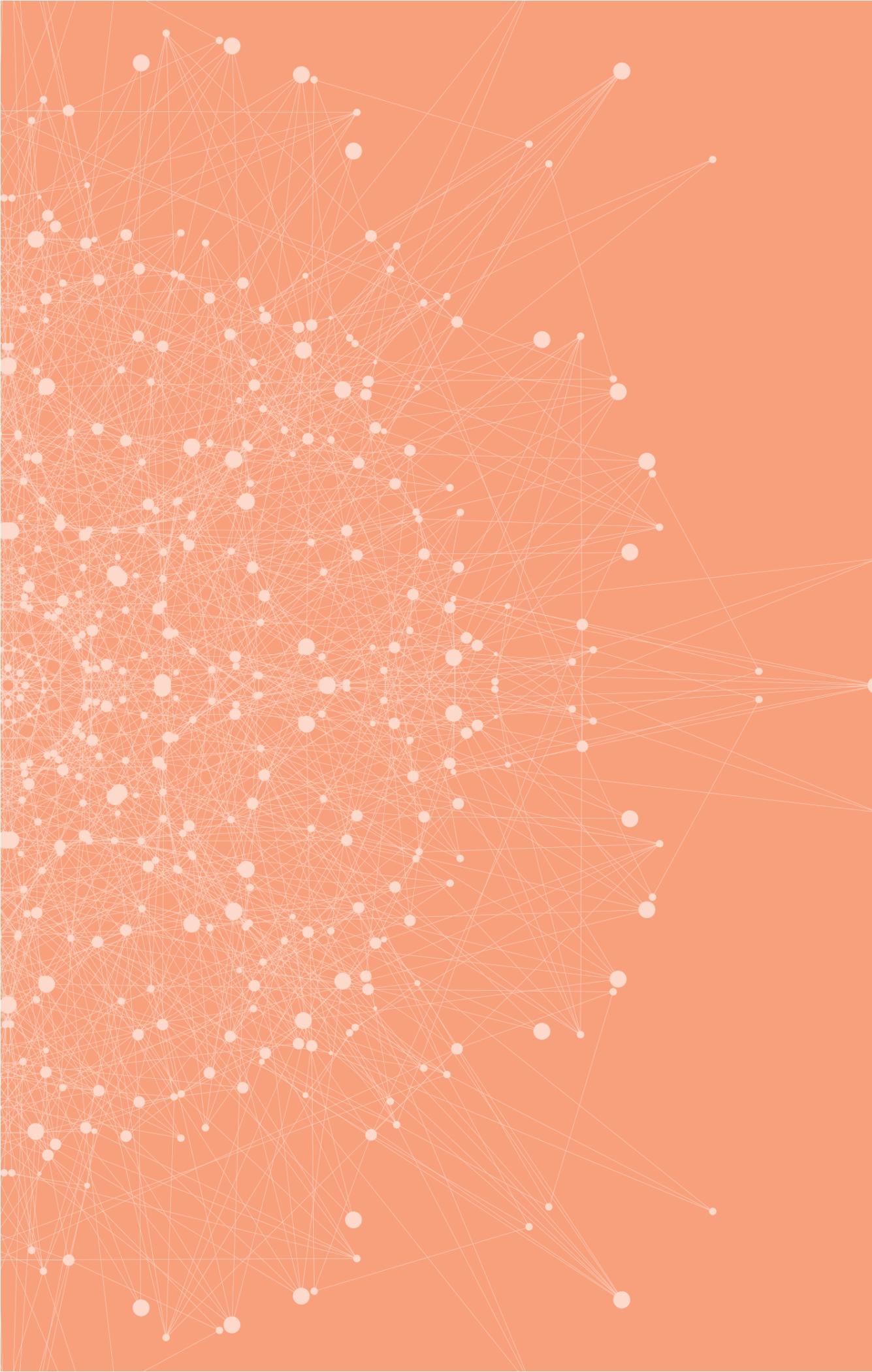


2020

relatório de
sustentabilidade



VIVARA



sumário

04	Mensagem da Administração
07	Sobre o relatório
10	A Vivara
24	Nosso compromisso
38	Nossa comunidade
56	Nosso planeta
65	Anexo GRI
77	Créditos

mensagem da administração

102-14

Somos fortes juntos

Mesmo em momentos tempestuosos – e principalmente nestes – é importante saber manter o rumo. Nas seis décadas de história da Vivara, 2020 provavelmente foi o período mais desafiador que já vivemos. Diante das adversidades, nossa gestão responsável e sustentável se tornou ainda mais sólida e nos guiou na busca por novas formas de cuidar das pessoas e fazer negócios. A força da estratégia estabelecida se manteve como fio condutor de nossa atuação.

No meio de tantas incertezas, conseguimos entregar um ano de transformação – e isso só foi possível porque nossos times foram incansáveis. Diante das necessidades de mudança de rotinas e formas de trabalho, nossos colaboradores demonstraram uma extraordinária capacidade de adaptação e superação.

Juntos, de forma engajada e solidária, com presença diária mesmo à distância, repensamos os processos e enxergamos diferentes possibilidades, crescendo no ambiente digital. Atingimos diversos recordes que só uma equipe inquieta e comprometida conseguiria entregar, como o crescimento de 191% nas vendas digitais e o maior volume de receita em um único trimestre (R\$ 596,6 milhões no último trimestre de 2020).

MARCIO MONTEIRO KAUFMAN
EX-CEO E MEMBRO DO
CONSELHO DE
ADMINISTRAÇÃO



Essas realizações são amparadas por uma visão de sustentabilidade que passa pela forte atenção a cada etapa do processo de fabricação e venda, da extração de matérias-primas ao tipo de embalagens, e que também traz como princípio o cuidado com as pessoas e com o planeta. Essa atenção se desdobrou nas precauções e medidas para enfrentamento da pandemia em nossas operações e na doação de recursos e kits de higiene pessoal a entidades parceiras. Esteve também no cuidado com os clientes, por meio de novos modelos de atendimento e entregas, como o projeto Joias em Ação, iniciativa de vendas diretas que alcançou excelentes resultados no ano.

Pusemos à prova nossos compromissos e nossos valores, que demonstraram ser realmente o nosso bem mais valioso, por meio das relações de confiança mútua com todos os nossos públicos, do trabalho em equipe, de nossa capacidade de resiliência. Tam-

PAULO KRUGLENSKY
CEO



bém nos mantivemos fiéis aos nossos compromissos externos, como a iniciativa para garantia de mineração responsável – Initiative for Responsible Mining Assurance (IRMA), o Pacto Global das Nações Unidas e os Princípios de Empoderamento Feminino da ONU Mulheres.

Os resultados do ano inevitavelmente foram afetados pelo fechamento das lojas, e encerramos o ano com queda de -10,2% no faturamento. Com uma importante evolução mês após mês, a recuperação no último trimestre (+14,4% sobre o mesmo período de 2019), obtida mesmo com restrição de fluxo em loja e horário de atendimento reduzido, foi um forte sinal da recuperação dos resultados. Considerando a incerteza do momento no início da pandemia, revisamos nosso plano de expansão para o ano, reduzindo a previsão de novas aberturas de 50 para 21. No fim do ano, entregamos 28 novas operações, refor-

çando nosso compromisso de ampliar a nossa presença nos principais shoppings do país.

Para 2021, retomaremos a expansão orgânica acelerada, e a omnicanalidade ganhará ainda mais relevância estratégica. Seguimos atentos aos desdobramentos relacionados à pandemia e diligentes na tomada de decisão. Temos solidez financeira e alta liquidez, com recursos suficientes para as oportunidades de consolidação e para reforçar nossa posição de liderança de mercado.

O ano de 2020 reforçou uma certeza que já tínhamos registrada em um de nossos valores corporativos: “somos fortes juntos”. Agradecemos a todos os acionistas, colaboradores, fornecedores, parceiros e clientes pela confiança em nossa Companhia.

MARCIO KAUFMAN
PAULO KRUGLENSKY



sobre o relatório

Transparência a qualquer tempo

102-1 | 102-45 | 102-49 | 102-50 | 102-51 | 102-52 | 102-54

Apresentamos o segundo Relatório de Sustentabilidade da Vivara Participações S.A., que traz os resultados e reflexos do período compreendido entre janeiro e dezembro de 2020, um momento histórico e desafiador para todos nós. Este relatório, de ciclo anual, foi preparado em conformidade com as Normas da Global Reporting Initiative (GRI) opção: Essencial, referência internacional em sustentabilidade, e tem seu conteúdo alinhado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que fazem parte da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), iniciativa internacional que apoiamos em nossos negócios. Neste ano, nosso Relatório avança com a inclusão de indicadores não reportados no ano anterior, bem como de itens relevantes pelo contexto da pandemia.

A Vivara Participações S.A é a *holding* que controla a Tellerina Comércio de Presentes e Artigos para Decoração S.A. ("Tellerina") e Conipa Indústria e Comércio de Presentes, Metais e Artigos de Decoração Ltda. ("Conipa"). Assim, as demonstrações financeiras consolidadas são relacionadas a este grupo e operações.

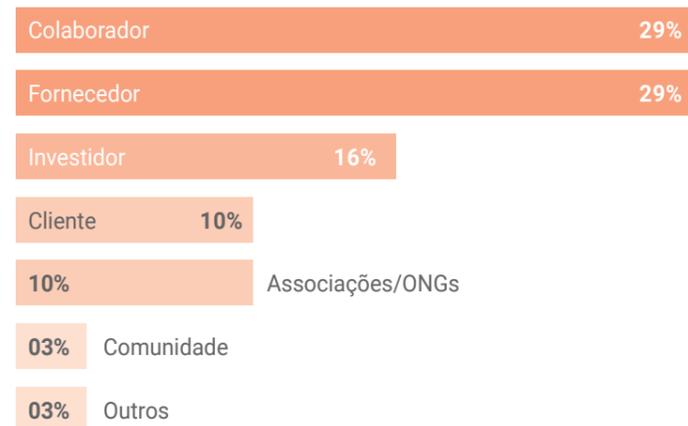
Engajamento de nossos públicos

102-40 | 102-42 | 102-43 | 102-44 | 102-46 | 102-47 | 102-49 | 102-53 | 103-1

Os assuntos aqui abordados seguem a consulta realizada com nossos stakeholders em março de 2020.

A partir da análise de relatórios de empresas do setor e avaliação interna das diretrizes corporativas para sustentabilidade, foram identificados temas potenciais para materialidade, levados a consulta respondida por meio de questionário on-line por 31 pessoas de nossos públicos de interesse (colaboradores, fornecedores, investidores, clientes, associações, comunidade e outros). As respostas foram cruzadas com os ODS da Agenda 2030, com nossas políticas corporativas e visão estratégica do negócio, dando origem à nossa matriz de materialidade que aponta quais temas e indicadores são relevantes para nossos públicos.

PERFIL DOS RESPONDENTES



A matriz apresentou sete tópicos prioritários relativos à sustentabilidade, que se desdobraram em 15 aspectos materiais. Para o Relatório de 2020, foram incluídos aspectos materiais em razão da pandemia e foi revista a correlação com os ODS e apresentação dos indicadores.

TEMA	TÓPICOS MATERIAIS	INDICADORES GRI	LIMITE DO TÓPICO ²		ODS ³
			DENTRO	FORA	
Ética e integridade	<ul style="list-style-type: none"> • Transparência • Combate à corrupção • Promoção e defesa dos direitos humanos 	102-24 ¹ , 102-25 ¹ , 102-26 ¹ , 102-28 ¹ , 201-4, 205-1, 205-2, 205-3, 206-1, 406-1, 408-1, 409-1, 410-1, 412-1, 412-2	✓		8, 12, 16
Cuidado com o time	<ul style="list-style-type: none"> • Saúde e segurança dos colaboradores • Promoção da diversidade e da igualdade entre colaboradores da Vivara • Oportunidades de desenvolvimento dos colaboradores – treinamento e educação 	202-1, 401-1, 402-1, 403-1, 403-8, 403-9, 403-10, 404-1, 404-3, 405-1	✓		3, 4, 5
Segurança e satisfação do cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidade sobre o produto e relacionamento com clientes 	416-2, 417-3, 418-1		✓	12
Fomento à adoção de boas práticas sociais e ambientais na cadeia de valor	<ul style="list-style-type: none"> • Relacionamento com fornecedores 	308-1, 414-1	✓	✓	9, 17
Gestão ambiental e mudanças do clima	<ul style="list-style-type: none"> • Resíduos e materiais • Água • Energia • Emissões • Medidas de adaptação às mudanças climáticas 	201-2 ¹ , 301-1, 301-2, 302-1, 302-3, 303-3, 303-4, 303-5, 305-2, 305-3, 305-4, 306-1, 306-2, 305-1		✓	11, 12, 13, 14, 15
Desempenho econômico e operacional	<ul style="list-style-type: none"> • Resultado econômico alcançado e percentual revertido à sociedade 	102-151, 201-1	✓		8
Contribuição ao desenvolvimento de comunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Relacionamento com comunidades locais 	203-1, 411-1, 413-1, 413-2		✓	11, 12, 16, 17

O cruzamento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e suas metas com os indicadores GRI reportados pode ser consultado no Índice Remissivo localizado no fim do Relatório.



Dúvidas e sugestões relativas a esta publicação podem ser enviadas para o e-mail: sustentabilidade@vivara.com.br.

1. Para o Relatório de Sustentabilidade 2020, foram realizadas a revisão e a inclusão de indicadores em relação aos que foram reportados no ciclo anterior.
 2. O limite do tópico apresenta onde ocorrem os impactos, se dentro ou fora da Vivara.
 3. Foram revistos os ODS associados aos temas materiais em relação ao ciclo passado. Dessa forma, entendemos que estão mais aderentes aos nossos negócios.

a Vivara

Uma história única e especial

102-2 | 102-4 | 102-5 | 102-6 | 102-7 | 102-10

Existimos para fascinar os nossos clientes, oferecendo a melhor experiência na escolha do presente perfeito. Desde o início de nossas atividades, em 1962, nós nos preocupamos com cada detalhe de nossas peças, que são confeccionadas com o mesmo cuidado com que os antigos ourives esculpam exemplares únicos e atemporais.

Seis décadas depois, e preservando a mesma sensibilidade que marca a nossa trajetória, somos a maior rede de joalherias do país, sociedade anônima aberta com 267 pontos de venda físicos em 24 estados brasileiros, e atendemos todas as cidades do Brasil via *e-commerce*. Contamos ainda com nossa fábrica, instalada em Manaus, e com escritório administrativo, logística e assistência técnica, localizados em São Paulo. Em 2020, apesar da peculiaridade do ano, demos sequência ao nosso plano de expansão e inauguramos 28 novas operações: 18 lojas Vivara, 7 lojas Life by Vivara e 3 quiosques. No mesmo período, fechamos uma loja – localizada no Aeroporto de Guarulhos – e encerramos a operação de 13 quiosques que, em sua maioria, foram convertidos em lojas.



Mesmo diante das adversidades enfrentadas, as conquistas obtidas foram resultado do trabalho dedicado de nossos 3.220 colaboradores, que souberam se adaptar e se reinventar perante as necessidades de adequação do negócio. Por meio do cuidado com as pessoas, do engajamento das equipes e da cooperação entre todos os grupos, garantimos mais um ano brilhante em nossa história.

