

Relatório de Desempenho e
Sustentabilidade 2013 do Grupo Abril

Uma nova perspectiva



Índice

Missão, Visão, Valores e Princípios	05	Relacionamentos de Valor	40
		Conduta no Grupo	42
Destaques 2013	07	Valorização da Diversidade	44
		Gestão de Recursos Humanos	49
Mensagem da Administração	09	Capacitação Profissional	51
		Remuneração e Benefícios	53
Sobre o Relatório	11	Gestão Socioambiental	54
Representatividade	11	Políticas e Princípios	56
Abrangência	11	Gestão e Práticas	58
Evolução	11	Abril Mídia	58
		DGB	62
Perfil Corporativo	12	Abril Educação	62
O Grupo Abril	14	Sustentabilidade no Grupo	63
Abril Mídia	15		
DGB	18	Índice GRI	68
Abril Educação	19		
Fundação Victor Civita	20	Créditos	75
Linha do Tempo	22		
Cenário do Setor	24		
Abril Mídia	24		
DGB	25		
Abril Educação	25		
Estratégias e Vantagens Competitivas	28		
Abril Mídia	29		
DGB	30		
Abril Educação	31		
Governança e Desempenho	32		
Governança Corporativa	34		
Abrilpar	34		
Abril Mídia	34		
DGB	35		
Abril Educação	36		
Fundação Victor Civita	37		
Desempenho da Companhia	38		
Valor Adicionado	39		
Incentivos Governamentais	39		

Missão, Visão, Valores e Princípios

Missão

A Abril está empenhada em contribuir para a difusão de informação, cultura e entretenimento, para o progresso da educação, a melhoria da qualidade de vida, o desenvolvimento da livre iniciativa e o fortalecimento das instituições democráticas do país. (Maio de 1980)

Visão

Ser a companhia líder em multimídia integrada, atendendo aos segmentos mais rentáveis e de maior crescimento dos mercados de comunicação e educação.

Valores

Excelência, integridade, pioneirismo e valorização das pessoas.

Princípios

Competitividade, foco no cliente, rentabilidade e trabalho em equipe.

Destques de 2013

1. Desenvolvimento da parceria da Abril com o The Huffington Post, um dos maiores e mais conceituados jornais digitais do mundo, para o lançamento do BRASIL POST, no início de 2014.
2. Aquisição de 51% do site "Meu Espelho", primeira compra do Grupo de um negócio de comércio eletrônico, buscando sinergia entre o site e seus títulos femininos, potencialização das vendas e o acesso à informação.
3. Lançamento de versão semanal para *smartphone* da revista CAPRICHÔ, que conta com 5,5 milhões de visitantes únicos no site, o maior do mundo no segmento *teen*, além de 4,2 milhões de fãs no facebook, também líder global.
4. Crescimento de 103% no total de usuários únicos da EXAME no ano, chegando a 6,6 milhões.
5. Alcance de mais de 500 mil de assinaturas digitais no ano, um crescimento de 275% em relação a 2012. Desse total, 97% são assinaturas de combo impresso + digital.
6. Em 2013, a Abril chegou ao número de 4,9 milhões de assinaturas, seguindo um crescimento médio de 3% ao ano, como tem feito nos últimos seis anos.
7. Produção de 3,6 bilhões de m² impressos na Abril Gráfica, com 85% de ocupação da capacidade produtiva.
8. Crescimento de 7% em 2013 na publicidade no segmento de mídia digital *out of home*, com a Elemidia.
9. Integração das empresas de logística e distribuição adquiridas pela DGB em 2013 para proporcionar ganhos de eficiência e o preparo para o cenário de expansão contínua no setor.
10. Desde 2009, ano em que foi criada, a DGB aumentou sua capacidade em cinco vezes. Entre os equipamentos comprados está um *sorter* - similar às esteiras usadas em aeroportos - capaz de separar até 250 mil pacotes por dia, de acordo com o CEP.
11. Ampliação das cinco marcas de sistemas de ensino da Abril Educação.
12. Manutenção da liderança no mercado público de livros didáticos e paradidáticos pela Abril Educação.
13. Ampliação da plataforma de escolas próprias da Abril Educação - com o ingresso nas praças de Brasília e Recife.
14. Consolidação da posição da Abril Educação no crescente mercado do ensino de idiomas.
15. Crescimento nos resultados da Abril Educação, com receita líquida de R\$ 1.036,5 milhões no ano, 17% acima do obtido em 2012, e lucro líquido, antes da participação dos acionistas minoritários, de R\$ 78,9 milhões.
16. Criação da Política de Sustentabilidade do Grupo Abril, ao final de 2013, com o objetivo de direcionar a gestão de negócios sustentáveis, apoiando a tomada de decisão em processos que representem oportunidades de inovação, considerando produtos, serviços e relacionamentos.

Mensagem da Administração

O ano de 2013 foi um ano difícil para o mercado de comunicação e um período de transformação e fortalecimento para o Grupo Abril. Trabalhamos buscando o ponto ideal entre a nossa experiência e tradição de mais de 60 anos e a inovação e preparação para continuar representando com qualidade nosso papel na sociedade: difundir informação, cultura e entretenimento, para o progresso da educação, a melhoria da qualidade de vida, o desenvolvimento da livre iniciativa e o fortalecimento das instituições democráticas do País.

Com a segurança de uma base sólida, todos os negócios do Grupo – a Abril Mídia, a DGB e a Abril Educação – olharam para o futuro e, durante o ano, construíram parcerias, aquisições e novas oportunidades. Assim, buscaram aumentar a eficiência e expandir os negócios com base em seus três pilares de atuação – mídia, logística e distribuição, e educação, respectivamente – com o objetivo de garantir a sustentabilidade do Grupo.

A Abril Mídia anunciou mudanças em sua estrutura editorial, com o objetivo de otimizar os esforços e os investimentos nos diversos segmentos de publicação, visando o crescimento dos títulos da casa. Já na frente comercial, a principal mudança foi a descentralização da Publicidade, que passou a ser distribuída entre as unidades de negócios.

Esta fase é encarada como parte da evolução natural dos negócios e o Grupo segue com a missão de difundir a informação, com excelência editorial, pioneirismo e integridade. Assim, em linha com o processo de reorganização, a Abril Mídia, por meio da sua Unidade de Negócios Digitais, firmou em 2013 duas importantes iniciativas no cenário de comunicação *online*. Junto a um dos maiores e mais conceituados jornais digitais do mundo, o The Huffington Post, criou o BRASIL POST, lançado no início de 2014, levando ao leitor um novo modelo de comunicação *online* e desenvolvendo cada vez mais essa *expertise* na Abril, que investe continuamente na adaptação ao novo cenário de mídia. Outro ponto importante foi a aquisição de seu primeiro negócio de *e-commerce*, o site “Meu Espelho”, de forma a criar um novo modelo de sinergia entre suas revistas e o comércio *online*.

A DGB, por sua vez, passou por uma fase de reestruturação no ano e integrou as empresas adquiridas nos últimos anos para atender com mais agilidade e eficiência seus clientes em 100% do território nacional. Assim, se preparou para extrair o melhor de seu potencial e continuar expandindo suas atividades em um

cenário promissor, com forte demanda por distribuição e logística de pequenas encomendas e publicações, seus focos de atuação.

No caso da Abril Educação, o ano mostrou um panorama de consolidação, com crescimento no segmento de sistemas de ensino, liderança mantida no mercado público de livros didáticos e paradidáticos, ampliação da plataforma de escolas próprias e solidificação de sua posição no crescente mercado do ensino de idiomas. Assim, com as aquisições realizadas nos últimos anos, compôs um portfólio de ativos complementares entre si com significativo potencial para ações sinérgicas, tanto na redução de custos quando na venda cruzada para sua grande base de clientes. Em 2014, a Abrilpar anunciou a sociedade com a Tarpon Investimentos, controlada pelos Fundos Tarpon, que entrou como acionista minoritária da Abril Educação, permanecendo a família Civita como acionista controladora. Com a conclusão da operação, os acionistas anunciaram planos para entrada no Novo Mercado.

O trabalho e o esforço empreendidos em 2013 nos negócios orientaram o Grupo para a gestão de um desenvolvimento sustentado, o posicionando em uma plataforma de oportunidades, minimizando os riscos de possíveis cenários adversos por meio da complementaridade e diversidade de suas diferentes áreas e mercados de atuação.

Outro importante aspecto gerido ao longo do ano, como de costume na atuação do Grupo Abril, foi a busca pela gestão sustentável por meio da minimização do impacto de suas operações ao meio ambiente e da sua responsabilidade como Grupo de comunicação e ensino: estimular o desenvolvimento social. Parte relevante dessa atuação tem sido o apoio contínuo à Fundação Victor Civita.

Nesta publicação, apresentamos as iniciativas desenvolvidas com esse objetivo, as ações aqui comentadas, empreendidas ao longo do ano, e a atuação e desempenho de nossos negócios. Convidamos nossos clientes, funcionários, fornecedores e a sociedade a conhecerem mais sobre nosso Grupo nas páginas a seguir.

Boa leitura!

Giancarlo Francesco Civita
Presidente do Conselho de
Administração do Grupo Abril

Sobre o Relatório

O Grupo Abril apresenta seu Relatório Anual de 2013, com o objetivo de comunicar, a todos os seus públicos, os princípios e compromissos que orientam seus negócios, a gestão desenvolvida e o desempenho alcançado durante o ano.

