto: Rotulagem de Produtos e Serviços</b>                   |   |            |
| <b>G4-PR3</b>  | 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.                | 54         |
| <b>G4-FP6</b>  | 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.   | 53         |
| <b>G4-FP7</b>  | 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. | 54         |
| <b>CATEGORIA: ECONÔMICA</b>  |   |            |
| <b>Aspecto: Desempenho Econômico</b>                               |   |            |
| <b>G4-EC1</b>  | Valor econômico gerado e distribuído.   | 26         |
| <b>Aspecto: Presença no Mercado</b>                                |   |            |
| <b>G4-EC5</b>  | Variação da proporção do salário mais baixo, comparado ao salário mínimo local.   | 31         |
| <b>Aspecto: Impactos Econômicos Indiretos</b>                      |   |            |
| <b>G4-EC8</b>  | Disponibilidade de produtos e serviços para pessoas de baixa renda.   | 54         |
| <b>CATEGORIA: AMBIENTAL</b>  |   |            |
| <b>Aspecto: Energia</b>  |   |            |
| <b>G4-EN3</b>  | Consumo de energia dentro da organização.   | 62         |
| <b>Aspecto: Água</b>   |   |            |
| <b>G4-EN8</b>  | Total de retirada de água por fonte.  | 61         |
| <b>G4-EN10</b>   | Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada   | 61         |
| <b>Aspecto: Efluentes e Resíduos</b>                               |   |            |
| <b>G4-EN23</b>   | Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição.   | 61         |



## *Responsáveis*

Ricardo Vilela Davini

Tamyris Andrade Alkimim Guimarães

## *Coordenação*

Ana Sassano

## *Redação*

Mayra Stachuk

## *Projeto Gráfico*

Lais Marreiro e Ana Carolina Pierro

## *Fotos*

Arquivos Cacau Show

Agradecemos a todas as pessoas  
que colaboraram com este  
projeto.

Agosto/2017