Somos a maior rede de joalherias do país

DESTAQUES DO ANO

+191,2 %

versus 2019



Recorde de vendas digitais

R\$ 596,6 mi

4T20



Recorde de receita em um único trimestre

R\$ 1,34 bi



Receita bruta

R\$ 1,17 bi



Patrimônio líquido

R\$ 2,14 bi



Ativo total

41%



dos clientes foram inéditos em 2020

NPS 90



Excelência no atendimento

3.220



colaboradores

88%



de presença feminina na força de trabalho e nos cargos de gestão

68 horas



Média de 68 horas de treinamento por colaborador

R\$ 1,0 mi



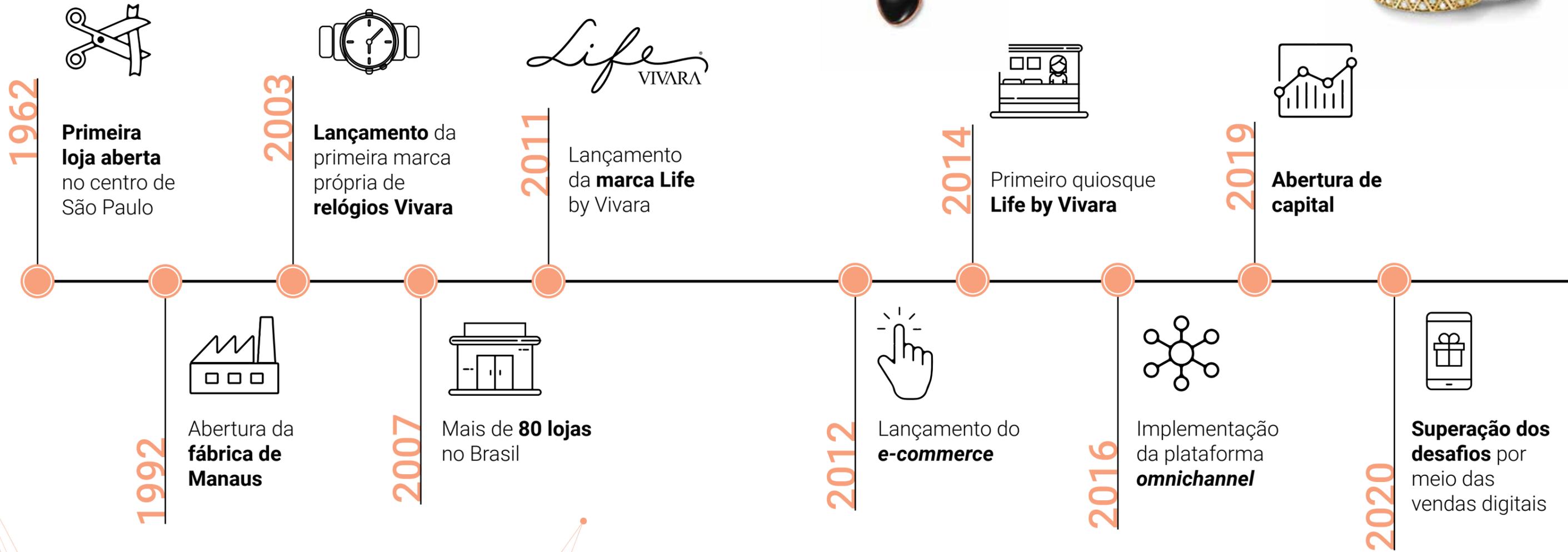
em doação para o fundo Luz Alliance

10 mil kits



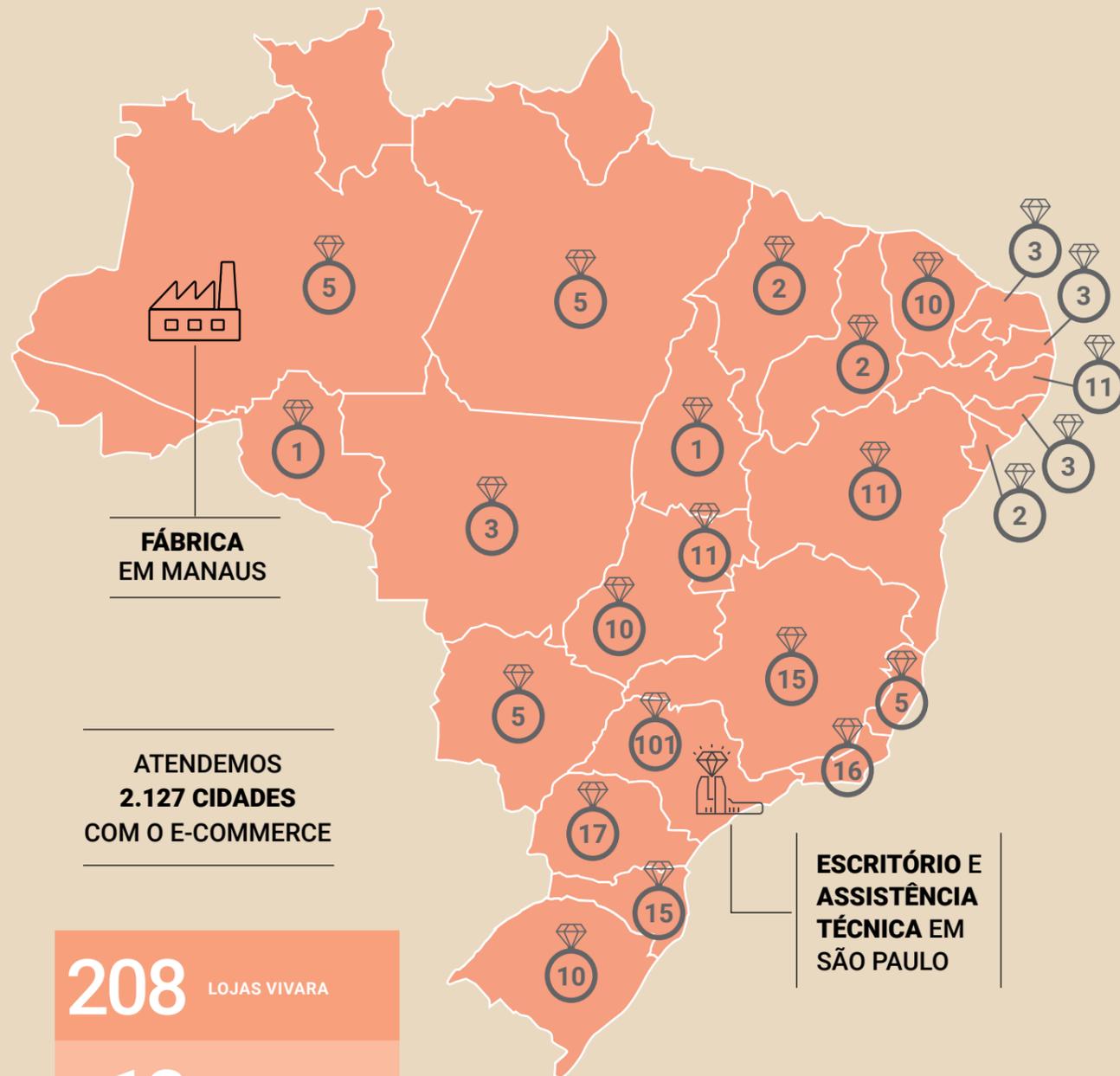
de higiene pessoal distribuídos em parceria com a Cruz Vermelha

LINHA DO TEMPO



PRESENÇA GEOGRÁFICA

102-4



208 LOJAS VIVARA

13 LOJAS LIFE BY VIVARA

46 QUIOSQUES

267 PONTOS DE VENDAS

Marcas

102-2 | 102-6 | 102-7

Inspiração, inovação, encanto, personalidade e delicadeza. Desde o início de nossa trajetória, estes são atributos que consideramos a partir da seleção de fornecedores e matérias-primas até a produção final de nossas joias. De olho no futuro e respondendo às demandas dos nossos clientes – sem esquecer a tradição de desenvolver cada uma de nossas peças com cuidado e exclusividade –, expandimos nosso portfólio de produtos. Relógios, fragrâncias e acessórios também fazem parte dos artigos que compõem nossas marcas.

Com o inesperado cenário pandêmico, nossas rotinas se transformaram a partir do *home office*, da aceleração digital e dos novos desafios dessa vida diante das telas. Essas mudanças tiveram impacto na atmosfera e nas tendências de 2020, influenciando nossos lançamentos, que se destacaram diante do crescimento das joias em ouro e prata à frente de outros produtos do varejo.

VIVARA

Cada peça da marca Vivara é única e exclusiva. Desenhadas com cuidado, delicadeza e inovação, nossas joias são parte de coleções que têm sua própria personalidade. Marca tradicional, elegante e moderna destinada a clientes que prezam por qualidade e sofisticação.



Life VIVARA

A Life by Vivara nasceu em 2011 como resposta à demanda dos nossos clientes. A marca produz mais de 1,5 mil tipos de joias em prata, que possibilitam infinitas combinações por meio da criatividade de quem compra ou presenteia. Marca associada a todos os gêneros e todas as idades, para quem valoriza a moda e procura peças descontraindas, colecionáveis e com preço mais acessível.



VIVARA ACCESSORIES

São produtos de alta qualidade que proporcionam desde a eternização de momentos até conferir mais estilo ao dia a dia de nossos clientes. Carteiras, óculos, canetas, porta-joias e relógios são oferecidos em modelos exclusivos da Vivara; faz parte da nossa estratégia de venda corporativa, que tem como objetivo aumentar capilaridade de distribuição de nossos produtos.

VIVARA WATCHES

A Vivara possui duas marcas de relógio com desenvolvimento próprio e coleções exclusivas: a homônima Vivara e a Akium. Além disso, somos representantes no Brasil de marcas internacionais como Baume & Mercier, Bulova, Coach, Festina, Guess, Hugo Boss, Lacoste, Montblanc, Movado, Movement, Nautica, Olivia Burton, Scuderia Ferrari, Tag Heuer, Tommy Hilfinger e Victorinox.



VIVARA FRAGRANCES

Nossa marca mais jovem, lançada em 2015, tem perfumes femininos da marca Vivara e Life no seu *mix*, e também atende o mundo masculino.

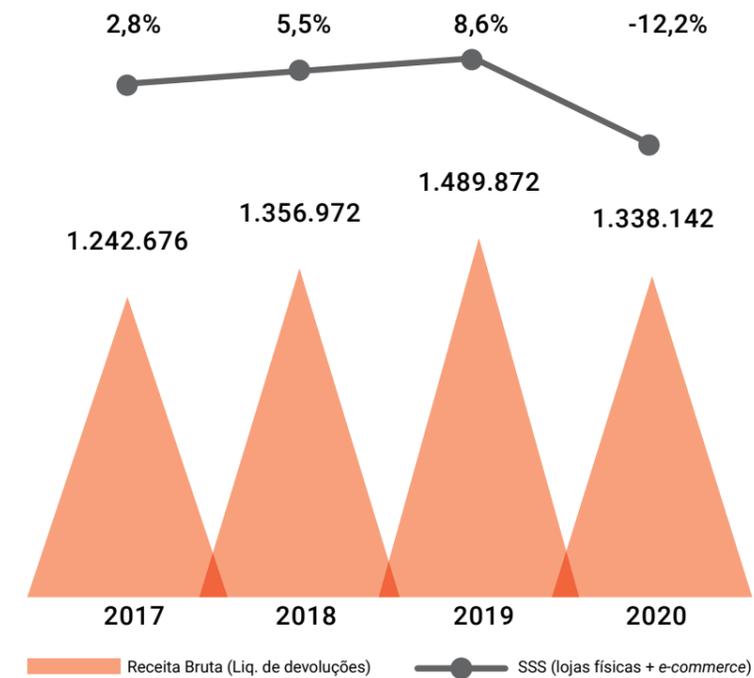


Geração de valor 103-2 | 103-3 | 201-1

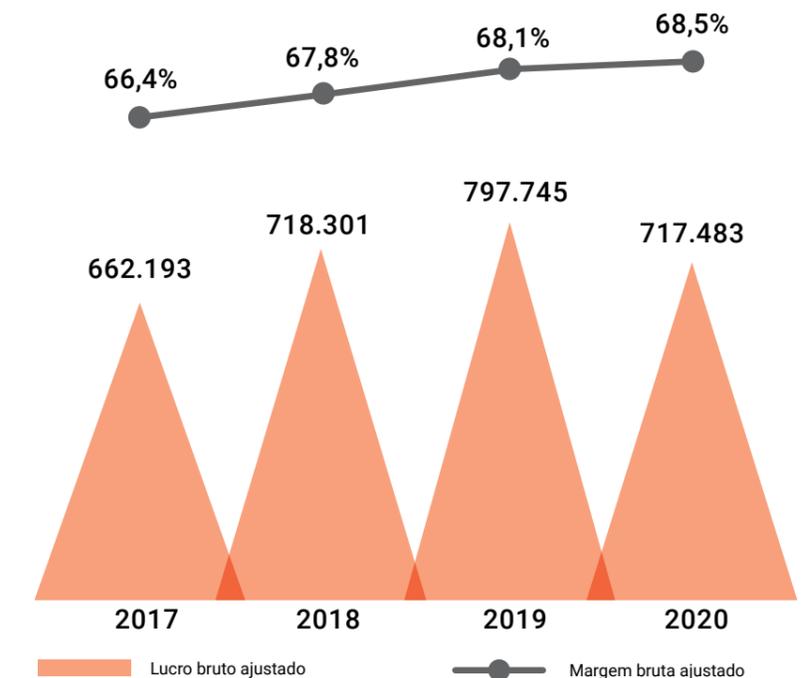
A cultura da sensibilidade e do cuidado é parte da essência da Vivara em seus negócios. Entendemos que a geração de valor, especialmente em um período como o que vivemos, passa necessariamente pela atenção com as pessoas. Os resultados financeiros que obtivemos no ano – que, embora tenham ficado aquém do planejado, foram muito além do que imaginamos que seria possível no início da pandemia – só foram alcançados porque priorizamos a segurança e a saúde de nossos colaboradores, fornecedores e clientes. Exercitamos também nosso papel como agentes sociais por meio de doações e projetos que ajudaram a amenizar a difícil situação de famílias e comunidades.

O resultado do ano foi afetado pelo fechamento das operações, mas apresentou recuperação gradual a partir de agosto. O esforço contínuo na contenção de despesas e a estratégia da omnicanalidade foram os vetores fundamentais para a neutralização dos impactos. Assim, encerramos o ano com receita bruta com queda de 10,2% em relação a 2019, em razão do fechamento das lojas ao longo do ano pela pandemia. Em compensação, no último trimestre, o crescimento foi de 14,4% sobre o mesmo período do ano anterior. A boa composição dos estoques e a adequada política de precificação garantiram expansão de +0,4 p.p. na margem bruta do ano, que ficou em 68,5% mesmo em um cenário de forte aumento de preços dos insumos.

RECEITA (R\$ MIL)



LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA



MEDIDAS E IMPACTOS DA COVID-19



MARÇO

- Migração para *home office*
- Fechamento temporário de lojas
- Fechamento temporário da fábrica
- Estruturação do Comitê de Crise



ABRIL

- Ajuste da estrutura corporativa
- Adesão à Lei 14.020/2020
- Negociação com fornecedores
- Alinhamento de ações com outros varejistas
- Piloto das iniciativas de maximização de receita
- Início da reabertura gradual das lojas – 9 lojas
- Parceria com a Cruz Vermelha para doação de 10 mil kits de higiene para comunidades em situação de vulnerabilidade



MAIO

- Rollout das iniciativas de vendas
- Início da parceria com a Brazil Foundation para doação de R\$ 1 milhão ao longo de 2020
- 26 lojas reabertas
- Retomada da operação da fábrica



JUNHO

- Retomada do Plano de Expansão
- 186 lojas reabertas
- +510,5% de crescimento das vendas digitais



JULHO

- 214 lojas reabertas
- O Joias em Ação atinge 29,4% de participação nas vendas digitais



SETEMBRO

- 100% do parque reaberto
- O Joias em Ação atinge 45,6% de participação das vendas digitais
- Retomada gradual das atividades presenciais no escritório



NOVEMBRO

- Melhor desempenho mensal do ano
- Lojas físicas com SSS¹ positivo (+3,1%)
- Conclusão da integração de 50 praças no projeto de Order Management System
- Convenção de vendas virtual com mais de 2.000 pessoas conectadas
- Recorde de vendas digitais em um único dia



DEZEMBRO

- Fim dos benefícios da Lei 14.020/2020
- Reforço das campanhas de marketing para o lançamento de novas coleções de joias e Life
- Aumento das medidas de restrição em algumas praças

(1) Same store sales. Em português, "vendas nas mesmas lojas".

VENDAS DIGITAIS

O destaque de 2020 foi a aceleração do desempenho de nossas vendas digitais, que atingiram R\$ 309,4 milhões no ano – aumento de 191,2% – em relação a 2019, representando 23,1% da receita total. Esse crescimento foi impulsionado pela estratégia de omnicanalidade, principalmente pelo projeto Joias em Ação – iniciativa de vendas diretas criada após o fechamento das lojas e que representou 25,5% das vendas do canal digitais no ano, ganhando relevância mês após mês.

Os resultados comprovam uma alta capacidade de adaptação de nossas equipes. Entre os principais fatores que contribuíram para as vendas está o trabalho desenvolvido pela Vivara ao longo de seis décadas de atuação, com uma base de clientes histórica superior a 4,7 milhões de pessoas. As estratégias adotadas corporativamente, especialmente nas vendas digitais, e intensificadas em 2020 partem do levantamento das expectativas dos clientes, que são mapeadas e classificadas, criando

clusterizações e apontando tendências. A análise das informações permite identificar o comportamento de compra dos clientes e estabelecer estratégias diferenciadas de aproximação, mostrando para o cliente o que tem mais relevância para ele.

Essas análises e segmentações servem de combustível para mídias digitais e programas de relacionamento como o Joias em Ação, aprofundando as táticas adotadas na jornada digital de nossos clientes. A segmentação, associada à maximização do potencial de cada formato de mídia e à comunicação baseada em empatia e subjetividade, reforça a marca Vivara, aumenta o percentual de retenção de clientes e atrai novos consumidores. Em 2020, mais de 500 mil pessoas fizeram compras na Vivara pela primeira vez. Por outro lado, mais de 30% dos clientes compradores da empresa em 2020 fizeram ao menos uma compra on-line.