Para isso, mais uma vez o Grupo adotou as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), um padrão global, multissetorial e voluntário, que orienta as empresas a reportarem informações sobre indicadores relevantes ao desenvolvimento empresarial sustentado.

Representatividade

Dentre o conjunto de indicadores da Geração 4 (G4) – ferramenta de reporte mais atual da GRI – a Abril selecionou aqueles de maior importância para o negócio do Grupo e trabalhou no monitoramento e apuração de informações sobre esses temas, apresentados nesta publicação.

Essa escolha foi feita com base em uma consulta aos públicos internos e externos do Grupo, que identificou quais aspectos têm maior potencial de impacto ou oportunidade para a sustentabilidade da empresa, de acordo com a opinião de cada participante. O resultado da consulta, que ouviu 164 representantes de diversos públicos de relacionamento do Grupo, resultou na matriz de materialidade apresentada abaixo.

Para ampliar a representatividade do Relatório, a Abril tem por objetivo promover o engajamento contínuo de seus públicos externos e internos sobre o tema, para aprimorar continuamente sua matriz de materialidade.

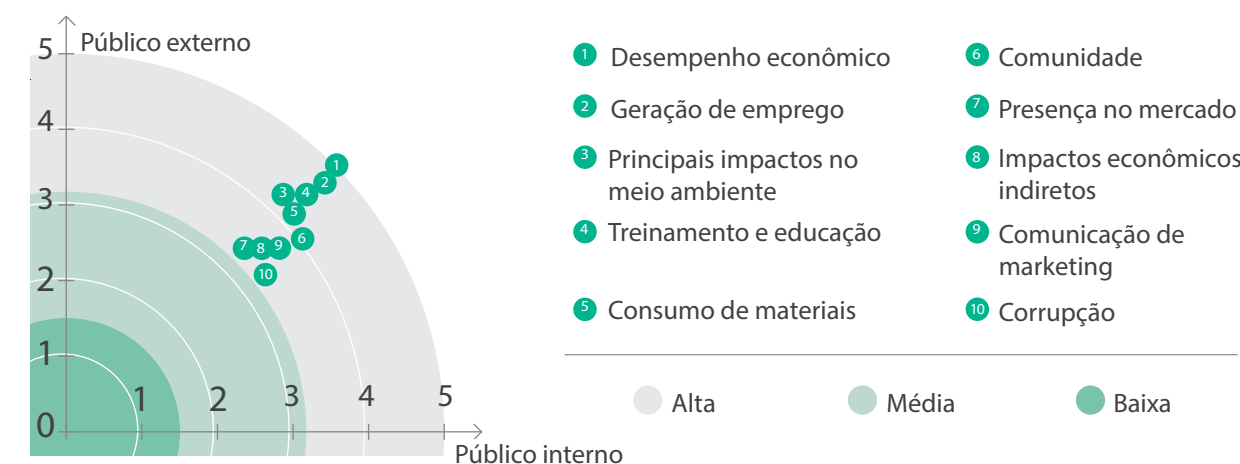
Abrangência

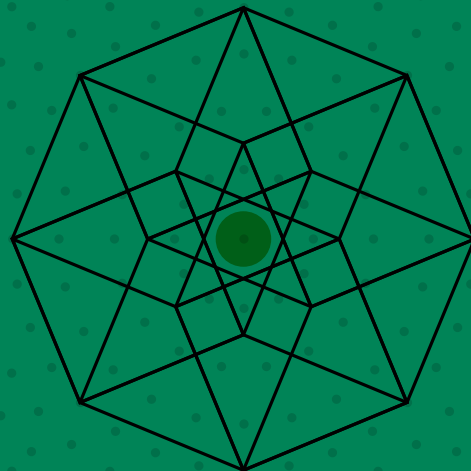
As informações apresentadas nesta publicação consideram, exceto quando indicado o contrário, todos os pilares de negócio do Grupo (Mídia, Gráfica, Logística e Distribuição, e Educação) e as empresas que compuseram sua estrutura societária durante o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2013.

A apuração dessas informações é fruto do Grupo de Trabalho do Relatório Anual do Grupo Abril, composto por colaboradores de diversas áreas da Companhia que monitoraram e levantaram as informações correspondentes aos indicadores GRI a serem reportados. Esse Grupo, indicado pelas lideranças coordenadoras do projeto, passou por um *workshop* no qual os participantes puderam conhecer o relatório, sua função, seus objetivos e as demandas por informação exigidas para composição da peça.

Evolução

Além de informar os públicos sobre seus temas de interesse e promover o engajamento, o Grupo Abril objetiva com o relatório ampliar a confiabilidade e transparência com que atua, principalmente com a adesão ao modelo G4 da GRI, e incentivar o envolvimento ainda maior do público interno para, assim, promover cada vez mais a evolução da sustentabilidade do negócio por meio da conscientização e adoção de práticas ainda melhores de monitoramento e gestão.





PERFIL CORPORATIVO



Fundado em 1950 por Victor Civita, o Grupo Abril teve origem na criação da Editora Abril, com o lançamento da revista O PATO DONALD, em parceria com a Disney. Hoje, após diversificar suas atividades e expandir sua atuação, garante sua posição como um dos maiores grupos de comunicação e educação da América Latina.

Sua estrutura, que contou com uma reorganização societária em 2010, é sustentada com base em

três pilares: a Abril Mídia, que agrega os negócios de Mídia e Gráfica; a DGB, *holding* de Logística e Distribuição; e a Abril Educação, que reúne empresas do ramo e possui capital aberto na Bolsa de Valores.

O Grupo ainda possui parceria estratégica com a revista CARAS e apoia a Fundação Victor Civita, uma entidade cujo princípio é contribuir, por meio de diversas ações, para a evolução da qualidade da Educação Básica no País.



Espaço de convivência na sede do Grupo Abril.



A Editora Abril atua há mais de 60 anos na comunicação e produção de conteúdo e é líder em 21 dos seus 25 segmentos de atuação. Hoje são publicadas 49 revistas “mãe”, lidas por 26 milhões de pessoas anualmente por meio da venda de aproximadamente 171 milhões de exemplares e quatro milhões de assinaturas. A operação da Editora é organizada em três unidades de negócios: VEJA, EXAME e Abril SEGMENTADAS.

Unidade de Negócios Digitais

Fornecendo mais de 90 aplicativos para *tablets* e *smartphones*, além de 24 títulos de revistas para *tablets*, esta unidade atua na área de pesquisa, desenvolvimento e apoio às plataformas digitais do Grupo, por meio da engenharia e desenvolvimento digital, transmídia, *e-commerce*, infraestrutura, operações e mídias digitais.

A YouFind Solutions, antigo Alphabase, é o negócio de *big data* da Abril. Responsável por soluções de marketing interativo, trabalha novas experiências entre marcas e consumidores, por meio do uso da sua inteligência de mercado, que orienta as campanhas aos seus públicos-alvos. A Elemidia, maior operadora de mídia digital *out of home* da América Latina, por sua vez, oferece conteúdo em tempo real por meio de monitores em shopping centers, bares, universidades, entre outros. Junta-se ao grupo o iba, banca digital que oferece uma loja virtual de conteúdo digital e reúne o maior acervo de *ebooks*, revistas e jornais digitais do país.

Em 2013, a Abril adquiriu 51% de participação no site de *e-commerce* especializado em produtos de beleza, o Meu Espelho, que passou a ter sua operação na Unidade de Negócios Digitais. Essa foi a primeira operação de compra de um negócio de comércio eletrônico pelo Grupo Abril, e busca trazer sinergia entre o site e seus títulos femininos, potencializando as vendas e o acesso à informação.

Outro destaque do período foi o lançamento do BRASIL POST, inserido na Unidade de Novos Negócios Digitais e fruto de uma parceria entre a Abril e o