VENDAS DIGITAIS

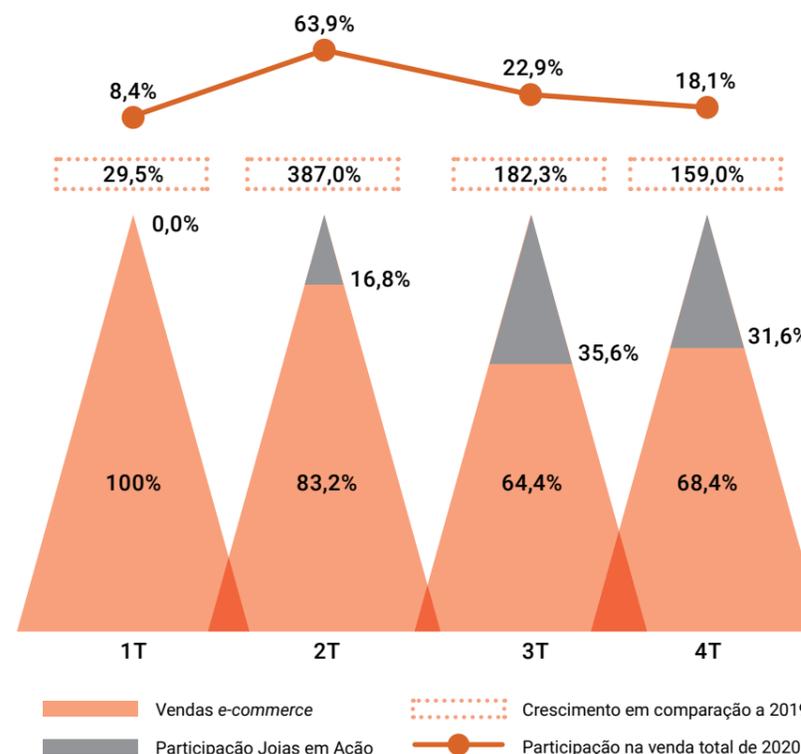
R\$ 309,4 milhões

Crescimento de 191,2% em relação a 2019

23,1% da receita total

Mais de 30% dos clientes em 2020 fizeram ao menos uma compra on-line

EVOLUÇÃO DO CRESCIMENTO DO E-COMMERCE



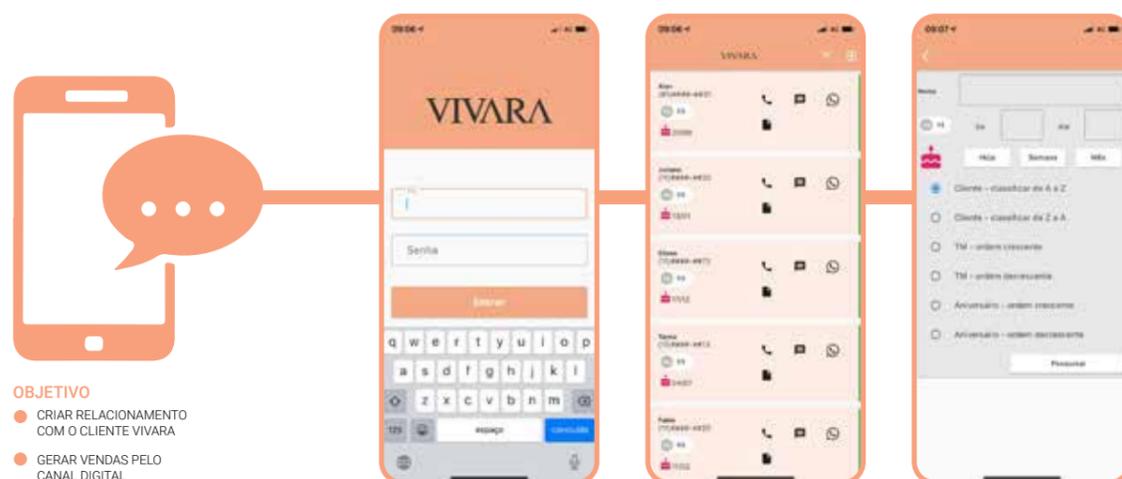
JOIAS EM AÇÃO

Nossos clientes estão acostumados com o atendimento próximo e delicado brindado por nossas vendedoras. Diante do fechamento de nossas lojas durante o período inicial de distanciamento social, buscamos uma solução que replicasse o atendimento humanizado da venda assistida também no canal digital. Foi assim que surgiu o projeto Joias em Ação, modelo de venda remoto assistido criado em abril de 2020 para manter o atendimento personalizado aos clientes da Vivara que, naquele momento, não podiam frequentar nossas lojas físicas.

Por meio do Joias em Ação, nossa força de vendas das lojas passou a fazer a abordagem proativa por telefone, WhatsApp e SMS, baseadas no histórico de compra dos clientes e impulsionando nossas vendas do *e-commerce*. Antes da pandemia, menos de 1% de nossas vendas digitais tinham participação das equipes de loja – no fim de 2020, o Joias em Ação estava presente em cerca de um terço das transações.

Para implementar o projeto – que foi colocado em prática em tempo recorde –, foi preciso realizar uma mudança de *mindset* e reinventar a forma de vender. Nossas vendedoras mostraram uma incrível capacidade de superação e rápida aprendizagem, fazendo da experiência digital uma jornada o mais semelhante possível à presencial. Por meio de construção coletiva, capacitação e acompanhamento diário, os resultados começaram a surgir, permitindo o estabelecimento de metas a partir da realidade das atividades.

O projeto ganhou novas funcionalidades ao longo dos meses e, atualmente, permite tanto atendimento proativo, por meio da abordagem a clientes frequentes, quanto o atendimento receptivo, para clientes que demandam consultoria on-line.



SUPERAÇÃO FABRIL

Quando suspendemos as operações da nossa fábrica, já tínhamos nosso estoque bem composto por produtos diversificados em todas as categorias. Retomamos a produção, no início de maio, para a produção da malha da pulseira Life (agora feita internamente) e, logo depois, reiniciamos a produção de joias para garantir a correta composição de estoque para toda a rede nessa retomada.

Rapidamente adaptamos nossas operações para as novas exigências do mercado. Como as vendas digitais se mantiveram, tínhamos o compromisso de criar novos produtos mesmo com as lojas fechadas, readequando processos de desenvolvimento de produtos e estratégias de marketing.

Outro desafio foi adaptar nosso planejamento, feito originalmente com métricas de médio e longo prazo, para um período de contínua exigência de reinvenção fabril. Como o comportamento dos clientes dos canais digitais se dá de forma diferente de quem compra nas lojas, foi preciso adaptar estoques e reestabelecer prioridades de produção. Foi preciso enxergar como fazer de outra forma para poder atender a demanda e manter a qualidade do estoque.

Em 2021 a fábrica receberá investimentos relevantes em novos equipamentos e obras civis com o objetivo de aumentar a produção de joias, produtos Life e relógios, de acordo com o planejado.

nosso compromisso

102-16

MISSÃO

Ser a marca mais desejada da América Latina para celebrar momentos especiais.

VISÃO

Existimos para fascinar os nossos clientes, oferecendo a melhor experiência na escolha do presente perfeito.

COMPROMISSOS

Estamos empenhados em prestar nossos serviços com excelência, visando à plena satisfação de nossos clientes, bem como em propiciar um ambiente de trabalho saudável e produtivo para os nossos colaboradores.

Desse modo, no desenvolvimento de nossas atividades, nós nos comprometemos a:

- Basear nosso relacionamento com o nosso público na honestidade, integridade e respeito, de maneira a estabelecer relações de confiança mútua, pautadas por princípios éticos necessários ao exercício da tarefa empresarial;
- Cumprir as leis e regulamentações trabalhistas;
- Respeitar as pessoas independentemente de sua posição hierárquica, origem, cor, etnia, cultura, idade, nível social, capacidade física, religião e orientação sexual, sendo rechaçada qualquer prática de discriminação; e
- Atuar com compromisso com a qualidade do ambiente de trabalho, garantindo a integridade física e moral de nossos colaboradores.



VALORES

- Sentimento de dono: temos paixão pela empresa. Pensamos, agimos e lideramos comprometidos com o resultado e nosso código de conduta;
- Fascinar o cliente: temos o desejo incessante de conquistar e fidelizar os nossos clientes. Trabalhamos com determinação para surpreendê-los nos momentos especiais, com produtos e experiências de qualidade;
- Criatividade: fazemos da criatividade a nossa maior marca, buscando soluções inovadoras e eficazes;
- Somos fortes juntos: valorizamos, desenvolvemos e reconhecemos nosso time em um ambiente colaborativo, meritocrático e de alta performance; e
- Resiliência: somos capazes de nos adaptar às mudanças e temos persistência para superar os obstáculos encontrados.

Governança corporativa

102-18 | 102-24 | 102-25 | 102-26 | 102-28

Desde nossa fundação, responsabilidade e integridade são atributos inegociáveis em nossas operações. Construímos essa história em parceria com a nossa cadeia de fornecimento, colaboradores, clientes e parceiros, pautados sempre por manter a seriedade e a transparência em todas as relações. Com ações listadas no Novo Mercado da B3 – Brasil, Bolsa, Balcão desde 2019, a Vivara se compromete com o mais alto nível de governança corporativa da bolsa brasileira.

Nosso Conselho, conforme regimento, pode ser composto por no mínimo 5 e no máximo 9 membros, todos eleitos e destituíveis pela Assembleia Geral, com mandato unificado de dois anos e possibilidade de reeleição. No mínimo 2 deverão ser conselheiros independentes conforme a definição do Regulamento do Novo Mercado. Atualmente, o Conselho conta com 5 membros, sendo 4 deles independentes. A definição dos conselheiros considera as qualificações, diversidade de conhecimentos e de gênero, experiências, a complementaridade de vivências executivas, a identificação com os princípios de atuação empresarial da Vivara e a ausência de conflitos de interesse. A diretoria é composta por no mínimo 4 e no máximo 10 membros, acionistas ou não, eleitos e destituíveis a qualquer tempo pelo Conselho de Administração, sendo permitida a acumulação de cargos.



É função do Conselho de Administração determinar e acompanhar a implementação da estratégia da companhia. Entre as informações, passam pela análise dos conselheiros o relatório de administração da Vivara, os projetos de expansão e os programas de investimento, a gestão de riscos, e a avaliação de desempenho dos principais executivos da companhia. O Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças e o Comitê de Pessoas, Cultura e Governança assessoram o Conselho de Administração na definição e implementação da estratégia e como um fórum de discussão e recomendações sobre estruturas administrativas e operacionais.

A Vivara possui Política de Indicação de Membros do Conselho de Administração, Comitês e Diretoria Estatutária, bem como Política de Transações com Partes Relacionadas e Demais Situações Envolvendo Conflito de Interesse, ambas disponíveis em nosso site de Relações com Investidores.



<https://ri.vivara.com.br/governanca-corporativa/estatuto-e-politicas/>

O Conselho de Administração e seus comitês realizam sua autoavaliação como órgão e de cada um de seus membros no mínimo uma vez por ano. Os diretores estatutários também são avaliados individualmente pelo Conselho de Administração. A condução do processo de avaliação é de responsabilidade do presidente do Conselho de Administração, sendo facultativa a utilização de assessoria externa especializada. Os resultados das avaliações são utilizados para avaliar o desempenho e buscar oportunidades de melhorias na governança da empresa.

Segundo dados do Ethos, apenas 8,6% dos conselhos do Brasil têm presença feminina. A Vivara faz parte desse número, com 40% de presença de mulheres em seu Conselho de Administração. Em 2020, nosso Conselho de Administração era composto por cinco membros, sendo 80% deles independentes.



COMPOSIÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

João Cox Neto – Presidente

Principais contribuições: Finanças Corporativas e Governança Corporativa

Sylvia de Souza Leão Wanderley – Membro

Principais contribuições: Planejamento Estratégico, Gestão de Pessoas e Marketing

Anna Andrea Votta Alves Chaia – Membro

Principais contribuições: Estratégia de varejo, Marketing e Operação

Fábio Coelho – Membro

Principais contribuições: Estratégia Digital, Omnicanalidade e Inovação

Márcio Monteiro Kaufman – Membro

Principais contribuições: Empreendedorismo, Gestão e Visão de Negócios.

Comitê de Auditoria, Riscos e Finanças: responsável por supervisionar a qualidade e integridade dos relatórios financeiros, a adesão às normas legais, estatutárias e regulatórias, a adequação dos processos relativos à gestão de riscos e as atividades dos auditores independentes.

Comitê de Pessoas, Cultura e Governança: responsável por supervisionar assuntos relativos ao desenvolvimento humano e organizacional e aos processos referentes à gestão de pessoas, cultura organizacional e governança corporativa.

GESTÃO DE RISCOS

102-11 | 102-15 | 102-30

O gerenciamento de riscos é de responsabilidade do Conselho de Administração, do Comitê de Auditoria, Finanças e Riscos, da Área de Auditoria Interna, da Área de Compliance e Controles Internos e das Áreas de Negócio, que possuem atribuições distintas e devem atuar de maneira integrada. O Comitê de Auditoria, Finanças e Riscos avalia e monitora a exposição da Vivara a riscos que possam afetar a sua sustentabilidade, avaliando a efetividade do modelo de gestão de riscos e sugerindo soluções de aprimoramento dos processos internos.

- Riscos estratégicos: que podem impedir ou afetar o atingimento das decisões estratégicas da Companhia para os objetivos do negócio;
- Riscos operacionais: que envolvam a operação, sistemas de informação, processos, controles internos, clientes, receitas e outros ativos que podem implicar perdas financeiras, danos de reputação e imagem, declínio do resultado da Companhia, entre outros;
- Riscos financeiros: decorrentes de efeitos não esperados no cenário econômico, político e nas tendências de mercado que podem ter reflexo no comportamento do consumidor, na taxa de juros, inflação, em investimentos financeiros, entre outros. Os riscos financeiros também englobam os riscos de crédito causados por falhas de cliente ou contraparte de um instrumento financeiro em cumprir

com suas obrigações contratuais, que podem ocorrer principalmente dos recebíveis originados por clientes do varejo, por aplicações financeiras e riscos de liquidez; e

- Riscos de *compliance*: causados pela falha no cumprimento de leis, regras, regulamentos e políticas internas de ética e conduta, ou pela existência de processos em aberto ou processos futuros que podem resultar em perda financeira e prejudicar a imagem e a reputação da Companhia.



Ética e conduta

103-2 | 103-3 | 205-1 | 205-3

Pela contínua valorização dos padrões éticos ao longo de nossa história e também pela atenção aos detalhes que caracteriza nosso negócio, atingimos o padrão de excelência e maturidade nos controles de processos. Isso se reflete em nosso Código de Conduta, revisitado em 2020, que estabelece as condutas que orientam o negócio e os relacionamentos da Vivara por meio de sua governança corporativa e de seus colaboradores, de forma ética, transparente, profissional e de respeito mútuo.

Entre os avanços de 2020 na estrutura organizacional esteve a criação da Diretoria Jurídica e de Compliance. A área também é responsável pelos processos de controles internos, acompanhando a efetividade de processos e avaliando riscos com relatórios mensais dos controles.

Foram realizados, no ano, treinamentos e aprimoramentos das políticas e procedimentos da empresa, principalmente sobre proteção de dados, lavagem de dinheiro e canal de denúncias, com



nível de diligência maior em relação a estes processos e atualização de políticas e procedimentos. A Política Interna de Lavagem de Dinheiro e Combate ao Terrorismo, revisada no ano, estabelece diretrizes e atende às normas e regulamentos vigentes relacionados aos temas. Foi lançado também em 2020 o Código de Conduta do Fornecedor (veja mais no capítulo Fornecedores).

Nosso Canal Aberto possibilita comunicação segura e, se desejada, anônima de condutas consideradas antiéticas ou que violem os princípios éticos e padrões de conduta ou a legislação vigente e, em 2020, passou a ser gerido pela nova Diretoria Jurídica e de Compliance. O canal pode ser acionado pelo telefone 0800 377 8024 ou em nosso site corporativo.

O risco de corrupção da Vivara é limitado ao risco na tratativa com órgãos públicos no caso de fiscalizações nas suas dependências, seja na matriz ou nas filiais. Durante o ano de 2020, não registramos casos confirmados de corrupção. Atualmente, o atendimento dessas fiscalizações é centralizado em uma área do grupo Vivara.

Conforme a legislação brasileira, o setor de joias, pedras e metais preciosos é re-

gulamentado pelo Conselho de Controle de Atividades Financeiras (Coaf), unidade federal que faz a identificação de ocorrências de atividades ilícitas relacionadas à lavagem de dinheiro. Assim, realizamos registro de operações de compras feitas por clientes no valor igual ou superior a R\$ 10 mil e comunicamos ao Coaf os pagamentos em espécie de valor igual ou superior a R\$ 30 mil.



Estratégia de sustentabilidade

102-12 | 102-13

A sustentabilidade é uma característica intrínseca de nossos negócios diretamente relacionada à responsabilidade e à eficiência. Cada vez mais se torna também um requisito de compra, especialmente de produtos com alto valor agregado, para clientes que estão preocupados com propósito, origem de matérias-primas e quesitos socioambientais.

Por isso acreditamos que o tema deve se estabelecer de maneira transversal em todas as dimensões de nossa empresa, e trabalhamos continuamente

para engajar as diferentes áreas de negócio nesta temática: os pilares da sustentabilidade sempre estiveram incorporados em nossas atividades e decisões. Em 2020, concretizamos a criação da área dedicada ao tema e iniciamos um trabalho de estruturação de nossa estratégia com a construção de uma agenda de sustentabilidade.

A partir da consulta realizada com nossos públicos de interesse em 2020, estabelecemos nossa matriz de materialidade e trabalhamos para evoluir na medição dos indicadores considerados

rados relevantes e na vinculação desses aspectos à estratégia corporativa como um todo.