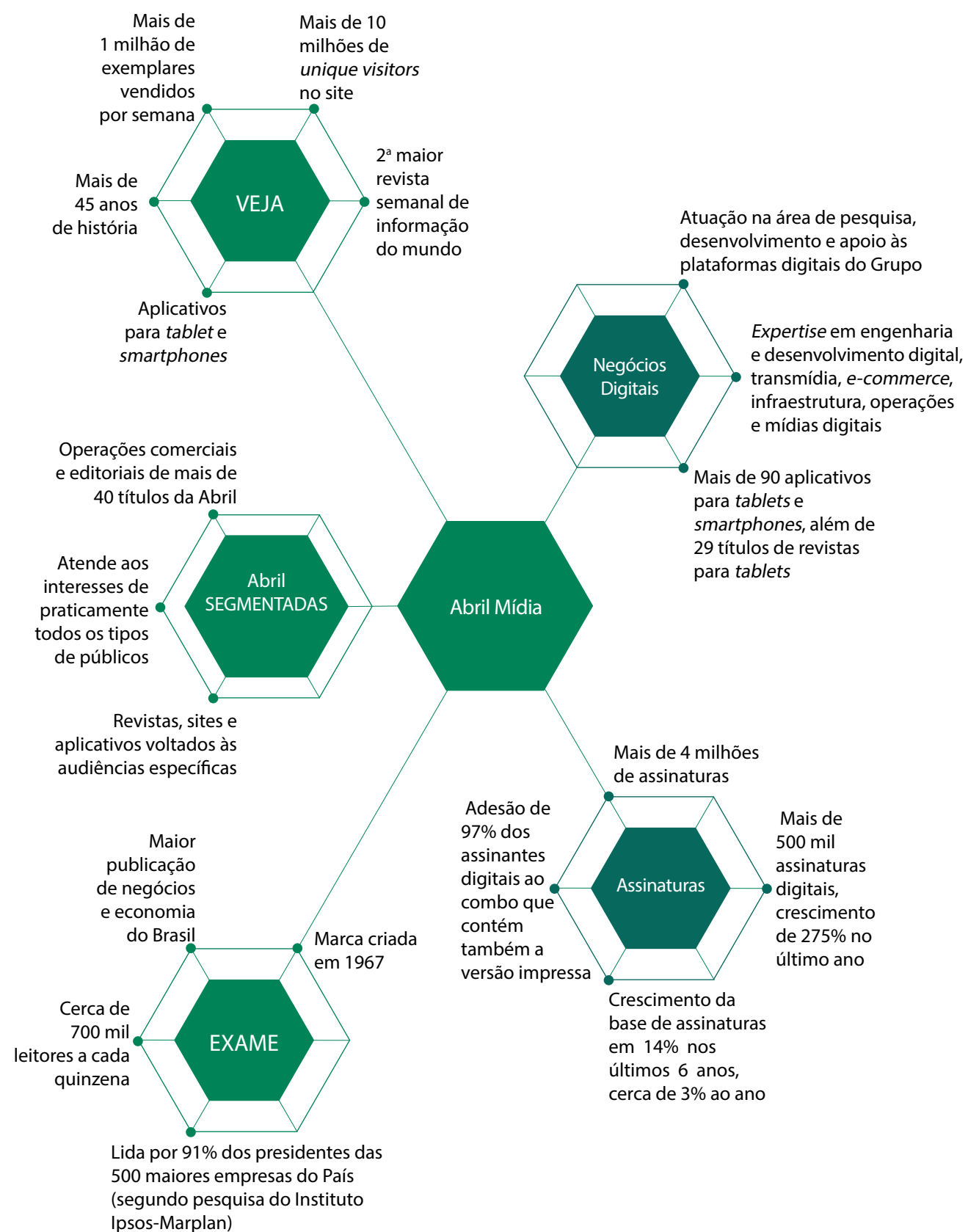
estadunidense The Huffington Post, um dos maiores e mais conceituados jornais digitais do mundo. O diferencial do portal é a capacidade de agrupar e selecionar as principais fontes de informação disponíveis e levá-las com independência e agilidade ao leitor.

Alinhado ao modelo de uso da internet. O BRASIL POST trabalha com redação própria, conteúdos de outras praças do Huffington Post, material de agências noticiosas e notícias de outros veículos da Abril e do mercado editorial.

O BRASIL POST, lançado no início de 2014, é fruto de uma parceria entre a Abril e o site americano The Huffington Post, um dos maiores e mais conceituados jornais digitais do mundo.



Destaques da atuação da Abril Mídia



Com atuação no mercado brasileiro e experiências nos mercados da Argentina e Estados Unidos, a Abril Gráfica é a maior gráfica de revistas da América Latina em volume de produção. Sua estrutura engloba um parque gráfico com área de 52,5 mil m², mais de mil funcionários, e uma produção de quase 600 milhões de exemplares impressos por ano. A Abril Gráfica é a primeira do Brasil com a qualidade do processo de reprodução certificada pela Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), a inventariar suas emissões de gases de efeito estufa de acordo com a metodologia global do GHG Protocol e de utilizar materiais com menor impacto ambiental certificados pelo FSC (Forest Stewardship Council) e PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes).

Em 2013, a Abril Gráfica produziu 3,6 bilhões de m² impressos, dos quais 55,6% representam materiais do Grupo Abril, que promove a sinergia de seus negócios para garantir agilidade, qualidade e eficiência operacional e financeira.



Pedro Rubens

Parque Gráfico do Grupo Abril.



Com uma estrutura de distribuição e logística que alcança 100% do território nacional, a DGB é uma *holding* do Grupo Abril, que conta com um grande portfólio de produtos e serviços, desde a atuação comercial em pontos de vendas até o suporte de *trade marketing*.

Para garantir a competitividade do negócio, que é o segundo maior fornecedor de soluções de distribuição e logística no País na categoria em que atua, a DGB é composta por seis empresas: três dedicadas à distribuição de revistas (Dinap, FC Comercial e Magazine Express), uma relacionada à entrega de publicações e pequenas cargas (Treelog) e as demais que efetuam entregas de pequenas encomendas e *e-commerce* (Entrega Fácil e Total Express).

Entre os diferenciais das empresas que compõem a DGB, vale ressaltar que a Dinap, por si só, atende mais de 80 editores e os principais canais de vendas do País, entre revistarias, bancas e livrarias. A Magazine Express, especializada no mercado editorial internacional, importa e comercializa, em todo o território nacional, as principais publicações no mundo. Já a FC Comercial, cujo foco se concentra na distribuição ágil de publicações no Brasil, atende 511 clientes em mais de 2 mil cidades brasileiras e 29 mil pontos de vendas.

Quanto à Treelog, por meio de 133 distribuidores regionais e cinco filiais, que atingem 2.200 municípios, sustenta o lugar de uma das maiores operado-

ras de entrega de revistas porta-a-porta do mundo, com entrega para segmentos de editoras, indústrias e redes de varejo, entre outras, de cerca de 520 milhões exemplares em todo o País. A Total Express, por sua vez, é responsável por 42 mil entregas diárias de pequenas e médias cargas em 900 municípios do País – sendo 11 milhões de entregas de pequenas encomendas somente em 2013 – com seus 38 agentes e 12 filiais. E, por fim, a Entrega Fácil, voltada para o mercado de *e-commerce*, que cresce cerca de 25% ao ano, tem como foco criar soluções em logística, distribuição e entrega expressa.

Com o crescimento em ritmo acelerado, em 2013, a DGB passou por uma fase de integração das empresas adquiridas, a fim de ganhar eficiência e sinergias e estar preparada para expansão contínua de suas atividades, impulsionadas pela forte demanda por distribuição, logística e entrega de pequenas encomendas, além do promissor mercado de *e-commerce*.



Frota da DGB.

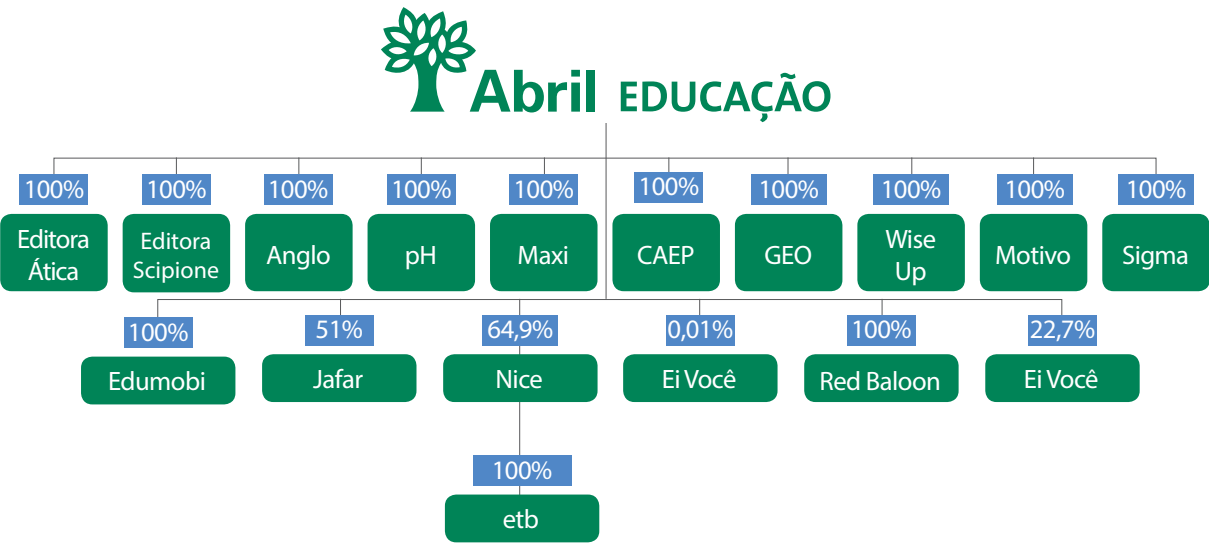


Uma das maiores companhias de educação do Brasil, focada na formação básica e pré-universitária, a Abril Educação é um dos pilares de negócios do Grupo Abril, com atuação independente e a única empresa do Grupo com capital aberto na Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBovespa). A empresa atende escolas públicas e privadas, para as quais oferece produtos, conteúdos, serviços e tecnologia, em diversos segmentos, com marcas reconhecidas, nas principais linhas de negócios: editoras (Ática e Scipione), sistemas de ensino básico (Anglo, pH, SER, GEO e Maxi), ensino técnico e cursos preparatórios para concursos (etb – Escola Técnica do Brasil e Alfacon), escolas e cursos preparatórios (Anglo, pH, Motivo e Sigma) e idiomas (Red Balloon e Grupo Ometz, detentor das marcas Wise Up, Wise Up Teens e You Move).

Quanto à base acionária da Abril Educação, em 2013, 29% das ações são negociadas na BM&FBovespa (*free float*) com o código ABRE11, sob a forma de *Units*, 45,9% do capital total pertence à família Civita, 8,9% à BR Investimentos, 9,6% ao Flávio Augusto (antigo fundador do Grupo Ometz) e 6,6% ao Fundo Privado Brasileiro Constellation.

Em 2014, a Abrilpar anunciou a sociedade com a Tarpon Investimentos, controlada pelos Fundos Tarpon, que entrou como acionista minoritária da Abril Educação, permanecendo a família Civita como acionista controladora. Com a conclusão da operação, os acionistas anunciaram planos para entrada no Novo Mercado.

Nos últimos anos, a Abril Educação investiu na aquisição de diferentes ativos, tornando-se capaz de operar de forma coesa com seus próprios e diversificados negócios. Assim, se consolidou como a maior empresa brasileira de educação básica em receita, produção de conteúdo e serviços.





Em setembro de 1985, Victor Civita criou a Fundação Victor Civita, com o intuito de contribuir para melhorar e modernizar a educação no Brasil, aplicando sua maior *expertise* – a produção de conteúdo editorial consistente e de qualidade a fim de disseminá-lo a todos os professores e escolas do Brasil.

Hoje, com a missão de contribuir para a melhoria da qualidade da Educação Básica no Brasil, a Fundação desenvolve iniciativas focadas na capacitação e valorização de professores e gestores e na melhoria de políticas públicas. Entre elas, as duas maiores revistas de educação do país – NOVA ESCOLA e GESTÃO ESCOLAR –, seus respectivos sites, o Prêmio Victor Civita Educador Nota 10 e Estudos e Pesquisas Educacionais.

A revista NOVA ESCOLA é a maior revista de educação do País e há 28 anos contribui para a melhoria

do trabalho dos professores dentro da sala de aula. Em edições impressas e digitais, ela traz práticas educacionais e informações relevantes tanto para a Educação Infantil como para o Ensino Fundamental. O site da revista é o maior banco de recursos pedagógicos do País.

Por sua vez, a revista GESTÃO ESCOLAR destaca, em edições digitais bimestrais, tudo o que os gestores precisam saber para melhorar o dia a dia na sua escola. Uma das maiores revistas de educação do País, a publicação dedica-se a assuntos que interessam a diretores de escolas, coordenadores pedagógicos e orientadores educacionais. Lançado em 2013, o site da revista contempla todas as áreas de atuação desses profissionais.

Criado em 1998, o Prêmio Victor Civita Educador Nota 10 é a principal iniciativa da Fundação para a

valorização do trabalho docente e a disseminação de práticas educativas que impactaram a qualidade da aprendizagem dos alunos. Em 16 anos, foram mais de 50 mil projetos inscritos, 181 educadores premiados e mais de R\$ 2 milhões de prêmios distribuídos.

A área de Estudos e Pesquisas realiza levantamentos para investigar questões relevantes e apresentar sugestões que ajudem a solucionar os desafios da Educação Básica brasileira. As evidências levantadas, desde 2007, em 20 investigações de grande abrangência, têm influenciado o debate e as decisões sobre práticas, metodologias, pesquisas e políticas públicas de educação no Brasil.

Recentemente, a Fundação Victor Civita elaborou cursos *online* de Fomento à Leitura e Didáticas da Matemática, voltados para professores e gestores da Educação Infantil e das séries iniciais do Ensino Fundamental, contribuindo assim para melhorar a qualificação e a formação dos educadores brasileiros.

NOVA ESCOLA

- Mais de 520 mil exemplares em circulação mensal¹;
- 1,8 milhões de leitores, especialmente professores e gestores²;
- No site, 1,1 milhão de visitantes únicos por mês e 70 milhões de páginas vistas por ano³;
- Mais de 400 mil fãs no Facebook⁴;
- 2,1 milhões de visualizações em seu canal no Youtube⁵;
- 76% dos leitores declaram que em algum momento mudaram sua prática em sala de aula por causa de uma reportagem de NOVA ESCOLA⁶;



Educador Nota 10 e alunos em sala de aula.



Vencedores do Prêmio Victor Civita Educador Nota 10.

GESTÃO ESCOLAR

- 50 mil exemplares em circulação bimestral¹;
- No site, 110 mil visitantes únicos por mês e 5 milhões de páginas visitadas por ano³;
- Mais de 59 mil fãs no Facebook⁴;
- 88% dos leitores afirmam que a revista GESTÃO ESCOLAR contribui para o planejamento de suas atividades⁶.

1 Circulação paga + gratuita – IVC (média jan. a dez./13)
2 Projeção Brasil de Leitores Marplan 2013 versus Circulação paga + gratuita – IVC (média janeiro a dezembro de 2013)
3 Google Analytics (janeiro a dezembro de 2013)

4 Facebook – dezembro de 2013
5 Youtube – dezembro de 2013
6 Tracking Ipsos 2013

Linha do Tempo

1950

A Editora Abril é fundada com o lançamento da revista O PATO DONALD, dando início a parceria mantida até os dias atuais com a Disney, e é inaugurada a Abril Gráfica – SAIB (Sociedade Anônima Impressora Brasileira).

1970 a 1980

No início dos anos 1970, a publicação EXAME, antes um suplemento de publicações técnicas, é lançada como revista independente; surge a ENCICLOPÉDIA ABRIL e, ainda, é fundado o Círculo do Livro. Na metade da década, ocorre o lançamento do anuário OS MELHORES E OS MAIORES, da revista EXAME; é publicada a primeira edição do ALMANAQUE ABRIL, produzido pelo Departamento de Documentação da Editora; e é lançado o Programa Alfa, que fornecia kits para a alfabetização infantil. Em 1980, é fundada a primeira empresa do Grupo no exterior, a Editora Abril Morumbi, em Portugal.

1990 a 1995

O ano de 1990 é marcado pela fundação da Editora Abril Cinco, pela criação da Abril Panini – em associação com a italiana Panini –, e pelo início das transmissões da MTV Brasil, a primeira emissora segmentada do País. Nos anos seguintes ocorre a criação da Editorial Primavera e da Vídeo Print, o início oficial das transmissões da TVA.

1996 a 1999

Em 1996 é fundada a Datalistas, empresa de marketing do Grupo, e são criados o Prêmio Claudia e a Directv brasileira. Na mesma época, a Abril marca seu início na mídia digital com o lançamento do BOL (Brasil Online), depois incorporado pelo UOL. Em seguida, há a criação do Musiclub, parceria da Abril com a Universal para a venda de CDs por catálogo; a criação da gravadora Abril Music e o lançamento de VEJA na Sala de Aula, editada pela Fundação. Em 1999, a TVA inaugura o @Jato, primeiro provedor de internet a cabo do País; o Grupo compra as editoras Ática e Scipione; a Abril associa-se à Editora Símbolo e é criado o programa de voluntariado do Grupo, o Mãos à Obra.

1960 a 1970

Nesse período é fundada a Distribuidora Abril, que daria origem à Dinap (Distribuidora Nacional de Publicações), e é inaugurado o parque gráfico da SAIB na Marginal Tietê, em 1964. Além disso, a década é marcada pelos lançamentos das publicações CLAUDIA, que ainda hoje é referência na imprensa feminina; REALIDADE, que contou com uma circulação de 250 mil exemplares em três dias; a revista VEJA, a maior revista semanal de informação do Brasil e a segunda maior do mundo; a RECREIO, com foco em crianças na idade escolar; a PLACAR, do segmento de futebol; e a QUATRO RODAS.

1980 a 1990

Em 1982 estreia o primeiro programa da TV Abril, o NOVA MULHER, na TV Bandeirantes. No ano seguinte é criada a Abril Vídeo, uma produtora de programas de televisão independente, e é lançado o GUIA DO ESTUDANTE. Em meados dos anos 1980 iniciou as atividades da Listel, editora de listas telefônicas. Na mesma época foi criada a Fundação Victor Civita, que tem a missão de melhorar a qualidade da Educação Básica no Brasil, e também foram lançadas as revistas NOVA ESCOLA e SALA DE AULA, ambas editadas pela Fundação. Nos anos seguintes, ocorre a criação da Editora Azul, com foco em publicações segmentadas, o lançamento da revista SUPERINTERESSANTE e a fundação da Editora Primavera, subsidiária da Abril na Espanha. Criação, em 1998, do Prêmio Victor Civita Educador Nota 10 pela Fundação Victor Civita.

2000 a 2005

A chegada dos anos 2000 é marcada pelo lançamento da NATIONAL GEOGRAPHIC Brasil e do GUIA DE BOA CIDADANIA CORPORATIVA, da revista EXAME, bem como pela criação da Idealyze Produções, pela parceria com a Fundação SOS Mata Atlântica no projeto Clickarvore e pela inauguração do Teatro Abril. Além disso, ocorre o lançamento do programa Desarmamento Infantil, pela Dinap, e do Prêmio Planeta Casa. Em 2003 a Abril adere ao Pacto Global, uma iniciativa da ONU para mobilizar a comunidade internacional para a adoção de valores fundamentais nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção; lança o evento Concerto Bons Flúidos, em prol da cultura e do bem-estar; adquire integralmente as editoras Ática e Scipione; lança o projeto Revis-teca, pela Dinap e, em 2005, lança o Programa Contribua, que promove o engajamento dos funcionários da Gráfica.