Como forma de acelerar esse processo, incorporamos os objetivos de sustentabilidade a nossas metas estratégicas, atrelando o resultado dos projetos ao bônus de gestores e executivos de diferentes áreas. Em 2020, foram estabelecidas metas de auditoria em fornecedores, comunicação interna e externa em sustentabilidade, fornecedores com ciência ao nosso Código de Conduta de Fornecedores divulgado no ano e gestão de resíduos na fábrica.

Tivemos um resultado bastante satisfatório no primeiro ano da iniciativa, atingindo 82% nas entregas propostas. Além dos gestores e executivos envolvidos diretamente nas metas e considerados os multiplicadores do assunto dentro das áreas, tivemos o envolvimento indireto de diversos colaboradores que contribuíram para implementação e execução dos projetos.

Diante do cenário de pandemia, foi necessário redimensionar os investimentos que seriam priorizados pela companhia durante o período mais crítico de fechamento das operações, inclusive os relacionados a estratégias de sustentabilidade, para manter o foco em assegurar a segurança e a saúde de nossos colaboradores, fornecedores e clientes, bem como a saúde financeira do nosso negócio. Gradualmente, os investimentos voltaram a ser realizados com a cautela necessária e a diligência exigida para o período.

EMPODERAMENTO FEMININO

A presença feminina já está atrelada ao DNA dos negócios da Vivara. Além de sermos uma empresa que emprega um grande time de mulheres, também vendemos, em maioria, para mulheres. Nossas joias são desenhadas e produzidas para um público diverso, de forma que cada um dos detalhes atenda o desejo de uma mulher e, que por meio dessa joia, ela possa se expressar mostrando seu estilo e personalidade.

Esse direcionamento foi potencializado no fim de 2019 com nossa adesão aos Princípios de Empoderamento das Mulheres, vinculados à ONU Mulheres e ao Pacto Global. Mais do que firmar um documento, traduzimos na prática de nossas atividades esses princípios por meio de programas e ações já consolidados e outros em desenvolvimento.



Os sete princípios do empoderamento feminino

1

ESTABELECEM LIDERANÇA CORPORATIVA SENSÍVEL À IGUALDADE DE GÊNERO NO MAIS ALTO NÍVEL

Na Vivara, 88% dos cargos de liderança são ocupados por mulheres, bem como 50% de nossa diretoria e 40% do Conselho de Administração.



2

TRATAR TODAS AS MULHERES E HOMENS DE FORMA JUSTA NO TRABALHO, RESPEITANDO E APOIANDO OS DIREITOS HUMANOS E A NÃO DISCRIMINAÇÃO

Nossos critérios de seleção são baseados na experiência profissional requerida para a função e na adequação à cultura institucional. A diversidade é um dos princípios destacados em nosso Código de Conduta.



3

GARANTIR A SAÚDE, SEGURANÇA E BEM-ESTAR DE TODAS AS MULHERES E TODOS OS HOMENS QUE TRABALHAM NA EMPRESA

O programa corporativo Viva Bem é um conjunto completo de ações de bem-estar e qualidade de vida que atua na saúde física e mental, incentiva a sustentabilidade e dedica cuidado especial às gestantes, além de trazer benefícios familiares



4

PROMOVER EDUCAÇÃO, CAPACITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL PARA AS MULHERES

Nossa força de vendas é 100% feminina, e dedicamos especial atenção à capacitação comercial. Em 2020, foram totalizadas 219.659 horas de treinamento, com média de 68 horas de treinamento por colaboradora e 88% de adesão.



5

APOIAR EMPREENDEDORISMO DE MULHERES E PROMOVER POLÍTICAS DE EMPODERAMENTO DAS MULHERES POR MEIO DAS CADEIAS DE SUPRIMENTOS E MARKETING

O Contemporâneas Vivara é um projeto de arte pública que representa um cuidado especial com a fala feminina e, por meio de oficinas e mentorias, ofereceu ferramentas para a viabilização de projetos que tenham as mulheres como protagonistas e em função de liderança.



6

PROMOVER A IGUALDADE DE GÊNERO VIA INICIATIVAS VOLTADAS À COMUNIDADE E AO ATIVISMO SOCIAL

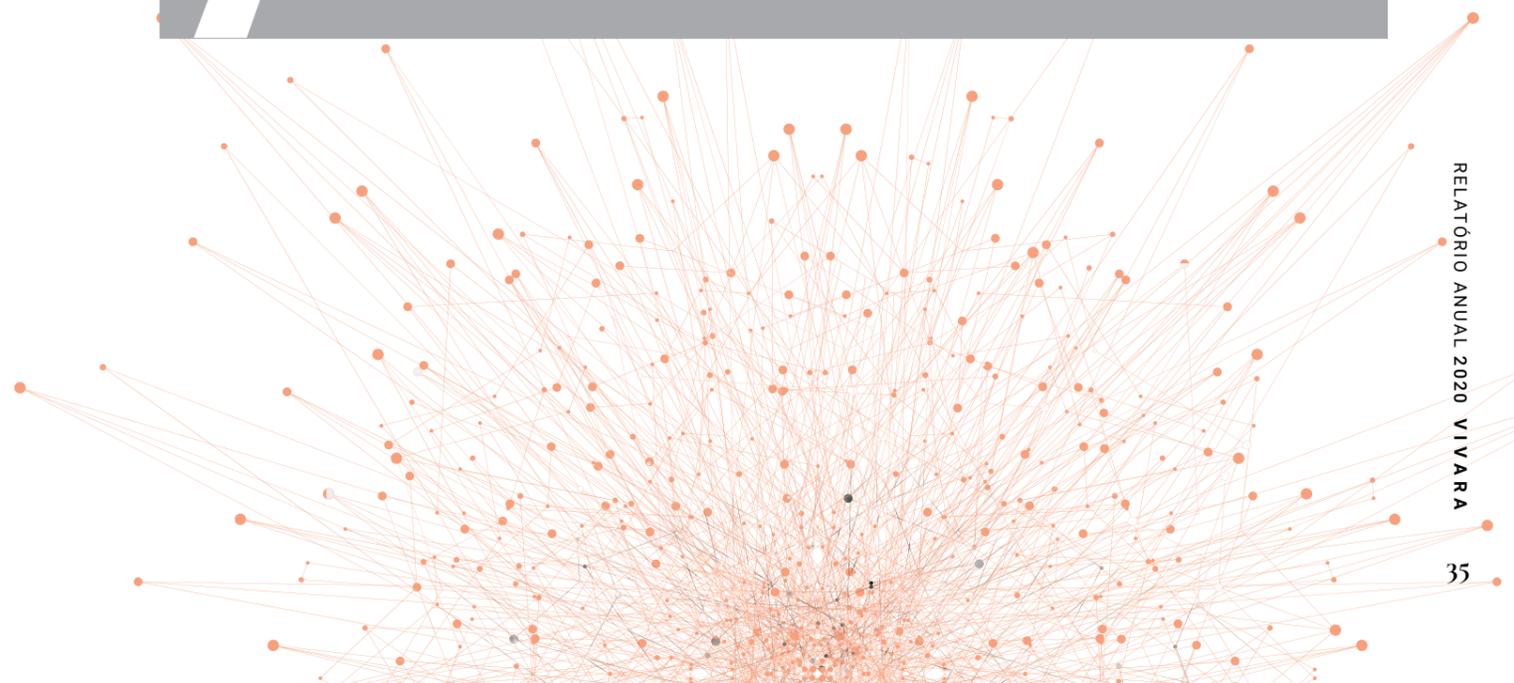
Dentro do projeto Contemporâneas, conversas em formato de webinários trataram dos desafios e oportunidades para a consolidação das mulheres como agentes do desenvolvimento artístico e cultural no Brasil.



7

MEDIR, DOCUMENTAR E PUBLICAR OS PROGRESSOS DA EMPRESA NA PROMOÇÃO DA IGUALDADE DE GÊNERO

Os indicadores de sustentabilidade que monitoramos incluem a diversidade de gênero do nosso quadro funcional e a equanimidade de nossas condições de trabalho.



PACTO GLOBAL E AGENDA 2030

Nossa adesão voluntária ao Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU) nos compromete com a execução de ações concretas e mensuráveis em favor dos seus 10 princípios ligados aos direitos humanos, às normas de trabalho, ao meio ambiente e à luta contra a corrupção, bem como a contribuir para o cumprimento dos 17 ODS da Agenda 2030. Pelas características de nossos negócios, consideramos que dois ODS se destacam em nossa participação na sociedade: o ODS 5 – “Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas” e o ODS 12 – “Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis”. Para dar consistência ao nosso engajamento à Agenda 2030, os temas materiais de nossa estratégia de sustentabilidade, bem como os indicadores deste relatório, estão vinculados aos ODS (veja mais no capítulo Sobre o Relatório).



COMPROMISSO SETORIAL 103-2 | 103-3 | 206-1

Buscamos o desenvolvimento e a responsabilidade em nossa cadeia de fornecimento, ajudando nosso mercado a se fortalecer de forma mais sustentável. Somos a única joalheria brasileira membro do Conselho de Joalheria Responsável (Responsible Jewellery Council), organização mundial que busca difundir as melhores práticas sustentáveis entre empresas do setor. Essa participação marca nosso comprometimento com a adoção e a disseminação de práticas éticas em nossa cadeia de atuação. Temos o dever de assegurar a conformidade, a integridade e a transparência de todo o nosso ciclo produtivo, desde a extração de materiais até o tipo de embalagens que colocamos no mercado.

Também somos a única joalheria da América Latina a fazer parte da IRMA, comunidade global que engaja mineradoras, indústrias, entidades setoriais, organizações não governamentais e sociedade civil em boas práticas e na responsabilidade compartilhada na cadeia produtiva.

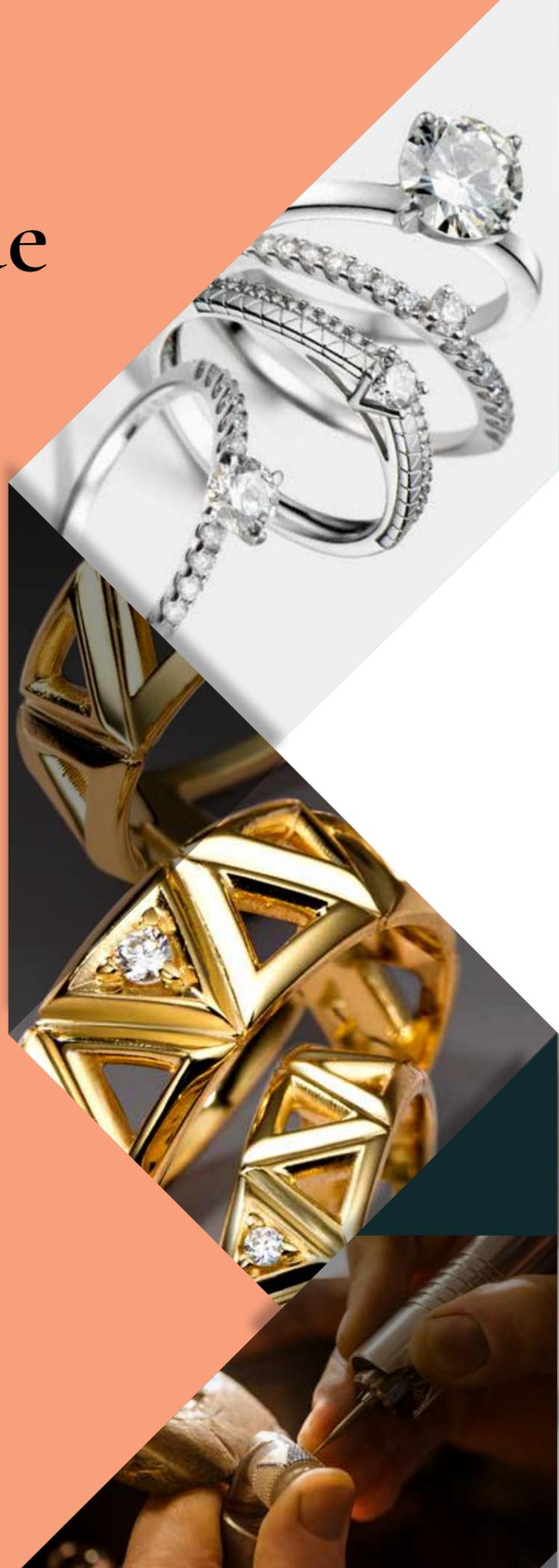
Os diamantes utilizados em nossas joias são oriundos de minas certificadas também pelo processo Kimberley, que garante o fluxo de diamantes legais extraídos em países fora de zonas de conflito. Lançado em 2003, o processo Kimberley é uma coalizão de governos, sociedade civil e indústria de diamantes para eliminar o comércio dos “diamantes de conflito”, pedras utilizadas por movimentos rebeldes ou seus aliados para financiar conflitos destinados a minar governos legítimos. Os países participantes do programa se comprometem a satisfazer requisitos de importação e exportação, ter práticas transparentes e fazer o intercâmbio de dados estatísticos críticos.

noossa comunidade

Um ano de cuidado e engajamento 102-7

No dia 20 de março de 2020, decidimos fechar todas as lojas físicas, mesmo nos shoppings com operação normal, para preservar a saúde de nossos colaboradores, clientes e parceiros. A reabertura gradual foi iniciada no dia 29 de abril, seguindo decisões dos governos locais e todos os protocolos de saúde e segurança. Ao longo dos meses seguintes, mesmo depois de ter todas as lojas reabertas, operamos com horário reduzido e restrições de fluxo de clientes em lojas. Com o objetivo de proteger nossas pessoas, nossa fábrica em Manaus ficou de portas fechadas por aproximadamente 2 meses.

Estruturamos um comitê de crise para atuar de forma ágil na tomada de decisão e enfrentamento da pandemia, que trabalhou para disseminar as melhores práticas em nossas operações. Foram inúmeras discussões, decisões colegiadas, grupos de trabalho multidisciplinares que trabalharam para dar suporte às transformações necessárias para a segurança das pessoas e a saúde financeira do negócio. Exploramos formas distintas de comunicação com nossos públicos, usando ferramentas tecnológicas para atuar de forma remota em *lives*, *chats* e *videochamadas*.



Quando analisamos os resultados das decisões tomadas, que surpreenderam nossas expectativas iniciais, vimos que não teria como ser diferente. Nossas equipes se dedicaram arduamente à execução dos projetos com uma capacidade enorme de se adaptar ao novo e encontrar a melhor opção para seguirmos.

Somos uma companhia de cultura forte, com valores enraizados e muita obsti-

nação por resultado. O engajamento de nossos públicos se mostrou, mais do que nunca, um diferencial competitivo.

Assim, tentamos retribuir com nosso compromisso e cuidado para seguirmos juntos. Aprofundamos relações com nossos clientes e fornecedores, valorizamos nossos colaboradores, contribuimos para as comunidades e buscamos oferecer os melhores resultados para nossos acionistas.

Proximidade ao cliente 103-2 | 103-3 | 416-2

Nosso objetivo é oferecer produtos e serviços que encantem e atendam às necessidades e aos desejos de nossos clientes. Nesse sentido, a evolução na percepção e satisfação do cliente, com o atingimento do Net Promoter Score (NPS) 90, é um fator de reconhecimento dos esforços que empregamos para oferecer excelência no atendimento.

Em um ano em que nosso contato com os consumidores esteve fortemente mediado pelas telas, utilizamos a inteligência de dados com ainda mais efetividade para estarmos perto de nossos clientes, oferecendo o que eles queriam no momento em que precisavam. O aumento de presença digital, a expansão dos investimentos em marketing e a composição adequada de estoques nos ajudaram a atingir uma importante marca em 2020: cres-

cimento de 41% no número de novos clientes no ano.

As redes sociais, junto com o *e-commerce*, foram nossas principais vitrines durante o período de distanciamento social. Contando histórias e promovendo eventos interativos, conseguimos utilizar essas ferramentas para fortalecer nossas campanhas e também apoiar as pessoas nos momentos mais difíceis da pandemia.



NET PROMOTER SCORE É UMA MÉTRICA DE AVALIAÇÃO PERIÓDICA DA SATISFAÇÃO E LEALDADE DOS CLIENTES UTILIZADA POR EMPRESAS DE TODOS OS PORTES.

CANAIS DE VENDA E SERVIÇOS

Nosso grande projeto do ano foi o Joias em Ação, que proporcionou o contato humanizado mesmo no período em que as lojas estavam fechadas (veja mais informações no capítulo Geração de Valor). Por meio do WhatsApp, nossos clientes também podem tirar dúvidas rapidamente, em qualquer horário, via *chatbot*.

Antes da pandemia já fazíamos o Pickup Store (compra no site e retirada em loja), bem como vendas na loja de produtos do e-commerce com o uso de *tablets* (prateleira infinita). Com a implantação do Order Management System (OMS), integramos o estoque de 50 lojas, o que nos permitiu oferecer conveniência, diversificação de produtos e mais rapidez nas entregas das vendas digitais. Assim, em 2020, iniciamos o Ship From Store – Venda digital e entrega em casa, além de aprimorar o serviço que já oferecíamos, garantindo mais rapidez na entrega e conveniência para o cliente, que pode decidir onde quer comprar e como quer receber.