2010 e 2011

Em 2010, o Grupo Abril assume o controle acionário da Elemidia e realiza o inventário ano-base de emissões de gases de efeito estufa (GEE), de acordo com a metodologia GHG Protocol. No mesmo ano, a Abril Educação é formada como entidade separada da Abril Mídia, com capital 100% da família Civita e em seguida recebe um novo sócio – a BR Educacional – que aporta capital para suportar as primeiras aquisições da nova empresa: Anglo, etb e pH. A Treelog lança o Programa Direção Certa e são publicadas a edição verde da revista VIDA SIMPLES e a edição censurada de 1967 da revista REALIDADE. Em 2011, a Abril Educação abre capital na BM&FBovespa e o Grupo conta com o lançamento da Entrega Fácil, da primeira tabela socioambiental de revista e do primeiro Relatório Grupo Abril de Atividades, Desempenho e Sustentabilidade, com base nas diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI). Além disso, acontece a aquisição da Total Express, a MTV e a comunidade local recuperam um campo de futebol no Morro dos Prazeres, Rio de Janeiro, e a Abril Gráfica inaugura a impressora Cerutti VII, de rotogravura.

2006 a 2009

Em 2006 é firmada a sociedade com o grupo Naspers, criada a Abril Digital e acontece a primeira edição do Prêmio Saúde. No ano seguinte, a Abril marca presença no quesito sustentabilidade: acontece a criação do PLANETA SUSTENTÁVEL, a veiculação da primeira Mídia de Sustentabilidade (MS) da Abril, a primeira edição verde da SUPERINTERESSANTE e o GUIA DE BOA CIDADANIA CORPORATIVA passa a se chamar GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE. Em 2007, a Fundação cria a área de Estudos e Pesquisas Educacionais e, em 2009, lança a revista GESTÃO ESCOLAR. Em 2009, o Grupo adquire o total das ações da Viacom Inc. para a MTV Brasil, realiza o Primeiro Encontro Abril de Fornecedores, lança o Programa Mundo Jovem e conta com outras iniciativas e marcos para a sustentabilidade: a Abril passa a integrar a plataforma Empresas pelo Clima (EPC), produz seu primeiro Relatório Socioambiental e publica a primeira edição sustentável da VEJA, ocorre o lançamento do Programa PLAR (Produção Limpa, Atitude Responsável), a filiação ao WBCSD (World Business Council for Sustainable Development) e a Abril Gráfica conquista o selo de certificação PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification).

2012 e 2013

Em 2012, a Elemidia é 100% adquirida, o novo galpão da DGB é inaugurado, é lançada a VEJA BH e a sede do Grupo conquista o selo LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) – que certifica edifícios com iniciativas para minimizar impactos ambientais. Já em 2013, o Grupo adquire o site Meu espelho, e-commerce de Cosméticos e produtos de beleza, desenvolve a parceria com o Huffington Post para o lançamento do portal no Brasil, o BRASIL POST, e fecha parceria com a I-Behavior, fornecedora de base de dados de marketing e serviços de behavioral targeting. No ano, ainda, a DGB adquire 100% da Total Express e a Abril Educação conclui a compra da Wiseup, do Grupo Ometz (dententora das marcas Wise up, Wise Up Teens e You Move), do colégio Motivo e do Centro Educacional Sigma.

Cenário do Setor

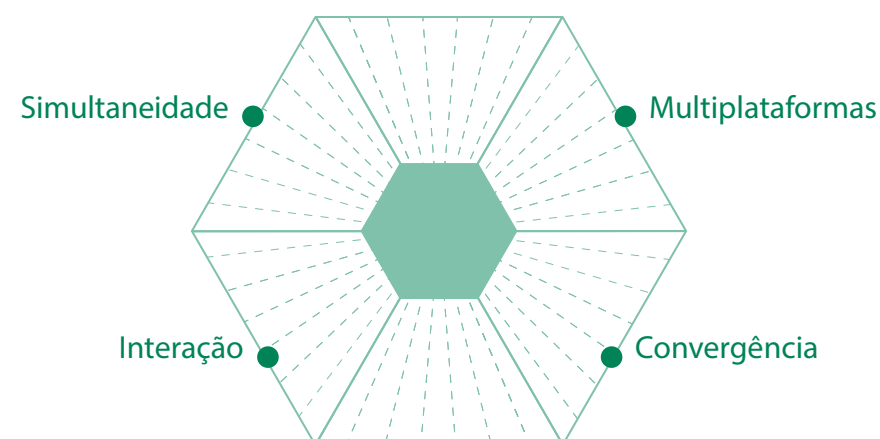


Há mais de 60 anos, época na qual as fontes de informação existiam em menor quantidade (jornais, revistas, livros e algumas emissoras de rádio e televisão) e a tecnologia ainda estava longe de chegar à era digital que vivemos hoje, a Abril foi fundada com foco na produção e disseminação de conteúdo, com moldes que ainda não eram difundidos no Brasil. Atualmente, o mercado de conteúdo encontra-se em um patamar muito diferente, marcado pelo imediatismo e pela universalização da informação possibilitada pela internet.

Segundo uma pesquisa realizada pelo IBOPE e divulgada em novembro de 2013, nos últimos 10 anos, a internet cresceu 129% no Brasil e 121% na América Latina e, hoje, 4% da população já possui *tablet*, 16% tem *smartphone* e 31% usufrui de celulares com acesso à internet no Brasil.

Além disso, a pesquisa aponta que 47% dos brasileiros considera a internet como um meio de comunicação. Consequentemente, com toda essa popularização, surge um novo consumidor, que exige novas plataformas e planejamento de mídia.

Neste novo cenário, o Grupo Abril continuamente reorienta sua estratégia para a sustentabilidade de suas empresas. Assim, a Abril Mídia irá focar seus investimentos na produção e disseminação de conteúdo multiplataforma para oferecer a qualidade do Grupo onde quer que o público esteja presente.



Segundo a última pesquisa da ABIGRAF (Associação Brasileira da Indústria Gráfica), a produção industrial gráfica brasileira somou R\$ 44 bilhões em 2012 e, desse total, 29,2% foram referentes aos materiais editoriais (livros, revistas, manuais e guias), a segunda maior fatia do mercado, atrás somente da produção de embalagens.

Ainda segundo o relatório, apenas 0,4% das gráficas brasileiras são de grande porte e 78,6% são representadas por microempresas. Neste sentido, o posicionamento da Abril Gráfica se destaca em um nicho de mercado pequeno, visto que é a maior gráfica de revistas da América Latina em volume de produção, com atuação no mercado brasileiro e experiências nos mercados da Argentina e Estados Unidos.



O segmento de transporte e logística tem forte relação com o PIB, por atender a praticamente todos os setores da economia. Com isso, acompanhando o PIB, que contou com um crescimento de 2,3% em 2013, o segmento de transporte/distribuição cresceu 10,4% no período, apesar da necessidade de maiores investimentos em infraestrutura.

Desde 1975, o investimento público federal em infraestrutura de transporte, como proporção do PIB, caiu de 1,84% para 0,29% em 2012. Depois de décadas de investimentos abaixo de 1% do PIB ao ano, 2013 previa investimentos expressivos no setor de transporte. Porém, foram realizadas no ano as licitações de dois aeroportos e cinco rodovias - como parte do Programa de Investimento em Logística (PIL), lançado em 2012 - frente ao plano original de concessão de nove rodovias, 12 trechos ferroviários e dois aeroportos, além de quatro lotes de arrendamentos portuários.

Além disso, ponto importante para composição do cenário do setor é a mudança dos modelos de atuação que vem acontecendo por conta da tendência de redução de estoques - resultado do aumento da quantidade e itens, redução do espaço de vendas e do ciclo de vida dos produtos - e do crescimento do comércio eletrônico. Assim, a atividade de distribuição e logística tem exigido entregas menores e mais frequentes.

Neste cenário desafiador, a DGB garante seu posicionamento atuando na distribuição e logística com o alcance 100% do território nacional, um amplo portfólio de produtos e serviços - desde a atuação comercial em pontos de vendas até o suporte de *trade marketing* - e um posicionamento estratégico em setores em crescimento, como o *e-commerce*.



A atuação da Abril Educação se dá em diferentes segmentos do setor de ensino no Brasil, apresentados a seguir:

Mercado de Sistemas de Ensino

A tendência pela adoção de Sistemas de Ensino em escolas privadas e públicas é crescente no País, compondo um cenário de busca por ensino de qualidade comprovada e associação a marcas reconhecidas. Esse segmento possui alto potencial de crescimento em função da baixa adoção por escolas públicas, do crescente número de escolas privadas no Brasil, em que Sistemas de Ensino são mais adotados, e por representar uma solução eficiente para oferta de qualidade em um mercado com raros professores com dedicação exclusiva.

Mercado de Editoras de Livros Escolares

Em 2013, foram vendidos mais de 150 milhões de livros didáticos em todo o Brasil, cerca de 5,5% a mais do que em 2012, de acordo com nossas estimativas. As receitas brutas totais estimadas do segmento de editoras de livros didáticos e paradidáticos no Brasil em 2013 foram estimadas em R\$ 2,17 bilhões. O *market share* combinado das editoras Ática e Scipione, em número de livros didáticos vendidos para o segmento público, foi de 22% em 2013, de acordo com números publicados pelo FNDE. No segmento privado, os livros didáticos e paradidáticos mantiveram a vice-liderança do mercado, apenas meio ponto percentual do líder.