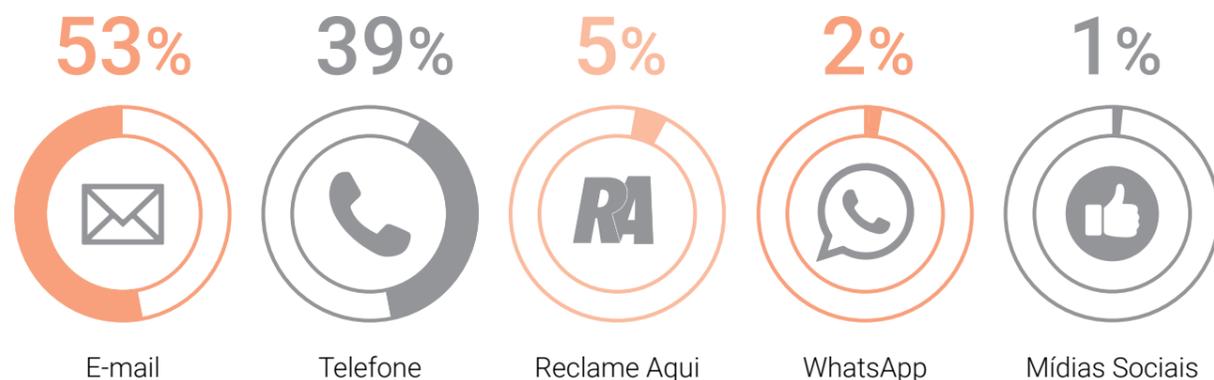
As vendas digitais contaram também com serviço de Drive Thru nos shopping

centers durante o período de fechamento do comércio. Em 2021, faremos o aperfeiçoamento e a consolidação das tecnologias e integrações entre as plataformas utilizadas para as diferentes ações criadas em 2020.

Em 2020, recebemos cerca de 172 mil chamados por meio da nossa central telefônica, e-mails, WhatsApp e interações em nossas redes sociais. Respondemos a 8.997 solicitações pelo Reclame Aqui em 2020. Tivemos um grande número de reclamações no ano, por atrasos na entrega durante os primeiros meses da pandemia, em razão das dificuldades logísticas encontradas no período de adaptação. Atuamos com transparência com nossos clientes, solucionando as questões dentro das possibilidades apresentadas no período e regularizando as entregas. [103-211033](tel:103-211033) | [103-34173](tel:103-34173) | [103-4181](tel:103-4181)

Nosso cuidado com esse canal resultou no reconhecimento da Vivara com o selo RA 1000, reputação máxima que uma empresa pode conquistar no sistema, que destaca as empresas que apresentam excelentes índices de atendimento.

CANAIS DE ATENDIMENTO



TIPOS DE CONTATO



CAMPANHAS E AÇÕES

Como nossas campanhas influenciam clientes em todo o território nacional, temos uma grande preocupação em ter uma comunicação cada vez mais focada em diversidade, tanto na seleção de modelos para campanhas de redes sociais quanto em nosso clube de influenciadoras digitais, que tem alcance nacional e também foco regional.

Em nossas ações de marketing externo e interno, buscamos incluir aspectos que reflitam nossas linhas de atuação responsável, como a busca pela sustentabilidade e o reforço do empoderamento feminino. Acreditamos que, além do nosso fortalecimento como marca responsável, estamos promovendo consciência e questionamento positivo de nossos clientes.



Vivara nas redes ¹⁰²⁻⁶

3,4 milhões de seguidores no Instagram

Mais de 3,4 milhões de seguidores no Instagram (Vivaraonline e Lifebyvivara)

57 milhões de seguidores por nossas embaixadoras

Mais de 57 milhões de seguidores por nossas embaixadoras de marca (Gisele Bündchen e Marina Ruy Barbosa)

68,5 milhões de pessoas

Comunicação regional via mais de 30 influenciadores digitais chega a mais de 68,5 milhões de pessoas

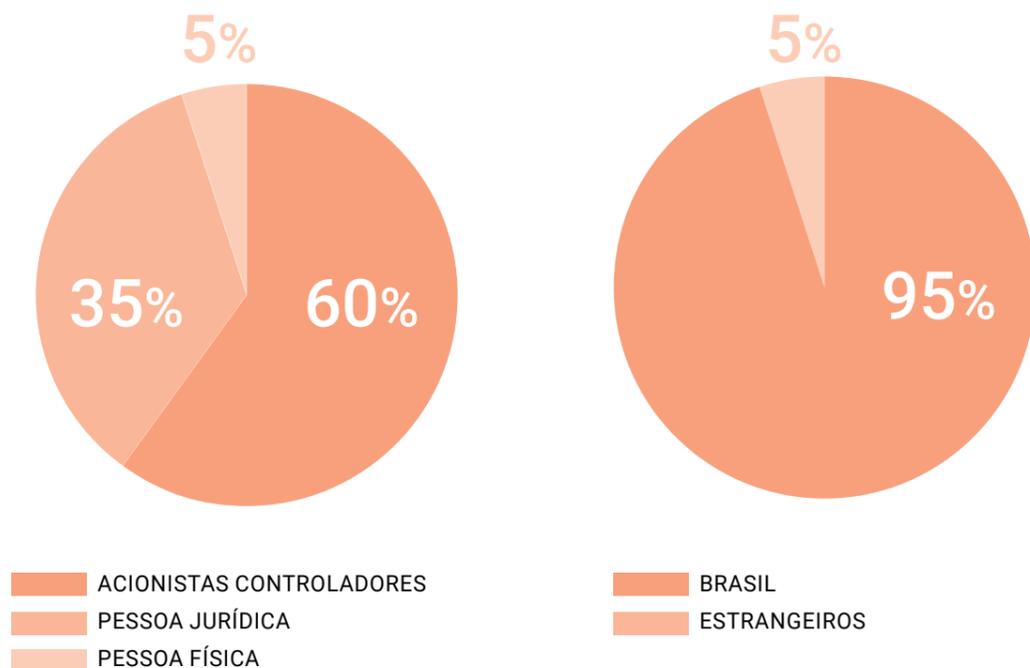
24 milhões de seguidores

Linhas temáticas em parceria com grandes empresas, como a Disney e a Pixar, que somam mais de 24 milhões de seguidores



Confiança dos investidores ¹⁰²⁻¹⁰

COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA



Desde a Oferta Pública Inicial – Initial Public Offering (IPO) –, concluída em outubro de 2019, a Vivara segue com 40% de suas ações em circulação de forma pulverizada e 60% detidas pelos acionistas do grupo controlador. Ao todo, são 236.197.769 ações ordinárias listadas no Novo Mercado, o mais alto nível de Governança Corporativa da B3 – Brasil, Bolsa e Balcão S.A., sob o *ticker* VIVA3. Encerramos 2020 com 55.809 acionistas em nossa base acionária, uma expansão de 56,8% em relação ao fechamento do ano anterior, composta principalmente por pessoas físicas.

Durante o início da pandemia, um de nossos cuidados foi o de comunicar aos investidores todas as medidas que estávamos tomando e explicar os impactos nos negócios. Com a preservação do caixa e o balanço do ano fortalecido, garantimos aos acionistas que os recursos captados pelo IPO fossem colocados na estratégia de longo prazo da companhia, que segue bastante promissora.

Nossa solidez e a confiança de nossos controladores nos auxiliaram a alcançar resultados que celebramos. No ano, mesmo com a pandemia da Covid-19 e seus impactos no mercado de capitais, as ações VIVA3 valorizaram 1,3% (ajustada por eventos societários), enquanto o Ibovespa teve uma valorização de 0,4%, atingindo valor de mercado de R\$ 6,9 bilhões em 30 de dezembro. O volume financeiro médio diário de negociação das ações da Vivara foi de R\$ 38,01 milhões em 2020.

As ações da Vivara passaram a integrar mais 5 índices em 2020, totalizando 8 índices B3, sendo eles: IBRA (Índice Brasil Amplo), ICON (Índice de Consumo), IGCT (Índice de Governança Corporativa Trade), IGCX (Índice Governança Corporativa), IGNM (Índice de Ações com Governança Corporativa Novo Mercado), INDX (Índice Industrial), ITAG (Índice de Ações com Tag Along Diferenciado) e SMLL (Índice Small Cap).

Colaboradores

103-2 | 103-3 | 401-1 | 402-1

Todos os resultados que alcançamos como empresa passam pela dedicação e pelo profissionalismo de nossas equipes. Por isso, trabalhamos também para que os colaboradores da Vivara vivam histórias únicas e especiais, seguindo nosso propósito.

Com a pandemia da Covid-19, o cuidado com as equipes ganhou a prioridade no fluxo de decisões. A adaptação das pessoas que estavam nas operações físicas ao novo cenário foi um desafio assumido com muita responsabilidade, e todas as decisões tomadas tiveram como ponto principal a segurança de nossa gente.

Além do fechamento das lojas em março, a equipe da área administrativa passou a trabalhar em regime *home office*, a fábrica foi fechada temporariamente e o time de logística, segurança, e assistência técnica mantiveram o seu trabalho com todos os rigorosos protocolos de segurança e higiene. Para preservar os empregos, fomos a primeira empresa do segmento de varejo a concluir as negociações com os sindicatos para utilizar os benefícios da Lei 14.020/2020, o que nos permitiu redução de jornada e suspensão de contratos – 100% de nossos colaboradores são abrangidos pelas convenções coletivas. Além disso, a aplicação das medidas de redução e suspensão de jornada foi estruturada para que os colaboradores tivessem a menor redução possível na renda líquida mensal. ¹⁰²⁻⁴¹

Mesmo longe, não perdemos a proximidade com os times, estimulando o engajamento, o foco nas atividades e a saúde mental. Reuniões sistemáticas por videochamada mantiveram a energia nas

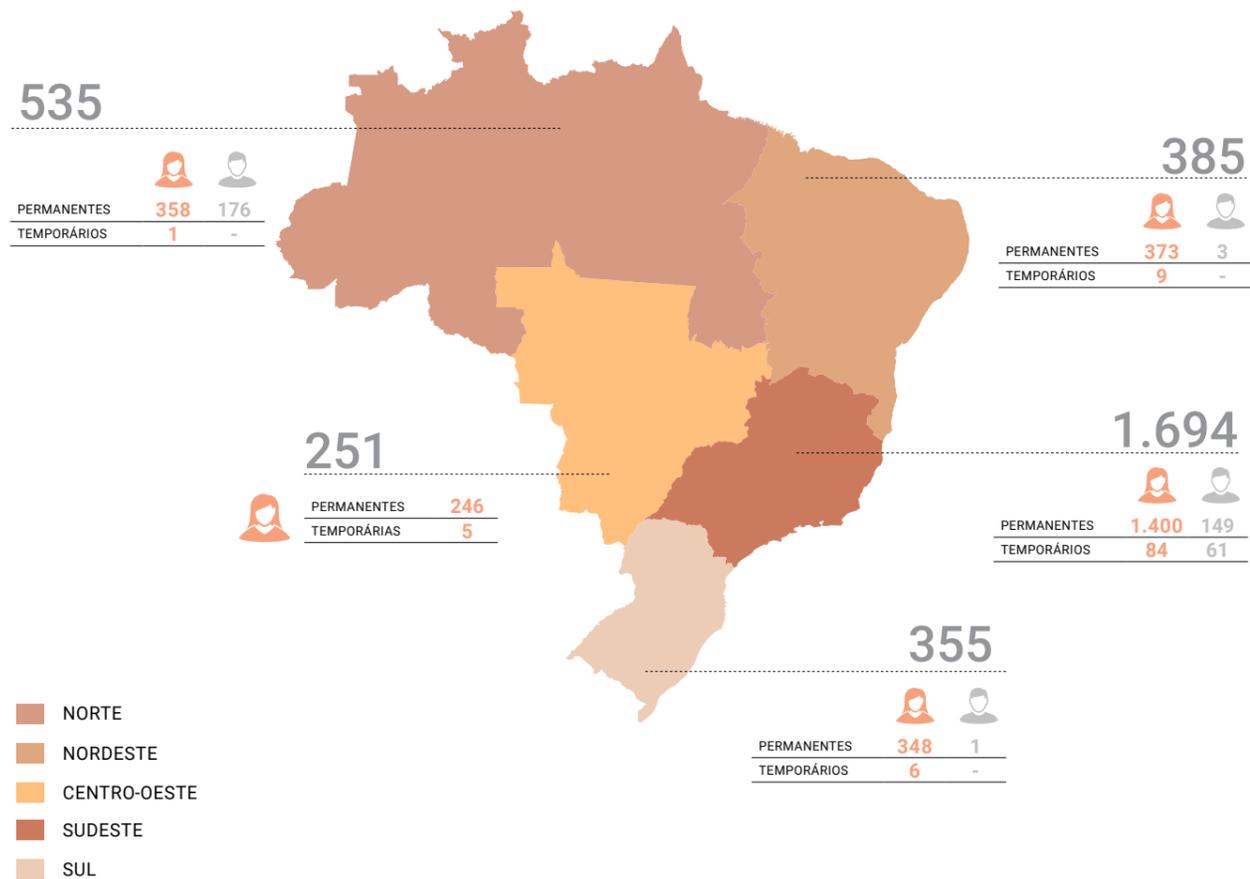
operações. Para manter a transparência e o diálogo, realizamos 68 palestras virtuais, enviamos mais de 230 comunicados e informativos internos e realizamos inúmeras ações de endomarketing. A motivação das equipes foi também promovida pela presença constante das lideranças diretas na rotina das atividades presenciais ou remotas por meio de visitas virtuais e contatos frequentes. Nossos cuidados foram rapidamente respondidos com aumento no índice de engajamento dos colaboradores.

As necessidades de transformação foram potencializadas com a estruturação de *squads* estratégicos. Na retomada das atividades presenciais, comitês internos definiram os procedimentos para um retorno seguro, feito de forma gradual, com proteção às pessoas de grupo de risco, horários determinados pelas autoridades sanitárias e monitoramento de cada loja. Criamos um passaporte para cada colaborador, ferramenta tecnológica que serve para registrar e monitorar suas condições de saúde, bem como a efetividade dos protocolos de segurança adotados para o trabalho presencial.

Na nossa tradicional Convenção Anual de Vendas, conectamos, de forma virtual, mais de 2.000 pessoas, em 2 dias de evento, para comemorarmos os resultados que entregamos até aquele momento e nos prepararmos para o fim do ano.



TOTAL DE COLABORADORES POR REGIÃO DO BRASIL 102-8 | 405-1



SAÚDE, BEM-ESTAR E SEGURANÇA NO AMBIENTE DE TRABALHO 103-2 | 103-3 | 403-1 | 403-8 | 403-9 | 403-10

Promover a saúde e a qualidade de vida de nossos colaboradores sempre foi um compromisso da Vivara – e se tornou uma prioridade ainda mais significativa diante da pandemia com a consolidação do programa Viva Bem. Foram implementadas no ano ações de comunicação, físicas e virtuais, voltadas à saúde em geral, bem como ações gerais voltadas à prevenção da Covid-19, como questionário de saúde, triagem, palestras orientadoras, sinalizações físicas para distanciamento social, disponibilização de álcool em gel, máscaras de proteção e inclusão de divisórias para maior isolamento do colaborador nas atividades possíveis, além do monitoramento diário de casos suspeitos e confirmados. Por meio dos planos de saúde parceiros, passamos a oferecer atendimento também de telemedicina para dar mais segurança e garantir o isolamento no atendimento remoto aos beneficiários, além de um ambulatório específico para atendimento de Covid-19 em Manaus.

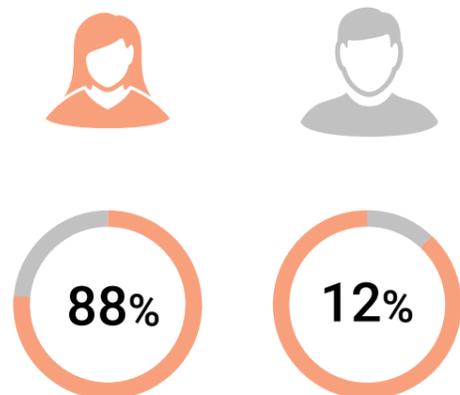


Fazemos acompanhamento e adequações de materiais visando à eliminação de possíveis riscos ocupacionais. Trabalhamos também com consultorias especializadas em saúde e bem-estar (Healthbit e Mercer Marsh) e temos parceria com a Gympass, que possibilita aos colaboradores uma vida mais saudável por meio da atividade física. Em 2020, mais de 1.500 colaboradores baixaram o aplicativo e 460 se mantiveram ativos, realizando mais de 9.500 *check-ins* no ano.

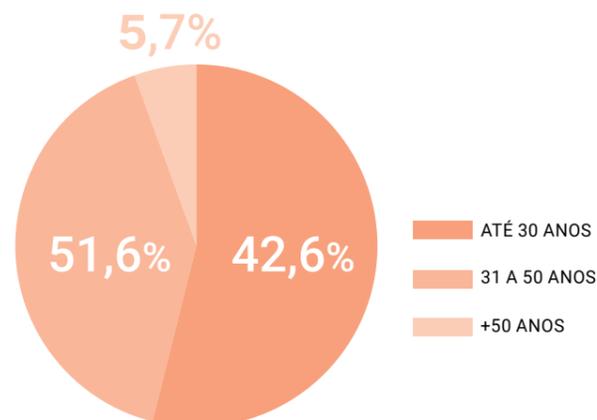
Em 2020, tivemos 2 acidentes de trabalho e nenhum óbito relacionado a questões laborais, apresentando taxa de frequência de 0,25 e taxa de gravidade de 52,15. Não temos registro de caso de doença ocupacional. 403-9

Além de equipe interna, contamos com consultoria especializada em saúde e segurança ocupacional – a RH VIDA, empresa líder no setor –, responsável pela gestão do Programa de Prevenção e Riscos Ambientais e do Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional. Os indicadores da área são gerenciados por meio do SOC – Software Integrado de Gestão Ocupacional, que engloba 100% dos colaboradores da companhia (lojas, fábrica e escritórios) em um sistema único e integrado. Realizamos avaliações periódicas quanto ao cumprimento das normas via monitoramento.

PERFIL POR GÊNERO



PERFIL POR FAIXA ETÁRIA



DESENVOLVIMENTO CONTÍNUO

103-2 | 103-3 | 404-1 | 404-3 | 410-1

Em nosso Ciclo de Carreira anual, implantado em 2016, passam por avaliação corporativa todos os colaboradores da empresa, com exceção dos que ocupam cargos de auxiliar de produção e dos contratados pelo programa Jovem Aprendiz. Para participar do processo de avaliação, o colaborador deve ter no mínimo 6 meses de contratação. Em 2020, 74% de nossos profissionais foram avaliados.

Para os colaboradores que não possuem cargo de liderança o processo é composto por autoavaliação, avaliação de superior imediato, *feedback* e plano de desenvolvimento individual (PDI). Para os líderes, o processo contempla as etapas de: autoavaliação, avaliação de superior imediato, subordinados e pares; resultados de metas do ano anterior, reunião de gente – momento em que os líderes discutem sobre os membros de suas equipes em relação aos resultados da avaliação; *feedback* e PDI.

Nosso Programa de Capacitação, antes voltado apenas para o público de loja, foi estendido para todos os colaboradores, o que ocasionou o cadastro de 720 novos colaboradores na plataforma de treinamentos on-line Mundo Vivara em 2020. Lançado em setembro, nosso Painel de Aprendizagem detalha os conteúdos a serem trabalhados pelas colaboradoras durante seu período de treinamento.

Todos os treinamentos que eram realizados de forma presencial nas lojas passaram a ser ministrados de forma totalmente digital. Webinários, aulas ao vivo, cursos on-line e materiais para *download* disponibilizados em nossa biblioteca virtual se tornaram protagonistas diante da impossibilidade de treinamentos presenciais pela crise sanitária. A eficácia desse método é comprovada pela média das notas das colaboradoras, que se mantiveram altas nesse período, e pelos *feedbacks* recebidos.

3.220

usuários ativos na plataforma de educação a distância (EAD) Mundo Vivara (inclusão EAD)



Média nas notas de Avaliação de Reação de 9,6, demonstrando a satisfação com os treinamentos.



68 horas

de treinamento por colaborador



Aumento de 288%

no volume de conteúdos disponibilizados internamente para dar suporte às mudanças e preservar a saúde dos colaboradores



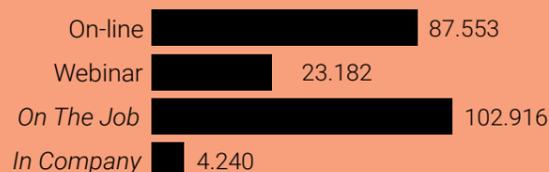
167

conteúdos desenvolvidos





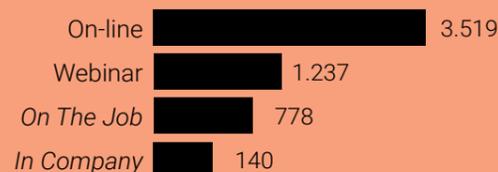
Horas Totais – Treinamentos



Total de Horas
217.891



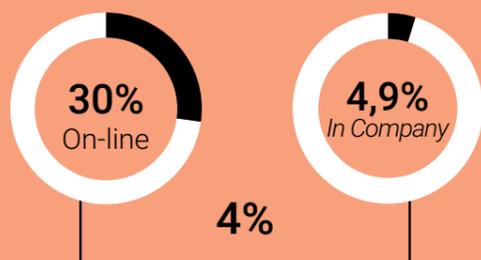
Quantidade de Colaboradores Treinados



Quantidade de Homens



% Homens



Quantidade de Mulheres



% Mulheres



As operações administrativas, logística, assistência técnica e fábrica começaram a realizar seus treinamentos pelo Mundo Vivara na segunda metade do ano de 2020.

A reestruturação da base de dados e dos relatórios da Plataforma Mundo Vivara em andamento permitirá a segmentação por categoria funcional a partir de 2021.

Com todos esses cuidados e uma página de carreiras bem estruturada, registramos no ano evolução de nossa marca empregadora.

INCLUSÃO E DIVERSIDADE

103-2 | 103-3 | 202-1 | 406-1 | 412-2

AS MULHERES REPRESENTAM¹: 405-1

88% do total de colaboradores

88% das lideranças

50% do total do quadro de diretores

40% de nosso Conselho de Administração

Nosso corpo funcional é marcado pelo empoderamento feminino e pela diversidade etária. Desde 2014 realizamos com nossas equipes treinamento específico de Inclusão à Diversidade, que faz parte da trilha inicial de todos os colaboradores da Vivara e trata sobre a inclusão de pessoas com deficiência no ambiente de trabalho. Desde 2018, a capacitação está disponível de forma on-line na plataforma Mundo Vivara e, nesses 2 anos, foram treinadas 1.870 pessoas. Em 2020, 15% de nossos colaboradores foram capacitados nessa temática, em um total de 477 horas de treinamento.

Todos os colaboradores são também treinados para compreensão e engajamento ao nosso Código de Conduta, que fala sobre o respeito à diversidade e à pessoa de forma geral, entre outros

temas. A última atualização desse treinamento foi publicada em setembro de 2020 e alcançou 67% de nossos colaboradores (total de 2.142 horas).

Nosso Canal Aberto recebe e apura eventuais casos de discriminação. Em 2020, recebemos 2 relatos do tipo, entre outros temas. No encerramento do ano, os casos estavam em processo de análise. As avaliações são realizadas de maneira alinhada ao Código de Conduta da Vivara. 103-2 | 103-3 | 405-1

1. Dados do fechamento de 2020.





Desenvolvimento da cadeia de fornecimento

103-2 | 103-3 | 102-9 | 308-1 | 414-1

Entendemos que olhar para os desafios da cadeia de valor também é nossa responsabilidade, pois a perenidade de nosso negócio depende da integridade e confiança nas relações, do cuidado com as pessoas e da preservação do meio ambiente nas nossas atividades e decisões diárias. Além disso, a proximidade com nossos fornecedores é fundamental para garantir a atenção aos fatores que promovem a qualidade de nossos produtos e serviços. Trabalhamos com parceiros nacionais e internacionais nos segmentos de joias, Life, acessórios e relógios. Também com-

põem nossa cadeia os fornecedores de insumos para produção – entre eles, os de pedras preciosas.

Em 2020, lançamos nosso Código de Conduta de Fornecedores (<https://ri.vivara.com.br/governanca-corporativa/estatuto-e-politicas/>), com um alto nível de compromisso. Foi estabelecido processo estruturado de contratação e renovação com inclusão do código, que passou a ser assinado e integrado aos contratos existentes, além de conter cláusulas específicas de *compliance*. A ciência e adesão dos fornecedores foi incluída como uma de nossas

metas estratégicas, demarcando o compromisso com o tema. Em 2020, 223 fornecedores, nacionais e internacionais, deram ciência e aderiram ao código, representando 77% dos fornecedores abrangidos pelos critérios de seleção e enquadramento do trabalho.

Entre os assuntos abordados estão o respeito à legislação e o estabelecimento de procedimentos e controles para prevenir aspectos como lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo, e promover boas práticas trabalhistas, ambientais e comerciais.

Aprofundamos nossas práticas de *due diligence* e também o levantamento reputacional, no processo de homologação, de nossos fornecedores diretos e de serviços. Essa análise, com dados pesquisados e analisados em fontes públicas por meio de ferramentas especializadas, antecipa questões e reduz nossos riscos socioambientais. Os processos de diligência incluíram 320 fornecedores, nacionais e internacionais, com contratos firmados com a Vivara no ano de 2020. Acreditamos que a mitigação desses riscos impulsiona o desenvolvimento sustentável de nossa cadeia produtiva e nos auxilia a construir um mundo melhor para as próximas gerações.

Somos uma empresa brasileira; 100% do ouro que utilizamos tem origem nacional. Em 2020, 76,6% da fabricação de nossos produtos foi feita no Brasil, sendo que 72,4% foi realizada na nossa fábrica em Manaus (uma redução de 7,6 p.p. em relação ao ano anterior em razão da parada realizada no início da pandemia) e os 4,2% restantes foram adquiridos de fornecedores nacionais. 103-2 | 103-3 | 204-1

QUALQUER PESSOA QUE IDENTIFICAR A VIOLAÇÃO DO CÓDIGO PODE ENTRAR EM CONTATO COM A VIVARA PELOS CANAIS:

 canalconfidencial.com.br/canalabertovivara

 canalaberto.vivara@vivara.com.br

 0800 377 8024



AUDITORIA SOCIOAMBIENTAL

103-2 | 103-3 | 307-1

Iniciamos em 2020 o trabalho de auditoria socioambiental em fornecedores diretos, com foco em conformidade e desenvolvimento empresarial, que contempla critérios legais e estimula nossos parceiros a adotar as melhores práticas de governança corporativa. Essa iniciativa é o primeiro passo para atingirmos a meta de ter 100% dos fornecedores diretos auditados e estabelece um vínculo de proximidade cada vez maior com nossa cadeia produtiva.

A auditoria aborda, por meio de análise documental, entrevistas e visita ao local, questões relacionadas à gestão de direitos humanos, direitos trabalhistas, saúde e segurança, meio ambiente, ética, extração responsável, práticas anticorrupção e lavagem de dinheiro. O programa identifica melhores práticas, desenvolve e trabalha na adequação de possíveis pontos de atenção em nossa cadeia de fornecimento. Nosso maior objetivo é mapear e entender melhor nossos fornecedores.

As visitas são realizadas por um parceiro especializado em auditorias e gestão de riscos relacionados à responsabilidade socioambiental e à sustentabilidade, assegurando a imparcialidade em nossas avaliações. Em caso de exposição a situações de alto risco, como trabalho infantil ou escravo, somos avisados de imediato para ação emergencial e descontinuidade imediata da produção. Nenhum caso do tipo foi identificado.

Foram auditados, no ano, 37% dos nossos fornecedores diretos de joias e acessórios, proporção impactada pelas medidas sanitárias decorrentes da pandemia. A meta é concluirmos 100% das auditorias iniciais ainda em 2021. Para garantir a saúde e a segurança de todos, o nosso parceiro faz reavaliação semanal da situação em relação à Covid-19 nas regiões das auditorias agendadas e atende todos os protocolos sanitários aplicáveis, bem como aqueles estabelecidos por nossos fornecedores. 103-2 | 103-3 | 408-1 | 409-1 | 411-1

Para 2021, estamos trabalhando na estruturação de um programa com foco no desenvolvimento da nossa cadeia produtiva e na melhoria contínua na implementação de melhores práticas sociais e ambientais, além de promover a revisão de nossa Política de Compras.

Participação social

103-2 | 103-3 | 413-1



Contribuímos para o desenvolvimento das comunidades por meio de ações via leis de incentivo e doações para enfrentamento da Covid-19, além de promover o projeto Contemporâneas Vivara, de estímulo ao empoderamento feminino nas artes.

Nossa primeira ação para o combate à Covid-19 foi em parceria com a Cruz Vermelha Brasileira, por meio de uma doação de 10 mil kits de higiene distribuídos para comunidades brasileiras, evitando a disseminação do vírus em regiões de vulnerabilidade social.

Diante do contexto da pandemia e do aumento do número de casos da doença no País, doamos R\$ 1,0 milhão para o fundo Luz Alliance. Criado por Gisele Bündchen, embaixadora da nossa marca, em parceria com a Brazil Foundation, organização pioneira em filantropia no Brasil. Os projetos beneficiados pelo fundo distribuíram cestas básicas, kits de higiene e refeições para comunidade vulneráveis localizadas nas regiões de maior incidência de casos.

As iniciativas Life for Good e Palavras Preciosas seguiram gerando resultados no ano. Atuando em prol de mulheres com câncer de mama, a ONG América Amigas recebeu doação o valor de R\$ 15 mil arrecadados por meio da coleção Life for Good. A Coleção Palavras Preciosas, parceria com a Editora Mol, colocou em nossas lojas 3 livros personalizáveis, com renda revertida para os projetos da Make-A-Wish Brasil, que realiza o sonho de crianças e jovens com doenças graves. Em parceria com a ONG, em novembro de 2020, a Vivara também desenvolveu 2 modelos de pulseiras, revertendo R\$ 100,00 de cada produto para a instituição.

Em outubro de 2020, para ressaltar o Outubro Rosa e a preocupação com o câncer de mama, fizemos a doação de R\$ 15 mil para o Instituto Quimioterapia & Beleza.

PROJETO LUZ ALLIANCE EM PARCERIA COM A BRAZIL FOUNDATION


4.029
Famílias beneficiadas


12.088
Cestas básicas distribuídas



CONTEMPORÂNEAS

O projeto Contemporâneas Vivara celebra a cultura brasileira a partir da produção de mulheres artistas, estimulando novos caminhos de presença e expansão do olhar por meio de intervenções artísticas no espaço público. Em seu primeiro ano, o projeto deu espaço às artistas Hanna Lucatelli (traço visual), Ryane Leão (poetisa) e Verena Smit (intervenções urbanas) em 10 instalações na cidade de São Paulo e 5 murais, propondo reflexões, ressignificações do espaço público e novas imagens dentro da paisagem urbana.

O projeto valoriza as raízes femininas e conta com 90% de sua equipe formada por mulheres. Além das intervenções, foi realizada uma série de webinários, oficinas e mentorias com o objetivo de viabilizar processos de reflexão, criação e a realização de projetos artísticos e culturais organizados e protagonizados por mulheres.

O Ciclo Formativo Mulheres nas Artes promoveu encontros on-line pautados no debate de ideias e no compartilhamento de saberes e experiências de mulheres artistas, pesquisadoras, gestoras e produtoras de conhecimentos que atuam em diferentes linguagens artísticas e manifestações culturais.

Todas as atividades foram transmitidas com acesso livre e gratuito. No fim do ciclo, 5 participantes foram selecionadas para receber orientação para a viabilização do seu projeto.

A receptividade ao projeto foi muito positiva e, em 2021, daremos continuidade ao Contemporâneas, trabalhando também em outros estados, continuando com o reforço do empoderamento feminino e trazendo a regionalização



LEIS DE INCENTIVO 103-2 | 103-3 | 203-1

Em razão do contexto do ano, os projetos incentivados priorizaram ações na área da saúde. As iniciativas são escolhidas de acordo com o propósito da Vivara e cumprem as exigências de cada lei. A legislação que reverte mais verba para projetos é a Lei Rouanet – em 2020, totalizamos um investimento de R\$ 700 mil. Por isso, dedicamos a ela mais tempo para a criação de um projeto exclusivo: o Contemporâneas Vivara.

Em 2020, também utilizamos recursos incentivados de Proac, PIE, Fumcad, Lei do Idoso, Pronas, Lei do Esporte e Pronon nos seguinte projetos:

- Associação Locomotiva João Ramalho: organização sem fins lucrativos que assiste, por meio do ensino da música, crianças e adolescentes com alta vulnerabilidade social das cidades de Santo André, Mauá e São Paulo.
- Brasileirinhos: projeto que oferece aulas de ginástica artística para crianças e jovens com idade entre 6 e 16 anos, e ainda dá oportunidades de participação em festivais com o conceito de esporte de inclusão.
- Fundação Amazônia Sustentável (FAS): programa de desenvolvimento integral de crianças e adolescen-

tes residentes em comunidades ribeirinhas e bairros periféricos e urbanos dos municípios do Estado do Amazonas.

- Hospital Angelina Caron: o projeto “Idoso Bem Cuidado” investe em UTIs. Com a chegada da Covid-19, os leitos da unidade de terapia intensiva são primordiais para o tratamento de pacientes infectados.
- Oficina Ortopédica da Apraespi: tem como objetivo atender pacientes para dispensar órteses, próteses e meios auxiliares de locomoção.
- Clube Hebraica: projeto de incentivo aos profissionais de tênis do clube.
- Hospital do Amor: projeto que tem por objetivo a criação de uma rede de biobancos do HCB capaz de armazenar, processar e gerenciar amostras biológicas representativas das diferentes etnias brasileiras, criando oportunidades para avaliar o paciente oncológico em nível nacional e fomentar o avanço da pesquisa científica oncológica nestas regiões remotas.