Mercado de Ensino Técnico

O Ensino Técnico no Brasil já vinha experimentando taxas de crescimento de dois dígitos há alguns anos. Recentemente, este crescimento recebeu um novo ímpeto com a implementação do programa PRONATEC, do Governo Federal, que oferece bolsas a alunos que buscam uma melhor qualificação no mercado de trabalho. A Abril Educação saiu na frente com o investimento feito na etb em 2011, e desenvolveu um Sistema de Ensino Técnico com mais de 30 cursos e que hoje é adotado por 85 grandes instituições, incluindo várias universidades do país, que passaram a oferecê-los.

Mercado de Escolas Privadas e Cursos Pré-Vestibulares

Em 2012, o ensino básico representava 89,9% do total de alunos matriculados em instituições credenciadas pelo Ministério da Educação no país. As 38,8 mil escolas particulares atenderam a 8,6 milhões de alunos no Brasil. O número de alunos em escolas privadas cresceu 4% na comparação entre 2011 e 2012, como consequência da mobilidade social e crescimento da classe média no país. Nesse cenário, em 2013 a Abril Educação ampliou sua rede de escolas próprias e, dentro de seu portfólio, conta com cursos e escolas que continuaram a apresentar excelentes índices de aprovação nos exames, concursos e vestibulares das melhores universidades.

Mercado de Ensino para Concursos Públicos

O mercado de preparação para concursos públicos movimentou receitas brutas de aproximadamente R\$ 1,0 bilhão por ano, incluindo a venda de materiais didáticos, de acordo com a ANPAC (Associação Nacional de Proteção e Apoio aos Concursos). A Abril Educação atua neste mercado desde 2012, quando adquiriu o controle da Alfacon e passou a atuar na elaboração, produção e coordenação de cursos preparatórios para concursos públicos, por meio de ensino a distância, via vídeo-aulas por internet.

Somente em 2013, foram disponibilizadas mais de 130 mil vagas no serviço público, o que representa um aumento de 44,4% em relação ao ano de 2012, e ocorreram em torno de 13 milhões de inscrições. A ANPAC estima que são aproximadamente 12 milhões de inscritos por ano em concursos públicos no Brasil e - segundo o Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão - cerca de 30% das vagas disponibilizadas não requerem curso universitário. Além disso, de acordo com o instituto IOB - que oferece preparação para concursos públicos - cerca de que 60% dos funcionários públicos deverão se aposentar nos próximos dez anos, o que poderá aumentar o número de vagas e respectivos concursos. Somente em 2013 ocorreram mais de 15 mil aposentadorias no serviço público e a estimativa é que haja 41 mil vagas disponíveis para 2014, e de 400 mil até 2016.

Dado este cenário, estabelecendo-se no mercado pela excelência do ensino, a Alfacon vem sendo responsável por altos índices de aprovação e de colocações destacadas, como exemplificam o concurso para admissão no Banco do Brasil, onde a Alfacon preparou três dos primeiros colocados, e as maiores aprovações a nível nacional nos concursos para escrivão da Polícia Federal, para a Polícia Rodoviária Federal e para o Tribunal de Justiça de São Paulo.

Mercado de Ensino de Idiomas

Esse mercado é formado por redes de escolas privadas, sendo que as principais funcionam no sistema de franquias, que vem crescendo de 10 a 15% em receita nos últimos três anos.

O curso mais popular no Brasil é o de inglês, seguido do espanhol. Mas mesmo a penetração do idioma inglês no Brasil ainda é muito baixa - de 3% - se comparada a outros países.

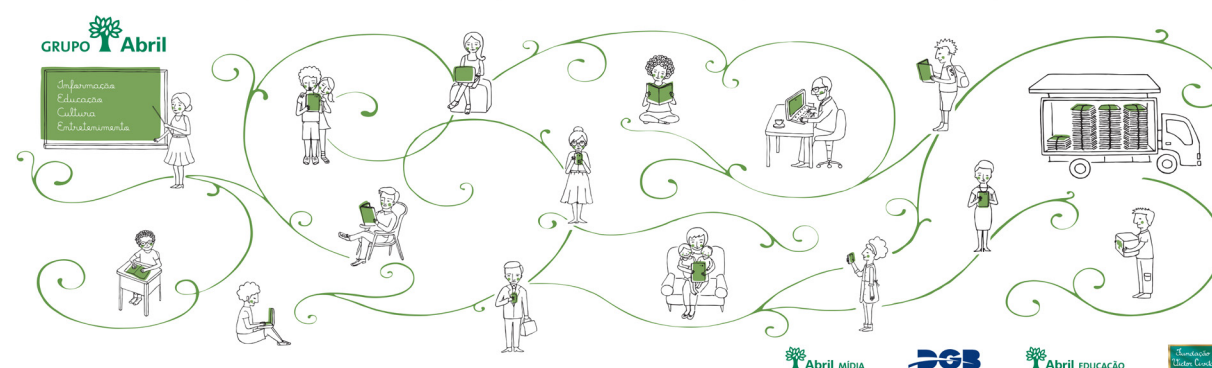
A Abril Educação acredita que existem grandes oportunidades de crescimento nesse segmento, por conta do aumento da renda familiar, da crescente demanda do mercado de trabalho por profissionais com nível de proficiência em inglês e da necessidade de mão-de-obra ligada aos segmentos do setor de turismo, hotelaria, restaurantes, transportes, e outros, em função da Copa do Mundo de 2014 e das Olimpíadas de 2016 que o Brasil hospedará.

Em 2013, a empresa assumiu as atividades da marca SIGA, adquirida em 2010 com o Anglo, passando a coordenar o conteúdo do curso presencial de preparação para concursos públicos. No mesmo ano, a Alfacon vendeu mais de 90 mil cursos *online*, uma ferramenta com aulas virtuais direcionadas para diferentes concursos pelo Brasil.

Estratégias e Vantagens Competitivas

Para a Abril, o ano de 2013 foi marcado pela reestruturação do Grupo e o início da operação com novas perspectivas, em que é valorizada a relação de interdependência entre os pilares de atuação, como chave para a sustentabilidade do negócio, ao se adaptar ao cenário macroeconômico de mercado, aproveitando os nichos de potencial crescimento.

Com isso, hoje, a Abril Mídia, a DGB e a Abril Educação formam a espinha dorsal que sustenta a perenidade do Grupo, baseada na sólida estrutura de operação, experiência e penetração de mercado, desenvolvidas ao longo dos anos de atuação.



Conteúdo com credibilidade sempre

Estratégia: com a mudança no padrão de consumo de informação, a empresa busca disseminar conteúdo de qualidade em diversas plataformas, de forma a atender a demanda de milhões de brasileiros na linguagem, mídia e velocidade que melhor se adaptam às suas necessidades, não somente por meio de suas revistas impressas, que ainda são preferência de grande parte dos leitores, mas também por sites, *tablets*, *smartphones* e *mídia digital out of home*.

Vantagens competitivas:

- Composta pela Editora Abril, Unidade de Negócios Digitais, Abril Gráfica e Casa Cor, a Abril Mídia possui uma estrutura completa, com produção de conteúdo, impressão, apoio às plataformas digitais, soluções de marketing interativo e operação de *mídia digital out of home*;
- Com suas publicações, a Editora Abril é líder em 21 dos 25 segmentos em que atua e é responsável pela publicação da revista VEJA, atualmente a maior revista do Brasil e a segunda maior semanal de informação do mundo;
- Até o final de 2013, 29 títulos lançados nas plataformas iOS, Android e PCs; mais de 520 mil edições digitais entregues mensalmente e 80 mil assinaturas de edições para iPad, somente da revista VEJA;
- Crescimento de 14% nas assinaturas nos últimos seis anos, um aumento médio de 3% ao ano, chegando a um total de 4,9 milhões de assinaturas;
- Em 2013, foi alcançada a marca de meio milhão de assinaturas digitais, crescimento de 275% em relação a 2012. Dessas 500 mil assinaturas, 97% optaram pelo combo “papel + digital”, mostrando a complementaridade das mídias e a fidelização de leitores;
- A Editora produz conteúdos diferentes entre revistas e sites, que trazem inovação e interatividade. Além disso, conta com aplicativos *online*, gratuitos e pagos, e alguns estão entre os mais baixados e vendidos;
- A Casa Cor é reconhecida internacionalmente como o maior evento de arquitetura e decoração das Américas e o segundo maior do mundo. Os eventos Casa Cor são realizados em 25 cidades,

durante todo o ano, e já se tornaram oficiais nos calendários das cidades em que acontecem, movimentando o mercado e proporcionando oportunidades para empresas e profissionais.

Na Abril Mídia, vale ressaltar também o potencial da Abril Gráfica, que possui uma série de vantagens competitivas perante seus concorrentes, já que conta com uma moderna tecnologia para obter matrizes de impressão fiéis aos originais fornecidos pelos clientes, tendo a capacidade de gerar cópias na quantidade e qualidade necessárias.

Qualidade e agilidade

Vantagens competitivas:

- Única, na América Latina com impressão em rotogravura para publicações;
- Otimização da produção das revistas e qualidade gráfica garantida por meio de operação integralmente em *filmless*, gerando matrizes em CTP (*computer-to-plate*) e Gravação Eletromecânica de Cilindros;
- Estrutura que permite a produção de materiais com periodicidade diária, semanal, quinzenal e mensal, e de altas e médias tiragens, em formatos e papéis diversos;
- Tecnologia atualizada que permite a produção de ampla gama de materiais, que contenham desde fragrâncias até brindes, cores e formatos especiais nas publicações.