8 PROJETOS IMPACTADOS

Mais de 264.000 pessoas impactadas pelos projetos apoiados
R\$ 2.121.749 investidos em projetos incentivados

R\$ 510.000

em projetos voltados à saúde

R\$ 566.063

em projetos voltados à infância com foco na educação e arte

R\$ 700.000

para o projeto Contemporâneas Vivara, de empoderamento feminino

R\$ 345.686

em projetos voltados ao esporte



nosso planeta

103-2 | 103-3 | 301-1 | 301-2

Responsabilidade desde as matérias-primas

Acreditamos que os recursos naturais são nossos bens mais preciosos, e que é nossa responsabilidade atuar de maneira sustentável perante o meio ambiente como forma de deixar um legado positivo para as próximas gerações. Assim, nosso cuidado com as matérias-primas se manteve mesmo diante das adversidades do ano. Nosso rigoroso critério de seleção e a parceria que estabelecemos com os fornecedores mantiveram nossa condição de trabalhar apenas com minas certificadas legais, contemplando fatores de sustentabilidade e *compliance*.

Garantimos nosso fornecimento de metais, diamantes e gemas coradas por meio de um extenso processo de seleção dos futuros parceiros. Após passar pela validação das documentações e requisitos legais, os fornecedores, desde 2020, são também auditados em critérios socioambientais e de governança (veja mais no capítulo Desenvolvimento da Cadeia de Fornecedores). O próximo passo é o recebimento de amostras para uma criteriosa avaliação de qualidade. Esse processo oferece segurança sobre a conformidade ambiental de toda a nossa rede, fomentando a adoção de boas práticas na cadeia de valor.

12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS



A responsabilidade com as matérias-primas se desdobra também na redução de desperdícios no processo fabril. A parceria estabelecida com nossos fornecedores, por exemplo, permite nosso diferencial no método para compra de diamantes. Em vez da aquisição em lotes, como é prática do mercado, compramos as pedras na medida exata para o padrão de joias que vamos produzir. Dessa forma, otimizamos estoques e evitamos excessos.

Por outro lado, esse método nos leva a desenvolver os fornecedores de forma mais profunda para que possam oferecer mercadorias com qualidade e tamanho ideal.

Gerenciamos nossos estoques regularmente, avaliando volumes e desenvolvendo soluções e modelos novos para evitar acúmulos. Assim são preservados recursos naturais e financeiros, sem desperdício de insumos.



Ouro: nosso ouro vem de minas brasileiras da região de Minas Gerais e Goiás, com certificação LBMA, garantindo que extração e operação da mina são feitas de maneira correta e justa para as pessoas e o meio ambiente.



Prata: comprada de minas da América Latina, com certificação LBMA, que oferece segurança sobre os processos de extração e operação das minas.



Diamante: todos os nossos diamantes são extraídos de minas conhecidas em países fora de zonas de conflito, por meio do Processo Kimberley (veja mais na seção Compromisso Setorial).



Pedras coradas: as gemas coradas passam por muitos fornecedores antes de chegarem aos fabricantes finais e lojistas. O processo produtivo desses materiais é bastante segmentado e grande parte dos produtos é proveniente de minas artesanais de pequena escala, presentes em mais de 40 países. Por esse motivo, exigimos que nossos fornecedores também cumpram o nosso rígido Código de Conduta e Política de Fornecimento, e trabalhamos continuamente de forma a criar protocolos que possam garantir a rastreabilidade desses materiais.

Nota: alguns fornecedores de produtos acabados e insumos trabalham com suas próprias matérias-primas (ouro ou prata). Porém, todos passam por nosso rigoroso controle de homologação e auditoria, no qual verificamos a procedência e sua responsabilidade ambiental, social e ética.

Mapa de extração e lapidação de diamantes



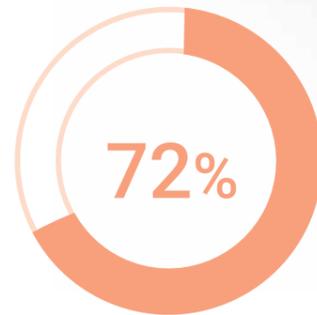
Operação fabril

Temos o compromisso de produzir e entregar produtos que atendam a um alto critério de responsabilidade social, ambiental e ética. A atenção aos detalhes e o processo cuidadoso de produção das nossas joias reflete a atuação de nossa fábrica em Manaus, responsável pela produção de 72% das peças em 2020. Temos uma permanente preocupação com a evolução de nossas práticas e processos de modo que estejam sempre alinhados com nossas políticas, diretrizes e compromissos de sustentabilidade.

Em 2020, mantivemos nosso foco no aumento da capacidade produtiva, com a ampliação de nossa fábrica de relógios, para atender ao aumento da capacidade diária de 2.500 para 4.500 relógios, aumento de produção de joias diversas em tubos e a internalização da produção da malha da pulseira Life, inclusive com a adição de processos que antes eram realizados em fornecedor internacional. Esse movimento gera mais postos de trabalho locais, aumento da produção nacional e redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE) nas atividades de logística. [103-2](#) | [103-3](#) | [305-1](#) | [305-2](#) | [305-3](#)



Tamanho atual da fábrica: 4.527,15 m²



da produção de peças de 2020 foi realizada em Manaus.

No balanço do ano, porém, em razão dos meses de parada da fábrica, houve uma redução comparada à internalização em 2019, que era de 80%. O incremento de novos processos ocasionou, por outro lado, aumento nos consumos de água e energia elétrica, mesmo com nossos esforços de cuidado com os recursos naturais.

Nossa fábrica passou por **recertificação da ISO 9001** em 2020 e **manteve a certificação Facility and Merchandise Authorization Application and Instructions (FAMA)** em razão de nossa parceria com a Walt Disney Company. As empresas certificadas devem atender ao Código de Conduta Disney e a regulamentações trabalhistas, de conduta ética e de saúde e segurança.



Impacto ambiental

[103-2](#) | [103-3](#) | [302-1](#) | [302-3](#) | [303-3](#) | [303-4](#) | [303-5](#)

A redução de impactos ambientais passa pela reavaliação contínua de padrões de toda a empresa. Em 2020, a aceleração digital de todas as atividades nos levou a eliminar o uso de papel com a adoção de assinaturas eletrônicas e processos mais digitalizados, proporcionando mais agilidade e controle. Por meio da metodologia Paperless, aumentamos a produtividade e reduzimos os custos de malote, traslado, impressões e armazenamento de contratos, além de desburocratizar processos sem descuidar da segurança. Essa iniciativa significou economia de 31.284 envelopes enviados no ano para gestão de pessoas, bem como 27.000 folhas de papel em contratos jurídicos, economizando também recursos naturais.

Consolidamos a realização de nossas entrevistas de seleção de forma remota, economizando tempo e recursos da empresa e de nossos candidatos. Até março de 2021, realizamos 1.046 contratações

neste formato, com tempo de admissão de 4 dias e eliminando a conferência de quase 10 mil folhas de papel.

Na fábrica, aumentamos de 60% para 75% a utilização de lâmpadas com a tecnologia LED, e realizamos a contratação e desenvolvimento de fornecedor para gestão dos resíduos industriais. Treinamos a equipe para coleta seletiva, orientando sobre a destinação correta dos resíduos – a ação teve participação de 95% do pessoal da fábrica.

Nossa fábrica conta com Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS), importante ferramenta pela qual os geradores podem garantir a correta gestão dos seus resíduos. Esse documento constitui-se na identificação dos resíduos gerados, além do detalhamento das fases: segregação, acondicionamento, coleta, armazenamento, transporte, tratamento e disposição final dos resíduos, todas elas objetivando atender aos requisitos ambientais e de saúde pública. Nossas lojas estão dentro de shoppings e, assim, atendemos aos sistemas de destinação de resíduos dos condomínios – diversas de nossas lojas contam com coleta seletiva. Para aprimorar nossos processos de gerenciamento de resíduos, estamos elaborando nosso PGRS corporativo para identificar possíveis pontos de melhoria. [103-2](#) | [103-3](#) | [306-1](#) | [306-2](#)

Construímos uma nova estação de tratamento de efluentes com o dobro da capacidade anterior para suprir as demandas do parque produtivo atual. Toda água (100%) utilizada em nossas operações é descartada para estações de tratamento. [303-4](#)

CONSUMO DE ELETRICIDADE 302-1

FÁBRICA	TOTAL (GJ)
JOIA	1.268,40
LIFE	1.481,55
RELÓGIO	595,97
Total de consumo da fábrica	3.345,92
LOJAS	23.536,31
Consumo total	26.882,23

CONSUMO POR FONTE DE CAPTAÇÃO DE ÁGUA

303-3 | 303-4 | 303-5

TIPO DE CAPTAÇÃO – Fábrica	Consumo de água (m³)
ÁGUA SUBTERRÂNEA	412
ÁGUA DE TERCEIROS	369
Consumo total	781

CONSUMO DA FÁBRICA EM 2020: 302-3

ENERGIA – 0,45 kW/h por unidade produzida (0,36 em 2019)

ÁGUA – 0,40 m³ de água por unidade produzida (0,18 em 2019)

Estamos iniciando a troca de maneira gradual de nossas embalagens com o objetivo de reduzir o uso de plástico, substituindo-o por materiais que mantenham nossa qualidade e design, mas que, no fim de sua vida útil, gerem menor impacto ao meio ambiente. Iniciamos essa mudança pelas embalagens dos produtos Life, mas estamos olhando para todas as embalagens também da marca Vivara para reduzir impactos ambientais. 103-2 | 103-3 | 305-1

| 305-2 | 305-3

Estamos em fase de diagnóstico, e teremos o nosso primeiro Inventário de Gases de Efeito Estufa em 2021. Além disso, no fim de 2020, iniciamos negociação com a transportadora que faz a medição de CO₂ de suas entregas, avaliando a redução de impactos.

Estímulo à economia circular

Trabalhamos para que nossa responsabilidade socioambiental se estenda por todo o ciclo de vida dos produtos. Nesse sentido, criamos iniciativas que inserem a economia circular em nossos processos comerciais, gerando um círculo virtuoso na cadeia, que reduz a extração de matérias-primas e oferece mais valor para o mercado.

Utilizado como estratégia de fidelização de clientes, o *upgrade* de diamantes incentiva a troca de joias adquiridas em nossas lojas por outras de maior valor, utilizando as primeiras como crédito. O *upgrade* do solitário (brinco, berloque, anel ou colar) pode ser feito por outro solitário de diamante com maior pontuação e preço superior ao preço vigente da joia adquirida mediante pagamento da diferença entre o preço da nova joia e o valor pago pela antiga. Esse *upgrade* também se aplica para alianças, mesmo que gravadas. As peças passam por processo de recuperação e são colocada novamente à venda.

Ao longo de todo o ano, oferecemos a nossos clientes a possibilidade de que também utilizem o ouro de suas joias antigas como crédito imediato. Nossas vendedoras são treinadas para descravar pedras, que são devolvidas, e avaliar a qualidade do metal, oferecendo o crédito imediato ao cliente conforme a cotação do dia.

Seguindo a mesma lógica, e com frequência ampliada em 2020, a Semana Ouro é uma iniciativa para estimular essas trocas, promovendo a economia circular e o consumo consciente. As joias de ouro usadas são compensadas por créditos imediatos para compra de novos produtos, e a cotação, durante as semanas promocionais, é mais favorável para o cliente. Assim, a Semana Ouro se torna uma excelente oportunidade para renovar coleções de forma sustentável, além de fazer parte de nosso calendário promocional.



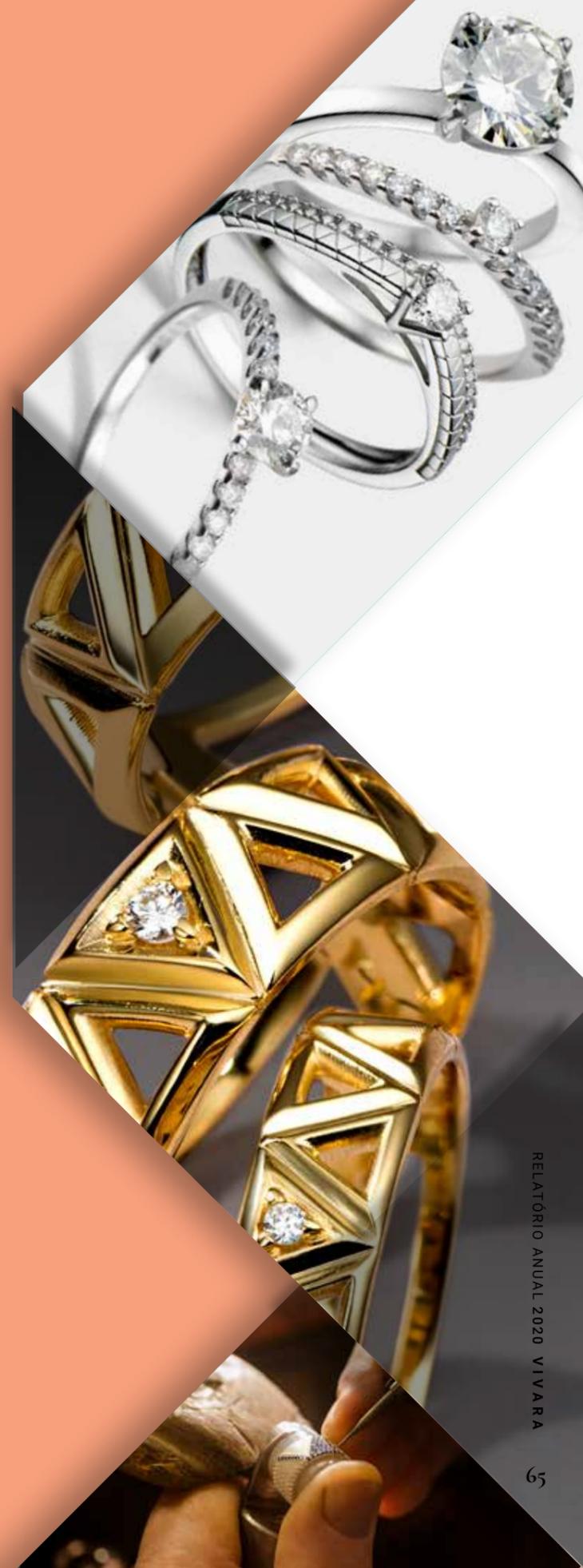
Visão de futuro em sustentabilidade

A sustentabilidade é um compromisso que faz parte da essência da Vivara, pela visão de que só por meio da responsabilidade com todos os públicos é que seremos capazes de manter a perenidade de nossas atividades. Estamos criando uma agenda robusta de sustentabilidade, com atenção cada vez mais estruturada aos pilares ambiental, social e de governança (ESG). Esse olhar se estabelece de forma transversal em nossa empresa e é um empenho em todas as frentes e decisões.

Estamos comprometidos com os nossos indicadores de sustentabilidade e trabalhamos para garantir melhoria contínua em seu acompanhamento e em nosso desempenho. Este relatório é uma demonstração disso, pois demonstra o avanço que realizamos no monitoramento e na divulgação de nossas informações. Acreditamos que a transparência é um fator fundamental em nosso relacionamento com nossos *stakeholders*.

Dessa forma, fortalecemos nossa agenda de sustentabilidade por meio do respeito a nossos clientes, colaboradores, parceiros e investidores; do cumprimento de normas e legislações; e da busca constante de melhores práticas ESG, que concretizem nosso cuidado com as pessoas e o planeta. Assim estabelecemos uma visão de futuro baseada na sustentabilidade para entregar sempre o melhor resultado para todos os públicos.

anexo GRI



DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO (R\$) 201-1

	2019	2020*
Pessoal	790.000	1.727.760
Impostos, taxas e contribuições	10.476.241	8.191.101
Remuneração de capitais de terceiros	590	1.767
Remuneração de capitais próprios	257.971.336	146.672.109
Total	269.238.167	156.592.737

* Considera o período de 23 de maio de 2019 a 31 de dezembro de 2019. Fonte: DFP 2020 pág. 9.

VALORES MONETÁRIOS DE INCENTIVOS FISCAIS DA COMPETÊNCIA 2020 RECEBIDOS PELAS SUBSIDIÁRIAS DA VIVARA (TELLERINA E CONIPA) 201-4

INCENTIVO FISCAL	R\$ (milhão)
ICMS	61,2
LUCRO DA EXPLORAÇÃO – IRPJ	23,9
TOTAL	85,1

Todos os incentivos são nacionais, e não existe nenhuma participação governamental na estrutura societária da Vivara e suas subsidiárias.