Publicações da Abril Mídia, expostas no prédio da Sede do Grupo.



Entrega com rapidez e eficiência

Estratégia: a operação da DGB envolve seis empresas de diversos perfis nas áreas de logística e distribuição, que entregam desde encomendas expressas até cargas médias, sejam B2B – de negócios para negócios – como B2C – de negócios para seus consumidores e clientes.

Vantagens competitivas:

- Oferta de diferentes serviços, como recebimento, separação, armazenagem, conferência, embalagem, etiquetagem, distribuição, manuseio, personalização, montagem de kits, gestão da informação, entre outros;
- Rede de distribuição integrada que alcança todo o território nacional, chegando semanalmente em todas as regiões do país;
- Entregas diárias em oito capitais, em Campinas e em Santos (SP), e entregas três vezes por semana em diversas outras cidades;



Caminhão da frota da DGB.

- Só em 2013, entregou 124,5 milhões de exemplares porta a porta e cerca de 520 milhões de revistas avulsas em todo o País;
- Com a unificação dos distribuidores, a DGB realiza a entrega de revistas, produtos de pequeno e médio porte e de *e-commerce*, otimizando processos e ganhando eficiência.



Embalagem, etiquetagem, manuseio e distribuição de mercadorias, na DGB.



Investimento constante e crescimento com qualidade e solidez

Estratégia: A Abril Educação atende escolas públicas e privadas, levando soluções capazes de melhorar a qualidade da educação brasileira e com isto gerando alta fidelização de clientes. Por esse motivo, promoveu aquisições estratégicas e hoje conta com 15 empresas. No cenário de crescimento alcançado por meio dessas aquisições, a estratégia da Abril Educação é consolidar sua evolução com o aproveitamento de sinergias entre seus sistemas de educação; com o posicionamento de suas marcas; com a abertura de novas escolas; e com o fortalecimento de sua liderança no ensino de idiomas, com foco no crescimento orgânico.

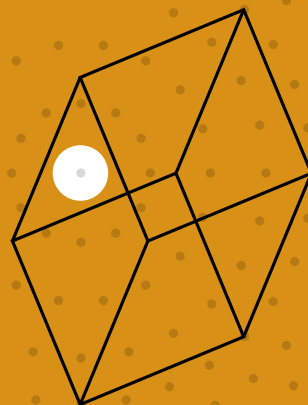
Vantagens competitivas:

- Uma das maiores empresas no segmento de educação básica no Brasil, com um portfólio capaz de atender a todas as necessidades de escolas que desejem melhorar a qualidade do ensino oferecido, incluindo conteúdos tradicionais e digitais, tecnologia da educação, ensino de idiomas, ensino técnico e outros serviços complementares. Nenhuma outra empresa do setor tem um portfólio tão diversificado;
- As marcas da Abril Educação são conhecidas, respeitadas e associadas a resultados acadêmicos excepcionais. Esta plataforma de marcas traz credibilidade às soluções do Grupo e abre portas para a adoção das mesmas;



Abril Educação, uma das maiores companhias de educação do Brasil, focada na formação básica e pré-universitária.

- A oferta inicial de ações (IPO) da Abril Educação, feita em julho de 2011, proporcionou uma estrutura de capital sólida e adequada aos objetivos da empresa. A Companhia é listada no Nível 2 de Governança Corporativa da BM&FBovespa. Em 2014, a Abrilpar anunciou a sociedade com a Tarpon Investimentos, controlada pelos Fundos Tarpon, que entrou como acionista minoritária da Abril Educação, permanecendo a família Civita como acionista controladora. Com a conclusão da operação, os acionistas anunciaram planos para entrada no Novo Mercado.



GOVERNANÇA E DESEMPENHO

Governança Corporativa

O Grupo Abril possui estruturas de governança adequadas às suas empresas e orientadas pelas Melhores Práticas de Governança do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC). A seguir é apresentada a composição dos órgãos de gestão e governança das empresas do Grupo em 2013.



A Abrilpar, *holding* da família Civita, controla a Abril Mídia e detém o controle do capital da Abril Educação, além de uma série de outros empreendimentos. Sua estrutura é composta da seguinte forma:

Presidente - Giancarlo Francesco Civita
 Vice-presidente Jurídico - Arnaldo Figueiredo Tibyriçá
 Vice-presidente de Finanças e CEO da DGB - Douglas Duran
 Diretor de Auditoria - Thomaz Roberto Scott
 Membro - Marcelo Vaz Bonini



A Abril Mídia tem o Conselho de Administração formado por membros da família Civita e pelo grupo de mídia sul-africano Naspers. O Presidente dirige os negócios de mídia, gráfica e se reporta ao Conselho, que mantém um Comitê de Auditoria e Risco para monitorar a contabilidade e a gestão financeira. Sua estrutura é composta da seguinte forma:

Conselho de Administração
 Presidente - Giancarlo Francesco Civita
 Membro - Roberta Anamaria Civita
 Membro - Andre Coetzee
 Membro - Victor Civita Neto
 Membro - Hein Brand

Diretoria
 Presidente - Fábio Colletti Barbosa
 Diretora Geral da Unidade de Negócios VEJA - Thais Chede Soares
 Diretora Geral da Unidade de Negócios EXAME - Claudia Vassallo
 Diretora Geral da Unidade de Negócios Abril SEGMENTADAS - Helena Bagnoli
 Diretor Geral da Unidade de Negócios Digitais - Manoel Lemos
 Diretor de Assinaturas - Fernando Costa
 Diretor Superintendente da Abril Gráfica – Eduardo Costa
 Diretor da Casa Cor - Angelo Derenze
 Diretora de Relações Governamentais - Angela Rehem
 Diretora de Recursos Humanos - Cibebe Castro
 Diretora de Planejamento Editorial - Elda Muller
 Diretor Corporativo de Tecnologia da Informação - Claudio Prado
 Diretora de Relações Corporativas - Meire Fidelis



Mais de 520 mil edições digitais entregues mensalmente.



Desde a criação da DGB, em 2009, a empresa vem desenvolvendo sua estrutura de governança corporativa a fim de contar com uma gestão experiente no mercado de logística e distribuição e, assim, reforçar seu potencial de crescimento.

Diretoria
 Presidente-executivo - Douglas Duran
 Diretor Superintendente de Publicações - Fernando Mathias
 Diretor Superintendente de Pequenas Cargas - Vito Chiarella



DGB: estrutura de distribuição e logística que alcança 100% do território nacional.



A Abril Educação possui capital aberto e adere ao Nível 2 de práticas diferenciadas de Governança Corporativa da BM&FBovespa. É composta por um Conselho de Administração, Diretoria Executiva e quatro Comitês: o Comitê Financeiro, que assessora o Conselho na fiscalização financeira e planos de investimentos; o Comitê de Recursos Humanos, que apoia o Conselho na Formulação de Políticas de Pessoal que visem o recrutamento, desenvolvimento e retenção dos talentos chave na empresa; o Comitê de Qualidade e Tecnologia de Educação, que ajuda na formulação de estratégias e ações que visem a manutenção de altos níveis de qualidade na empresa e a vantagem competitiva na área de tecnologia da educação; e o Comitê de Integração e Sinergias, que acompanha as ações de integração do portfólio das empresas adquiridas.

Em 2014, a Abrilpar anunciou a sociedade com a Tarpon Investimentos, controlada pelos Fundos Tarpon, que entrou como acionista minoritária da Abril Educação, permanecendo a família Civita como acionista controladora. Com a conclusão da operação, os acionistas anunciaram planos para entrada no Novo Mercado.

A empresa constituiu também um Conselho Fiscal, composto por cinco membros, dos quais dois são representantes de acionistas minoritários.

Conselho de Administração

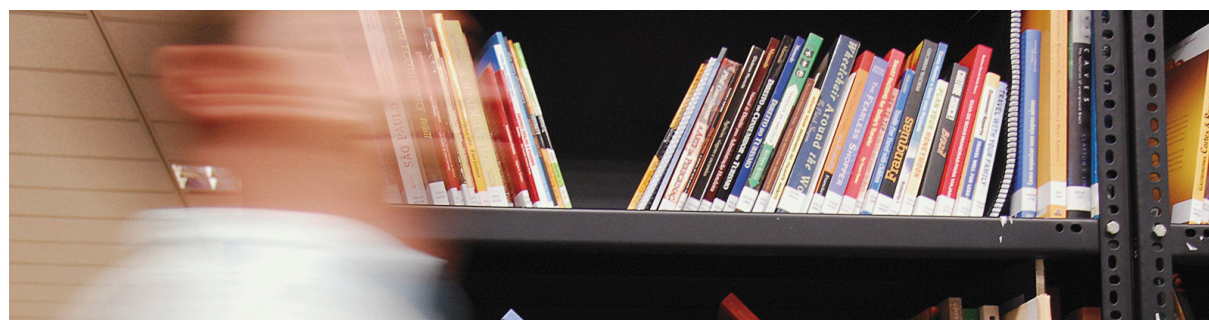
Presidente - Giancarlo Francesco Civita
Vice-presidente - Manoel Luiz Ferrão de Amorim
Membro - Victor Civita Neto
Membro - Douglas Duran
Membro - Paulo Roberto Nunes Guedes
Membro - Arnaldo Figueiredo Tibyriçá
Membro - Florian Bartunek
Conselheiro independente - Marcos Antônio Magalhães
Conselheiro independente - Maria Helena Guimarães de Castro