NÚMERO TOTAL E TAXA DE NOVAS CONTRATAÇÕES DE COLABORADORES EM 2020, DISCRIMINADOS POR FAIXA ETÁRIA, GÊNERO E REGIÃO¹ 401-1

Região	Faixa etária (anos)					
	Até 30		30-50		Acima de 50	
	Mulher	Homem	Mulher	Homem	Mulher	Homem
Centro-Oeste	39	-	33	-	1	-
Nordeste	42	-	50	-	3	-
Norte	85	49	23	10	-	2
Sudeste	227	90	190	64	8	4
Sul	78	-	49	-	2	-

1. Total de admissões = 1.049 (33%). Não considera contratos intermitentes.

TURNOVER POR FAIXA ETÁRIA, GÊNERO E REGIÃO 401-1

Descrição	2020		
Turnover*	30%		
Agrupamento	Descrição	Quantidade	% de Representatividade
Contagem Geral	Admitidos**	734	
	Desligados**	878	
	Total Ativos – Média final de cada mês**	2.949	
Gênero	Feminino	797	91%
	Masculino	81	9%
Contagem – Desligados por Idade	Até 30 anos	398	45%
	Entre 31 e 50 anos	459	52%
	Acima de 50 anos	21	2%
Contagem – Desligados por Região	Sudeste	466	53%
	Sul	114	13%
	Centro-Oeste	78	9%
	Norte	119	14%
	Nordeste	101	12%

* O turnover é calculado com base no número de desligados/média de ativos do período

** Para cálculo do turnover, são desconsiderados: temporários, aprendizes, contratos suspensos

COLABORADORES POR IDADE E GÊNERO 405-1

Vivara Geral	Até 30 anos	Entre 31 e 50 anos	Acima de 50 anos	Total por Gênero	%
Feminino	1.168	1.508	157	2.833	88%
Masculino	205	155	27	387	12%
Total por Faixa	1.373	1.663	184	3.220	100%

COLABORADORES POR LOCAL 405-1

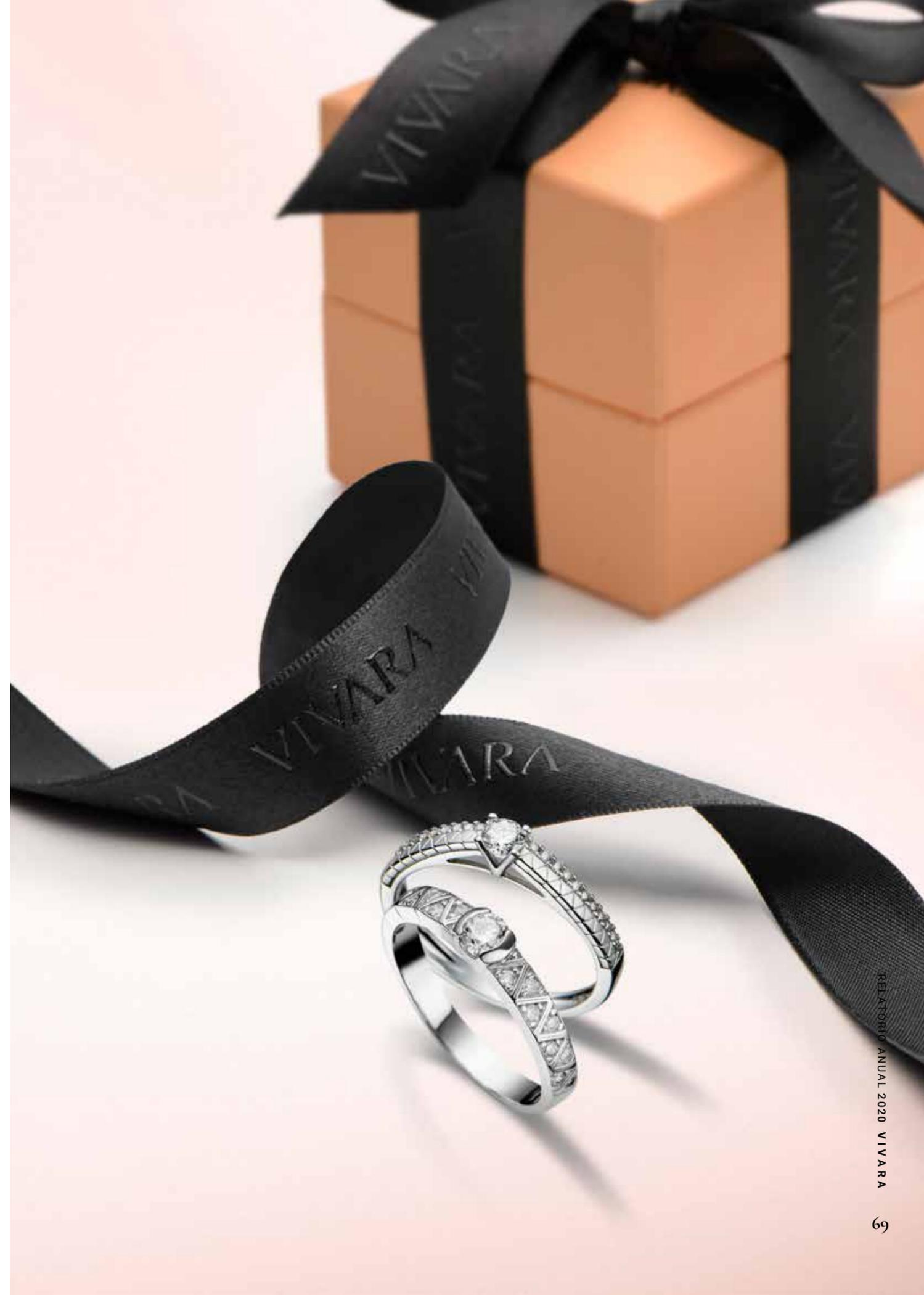
Vivara Geral	Total das Empresas	%
Lojas – Vivara	2.247	70%
Conipa – Fábrica	439	14%
Corporativo	268	8%
Logística e Assistência Técnica	266	8%
Total	3.220	100%

TOTAL DE COLABORADORES POR CATEGORIA FUNCIONAL 405-1

Cargos	Total de Colaboradores	%
Gestores	417	13%
Coordenador	38	
Diretor	14	
Gerente	259	
Outros	106	
Não Gestores	2.803	87%
Total Geral	3.220	100%

CARGO DE GESTÃO POR GÊNERO 405-1

Vivara Geral	Total de colaboradores	%
Feminino	367	88%
Masculino	50	12%
Total Geral	417	100%



Sumário de conteúdo da GRI 102-55

GRI 101: Fundamentos 2016					
GRI 102: Divulgação geral 2016	Padrão	Página	Comentário e Omissão	Pacto Global	ODS
Perfil da organização					
	102-1: Nome da organização	7			
	102-2: Principais atividades, marcas, produtos e serviços	10, 15			
	102-3: Localização da sede da organização	77			
	102-4: Localização das operações	10, 14			
	102-5: Controle acionário e forma jurídica da organização	10			
	102-6: Mercados em que a organização atua	10, 15, 41			
	102-7: Porte da organização	10, 15, 38			
	102-8: Informações sobre colaboradores e outros trabalhadores	44		6	8
	102-9: Cadeia de fornecedores da organização	50			
	102-10: Mudanças significativas ocorridas na organização ou em sua cadeia de fornecedores	10, 42			
	102-11: Abordagem ou princípio da precaução	29			
	102-12: Iniciativas desenvolvidas externamente	31			
	102-13: Participação em associações	31			
Estratégia					
	102-15: Principais impactos, riscos e oportunidades	29			
Ética e integridade					
	102-16: Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	24		10	16
Governança					
	102-18: Estrutura de governança	26			
	102-24: Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança	26			5, 16
	102-25: Conflitos de interesse	26			16
	102-26: Papel do mais alto órgão de governança na definição de propósito, valores e estratégia	26			
	102-28: Avaliação de desempenho dos membros do mais alto órgão de governança	26			
	102-30: Eficácia dos processos de gerenciamento de riscos	29			

GRI 102: Divulgação geral 2016	Padrão	Página	Comentário e Omissão	Pacto Global	ODS
Engajamento de partes interessadas					
	102-40: Lista de grupos de <i>stakeholders</i>	8			
	102-41: Acordos de negociação coletiva	43		3	8
	102-42: Identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	8			
	102-43: Abordagem adotada pela organização para envolver os <i>stakeholders</i>	8			
	102-44: Principais tópicos e preocupações levantadas	8			
Práticas do relato					
	102-45: Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	7			
	102-46: Definição do conteúdo do relatório e limites dos temas materiais	8			
	102-47: Lista dos temas materiais	8			
	102-48: Reformulações de informações		Não houve reformulação de informações.		
	102-49: Alterações no relatório	7, 8			
	102-50: Período do relatório	7			
	102-51: Data do relatório anterior mais recente	7			
	102-52: Ciclo de relato do relatório	7			
	102-53: Contato para perguntas sobre o relatório	8			
	102-54: Abordagem do relato de acordo com os padrões GRI	7			
	102-55: Sumário de conteúdo GRI	70			
	102-56: Asseguração externa		Este relatório não conta com validação externa.		
Tópicos materiais	Padrão	Página	Omissão	Pacto Global	ODS
GRI 201: Desempenho econômico 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	18		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	18			
	201-1: Valor econômico direto gerado e distribuído	18			2, 5, 7, 8, 9
	201-2: Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades relacionados a mudanças climáticas		Nossas operações são suscetíveis aos riscos associados a eventos ambientais, podendo estar relacionados às mudanças climáticas. Tais eventos podem resultar em impactos sociais, culturais e econômicos nas áreas em que a Vivara atua, como em nossas lojas, escritórios, fábricas, bem como em nossa cadeia de fornecedores. A Vivara trabalha para aperfeiçoar o monitoramento e mitigação dos impactos das mudanças climáticas, e está em processo de elaboração do primeiro inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE).	7	13
	201-4: Assistência financeira recebida do governo	66			

Tópicos materiais	Padrão	Página	Omissão	Pacto Global	ODS
GRI 202: Presença de mercado 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	49		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	49			
	202-1: Variação da proporção do salário mais baixo, discriminado por gênero, comparado ao salário mínimo local		Todos os colaboradores recebem salário igual ou superior ao salário mínimo nacional. Esse cálculo considera somente o público com carga horária de 220h. Não admitimos qualquer diferenciação salarial entre gêneros.	6	1, 5, 8
GRI 203: Impactos econômicos indiretos 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	54		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	54			
	203-1: Investimento em infraestrutura e serviços oferecidos	54			2, 5, 7, 9, 11
GRI 204: Práticas de compras 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	51		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	51			
	204-1: Proporção de gastos com fornecedores locais	51			12
GRI 205: Anticorrupção 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	30		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	30			
	205-1: Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	30		10	16
	205-2: Comunicação e treinamento sobre políticas e procedimentos sobre anticorrupção		100% dos nossos colaboradores foram comunicados sobre nossa política e nossos procedimentos de combate à corrupção adotados pela organização, bem como sobre a revisão das Políticas de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo por meio da área de Comunicação Interna da Vivara.	10	16
	205-3: Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	30		10	16
GRI 206: Concorrência desleal 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	37		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	37			
	206-1: Ações legais para práticas de concorrência desleal, antitruste e monopólio		Não tivemos nenhuma ação judicial referente ao tema em 2020.		16

Tópicos materiais	Padrão	Página	Omissão	Pacto Global	ODS
GRI 301: Materiais 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	56		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	56			
	301-1: Materiais usados, discriminados por peso ou volume		Estamos em processo de estruturação do indicador para o próximo reporte.	7, 8	8, 12
	301-2: Materiais usados provenientes de reciclagem				8, 12
GRI 302: Energia 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	61		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	61			
	302-1: Consumo de energia dentro da organização	62		7, 8	7, 8, 12, 13
	302-3: Intensidade energética	62		8	7, 8, 12, 13
GRI 303: Água e Efluentes 2018					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	61		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	61			
	303-3: Retirada de água	62			
	303-4: Descarte de água	61, 62			
	303-5: Consumo de água	62		8	6, 8, 12
GRI 305: Emissões 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	60, 62		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	60, 62			
	305-1: Emissões diretas de gases de efeito estufa – Escopo 1		Estamos em desenvolvimento do nosso primeiro inventário de GEE, relativo ao ano de 2020, com abrangência de 100% de nossas operações – lojas, fábrica, escritório, logística e assistência técnica – e uso da metodologia Greenhouse Gas (GHG) Protocol. Seus resultados, no entanto, não estavam disponíveis até a publicação deste relatório. A partir dos resultados obtidos, trabalharemos nas ações de mitigação e redução.	7, 8	3, 12, 13, 14, 15
	305-2: Emissões indiretas de gases de efeito estufa – Escopo 2			7, 8	3, 12, 13, 14, 15
	305-3: Outras emissões indiretas de gases de efeito estufa – Escopo 3			7, 8	3, 12, 13, 14, 15
	305-4: Intensidade de emissões de gases de efeito estufa			8	13, 14, 15
GRI 306: Resíduos 2020					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	61		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	61			
	306-1: Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	61			8
	306-2: Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	61			8

Tópicos materiais	Padrão	Página	Omissão	Pacto Global	ODS
GRI 307: Conformidade ambiental 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	52		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	52			
	307-1: Não conformidades com leis e regulamentações ambientais		Não tivemos registro de não conformidade, multas ou processos administrativos relativos ao tema.	8	16
GRI 308: Avaliação ambiental de fornecedores 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	50		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	50			
	308-1: Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	50		8	
GRI 401: Emprego 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	43		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	43			
	401-1: Novas contratações de colaboradores e turnover	66, 67		6	5, 8
GRI 402: Relações trabalhistas 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	43		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	43			
	402-1: Prazo mínimo de notificação sobre mudanças operacionais		A Vivara respeita os prazos legais de comunicação previstos na CLT e nas Convenções Coletivas de cada região.	3	8
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	45		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	45			
	403-1: Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	45			8
	403-8: Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	45			3, 8
	403-9: Acidentes de trabalho	45			3, 8
	403-10: Doenças profissionais	45			8
GRI 404: Treinamento e educação 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	46		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	46			
	404-1: Número médio de horas de treinamento por ano por colaborador	46, 48		6	4, 5, 8
	404-3: Percentual de colaboradores que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira	46		6	5, 8

Tópicos materiais	Padrão	Página	Omissão	Pacto Global	ODS
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	49		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	49			
	405-1: Diversidade dos grupos responsáveis pela governança e entre os colaboradores	44, 49, 67, 68		6	5, 8
GRI 406: Não discriminação 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	49		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	49			
	406-1: Incidentes de discriminação e medidas corretivas tomadas	49		6	5, 8, 16
GRI 408: Trabalho infantil 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	52		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	52			
	408-1: Operações e fornecedores identificados como de risco para a ocorrência de casos de trabalho infantil	52		5	8, 16
GRI 409: Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	52		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	52			
	409-1: Operações e fornecedores identificados como de risco significativo para a ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo	52		4	8
GRI 410: Práticas de segurança 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	46		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	46			
	410-1: Pessoas que trabalham com segurança que receberam treinamento nas políticas ou procedimentos da organização relativos a direitos humanos		Temas como uso progressivo da força, identificação e registro, resiliência e gestão de conflitos são comuns em nossos treinamentos, realizados de forma recorrente com as equipes próprias e terceirizadas. No escritório, 75% (22 pessoas) do pessoal de segurança terceirizado recebeu treinamento sobre políticas ou procedimentos de direitos humanos. No total, 56 pessoas foram treinadas sobre esses temas no ano.	1	16
GRI 411: Direitos dos povos indígenas e tradicionais 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	52		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	52			
	411-1: Casos de violação de direitos de povos indígenas e tradicionais		Não temos casos de violação contra povos indígenas.	1	2

Tópicos materiais	Padrão	Página	Omissão	Pacto Global	ODS
GRI 412: Avaliação de direitos humanos 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	49		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	49			
	412-1: Operações que foram sujeitas a revisões ou avaliações de impacto em direitos humanos		Não há avaliação formal em nossas operações por nossa localização fabril e lojas esta-rem em shoppings.	1	
	412-2: Treinamento dos colaboradores em políticas e procedimentos relacionados a direitos humanos	49		1	
GRI 413: Comunidades locais 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	52		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	52			
	413-1: Operações com programas implementados de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento local	52		1	
	413-2: Operações com impactos negativos significativos reais e potenciais nas comunidades locais		Não temos operação própria com impacto negativo direto na comunidade.	1	1, 2
GRI 414: Avaliação social em fornecedores 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	50		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	50			
	414-1: Novos fornecedores que foram selecionados com base em critérios sociais	50		2	6, 8, 16
GRI 416: Saúde e segurança do cliente 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	39		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	29			
	416-2: Casos de não conformidade em relação à saúde e impactos de segurança de produtos e serviços nos clientes		Não tivemos, em 2020, nenhum caso judicial ou administrativo no Procon relativo à saúde e segurança e a impactos de produtos e serviços nos clientes.		16
GRI 417: Rotulagem de produtos e serviços 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	40		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	40			
	417-3: Casos de não conformidade em relação a comunicações de marketing	40			
GRI 418: Privacidade do cliente 2016					
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103-1: Explicação da materialidade e seu limite	8			
	103-2: Abordagem de gestão e seus componentes	40		1, 8	1, 5, 8, 16
	103-3: Avaliação da abordagem de gestão	40			
	418-1: Queixas comprovadas relativas a violação de privacidade e perda de dados de clientes		Não tivemos queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes em 2020.		16



Lançado em 2000 pelo então secretário-geral das Nações Unidas, Kofi Annan, o Pacto Global é uma chamada para as empresas alinharem suas estratégias e operações a 10 princípios universais nas áreas de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção e desenvolverem ações que contribuam para o enfrentamento dos desafios da sociedade.
Fonte: <https://www.pactoglobal.org.br/no-brasil>



Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável são um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade.
Fonte: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>

créditos

Rua Arquiteto Olavo Redig de Campos, 105 –
15º andar – Torre A
Brooklin Paulista – São Paulo – SP
Cep: 04709-000 102-3

Coordenação Geral
Fernanda Ormonde

Consultoria de indicadores GRI,
redação, design e revisão
TheMediaGroup

Fotos
Acervo Vivara

VIVARA