Conselho Fiscal

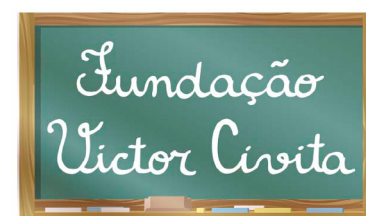
Membro - Alexandre Cunha Bagnoli
Membro - Eduardo Khair Chalita
Membro - Xavier Abdon de Sousa
Membro - Leonardo Rocha
Membro - Marcos Bastos Rocha

Diretoria

Diretor-presidente - Mário Ghio
Diretora Executiva de Planejamento Estratégico e Gestão de Performance - Daniela Menuisier
Diretor Executivo de Marketing, Vendas e Comunicação Institucional - Elzimar Albuquerque
Diretor Executivo de Inovação e Conteúdo - René Agostinho
Diretor Executivo de Cultura e Organização - Carlos Toledo
Vice-presidente de Idiomas - Júlio de Angeli
Vice-presidente de Serviços Pedagógicos e Relacionamento - Ivan Sartori Filho
Vice-presidente de Operações Educacionais - João Lacerda
Vice-presidente Administrativo-Financeiro e de Relações com Investidores - Guilherme Mélega



Em 2013, foram vendidos mais de 150 milhões de livros didáticos em todo o Brasil.



A Fundação Victor Civita é uma entidade privada sem fins lucrativos, que possui diversas iniciativas e conta com o apoio do Grupo Abril, do Grupo Gerdau e de uma série de parceiros. Sua estrutura de administração é composta pelo Conselho Curador.

Conselho Curador

Presidente - Victor Civita Neto
Vice-presidente - Roberta Anamaria Civita
Membro - Giancarlo Francesco Civita
Membro - Beatriz Gerdau Johannpeter
Membro - Claudio de Moura Castro

Membro – Fábio Colletti Barbosa
Membro – Jorge Gerdau Johannpeter
Membro – Manoel Luiz Ferrão de Amorim
Membro – Marcos Magalhães



Marcelo Almeida

A Fundação Victor Civita tem como missão contribuir para a melhoria da qualidade da Educação Básica no Brasil.

Desempenho Operacional e Econômico

Em 2013, a receita líquida da Abril Comunicações¹ foi de R\$ 2,7 bilhões, quase quatro vezes mais em relação a 2012, quando somou R\$ 724,3 milhões. A Abril Educação, por sua vez, registrou receita líquida de R\$ 1,0 bilhão, aumento de 17% em relação ao ano anterior.

A Abril tem trabalhado na definição de foco em negócios prioritários, na redução dos custos por meio de revisão e simplificação de processos, na reorganização da estrutura societária, na priorização de investimentos, na negociação de ativos não estratégicos e na busca de novos financiamentos e renegociação de dívidas de curto prazo.

Em 2013, foi obtida negociação e alongamento de algumas linhas de financiamento de curto prazo, junto aos bancos credores, além da renegociação de índices financeiros de financiamentos, adequando-os à realidade da Companhia na geração de caixa em relação ao nível de endividamento.

A Abril Educação, obteve resultado operacional de R\$ 207,0 milhões, crescimento de 11% em relação a 2012. O EBITDA Ajustado – que considera esse resultado antes de depreciações e amortizações – totalizou R\$ 311,9 milhões, 23% a mais que no ano anterior, e a Margem EBITDA foi de 30%, evolução de 1p.p. na mesma comparação. O Lucro Líquido antes da participação dos minoritários foi de R\$ 78,9 milhões no período.

Distribuição da Receita Líquida (em milhões de reais)

	Faturamento Líquido	Participação (%)
Gráfica	154,1	5,6
Distribuição	1.136,3	41,6
Mídia	1.442,9	52,8
Abrilcom (ASA)	2.733,30	100,0

Receita líquida do Grupo (em milhões de reais)

	Faturamento Líquido	Participação (%)
Educação	1.036,5	28,0
Grupo Abril	3.699,80	

Valor Adicionado

Distribuição do valor adicionado em 2013 (em milhares de reais)

	Abril Mídia	DGB	Abril Educação
Pessoal e encargos	593.653	113.001	172.366
Impostos, taxas e contribuições	373.894	224.038	116.475
Remuneração de capital de terceiros	201.192	23.349	134.923
Remuneração de capitais próprios	-174.036	-76.398	98.123
Total	994.703	283.990	521.887

Incentivos governamentais

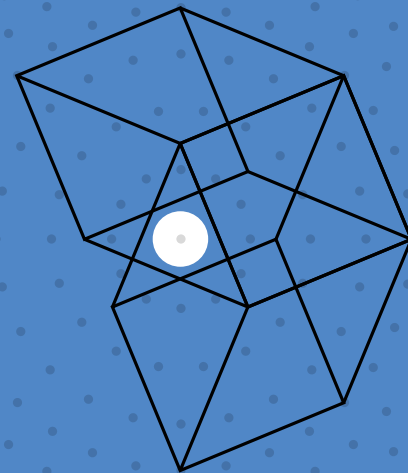
A Abril Mídia, a DGB e algumas de suas controladas utilizam linhas de financiamentos com juros subsidiados por programas do BNDES, uma linha de crédito intitulada de FINEM - Financiamento a Empreendimentos. Neste sentido, vale frisar que o Governo não possui participação na estrutura acionária da Companhia.

Saldo FINEM

(em milhares de reais)

	2012	2013
Abril Mídia.	24.481	27.166
DGB	14.125	9.280
Abril Educação	42.066	38.923

1. Alinhado às Demonstrações Contábeis, são apresentados os resultados segregados entre Abril Comunicações - que agrega os resultados da Abril Mídia, da DGB e, consequentemente, de todas as suas controladas - e da Abril Educação.



RELACIONAMENTOS DE VALOR

Conduta no Grupo

Além da capacidade financeira e solidez na infraestrutura, a sustentação de uma companhia, especialmente com a dimensão do Grupo Abril, está atrelada à gestão de pessoas e à forma como a empresa conduz seus negócios. E é por isso que expressões como “trabalho em equipe” e “valorização das pessoas” fazem parte dos princípios e valores do Grupo.

Para orientar e compartilhar essas premissas com os colaboradores e parceiros, o Grupo conta com um Código de Conduta, em formato impresso e digital, que é constantemente divulgado em matérias publicadas nos veículos de comunicação interna da Abril e no *workshop* “Por Dentro do Código de Conduta”, além de um programa de *e-learning* para novos funcionários, disponível na intranet.

O Código apresenta aspectos como as responsabilidades das lideranças e dos colaboradores, ambiente de trabalho, relações com acionistas, clientes, fornecedores, parceiros, terceiros, imprensa, sindicatos e entidades, bem como orientações relacionadas à corrupção, propina e conflitos de interesses. Além disso, dado o seu compromisso com a difusão da informação e do conhecimento aos brasileiros, o Código ainda orienta acerca da imparcialidade e equidade no trato com partidos políticos, para os quais o Grupo não efetuou contribuições financeiras em 2013.

Na Abril Educação, foram treinados 214 funcionários no programa “Por Dentro do Código de Conduta”, dentre os quais 86% realizaram o treinamento via *e-learning*. Na Abril Mídia, foram treinados 1.201 colaboradores, sendo que destes, praticamente todos (99,3%) por meio de *e-learning*. Na DGB foram 216 funcionários treinados, todos em plataforma *online*.



Para as dúvidas, denúncias ou demandas relacionadas ao Código de Conduta, o Grupo conta com canais como o e-mail codigodeconduta@abril.com.br ou o telefone 0800 772 2745, que atende de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h e das 14h às 18h.

As denúncias, dúvidas e demais demandas relacionadas ao tema e às condutas dos públicos de relacionamento do Grupo podem ser feitas pelo telefone ou e-mail, divulgados nas cartilhas, site e na intranet. O monitoramento das denúncias e dúvidas é tratado de forma sigilosa pela área corporativa de Compliance, que apura e encaminha a decisão ao Comitê de Conduta, formado pelo CEO da Abril Mídia, Fábio Colletti Barbosa; pela Diretora de Recursos Humanos, Cibele Castro; e pelo Diretor de Auditoria, Thomaz Roberto Scott. Em 2013, foram encaminhadas ao Comitê 47 questões referentes ao Código de Conduta, o mesmo total que em 2012.

Órgãos públicos

Por conta da natureza de seu negócio, a Abril Educação conta com um sistema de controle interno dos aspectos legais relacionados à realização de negócios com a administração pública em geral. Todos os contratos administrativos decorrentes da venda de sistemas de ensino e produtos complementares

a órgãos públicos são avaliados pelo Departamento Jurídico, por meio de uma equipe dedicada, que então faz a revisão dos documentos em consideração às práticas de mercado e aos termos do edital correspondente. Em 2013, este sistema validou legalmente a celebração de 35 contratos administrativos ou aditivos, que serão executados em 2014. Além disso, em 2013, a empresa não identificou casos de corrupção nos contratos.

Monitoramento Auditoria Interna

A Auditoria Interna Corporativa do Grupo monitora, em conjunto com a equipe jurídica, os processos de contratação de fornecedores, concessão de licenças para eventos, pagamento de comissão, patrocínio e doações. Assim, identifica e mitiga riscos relacionados à corrupção.

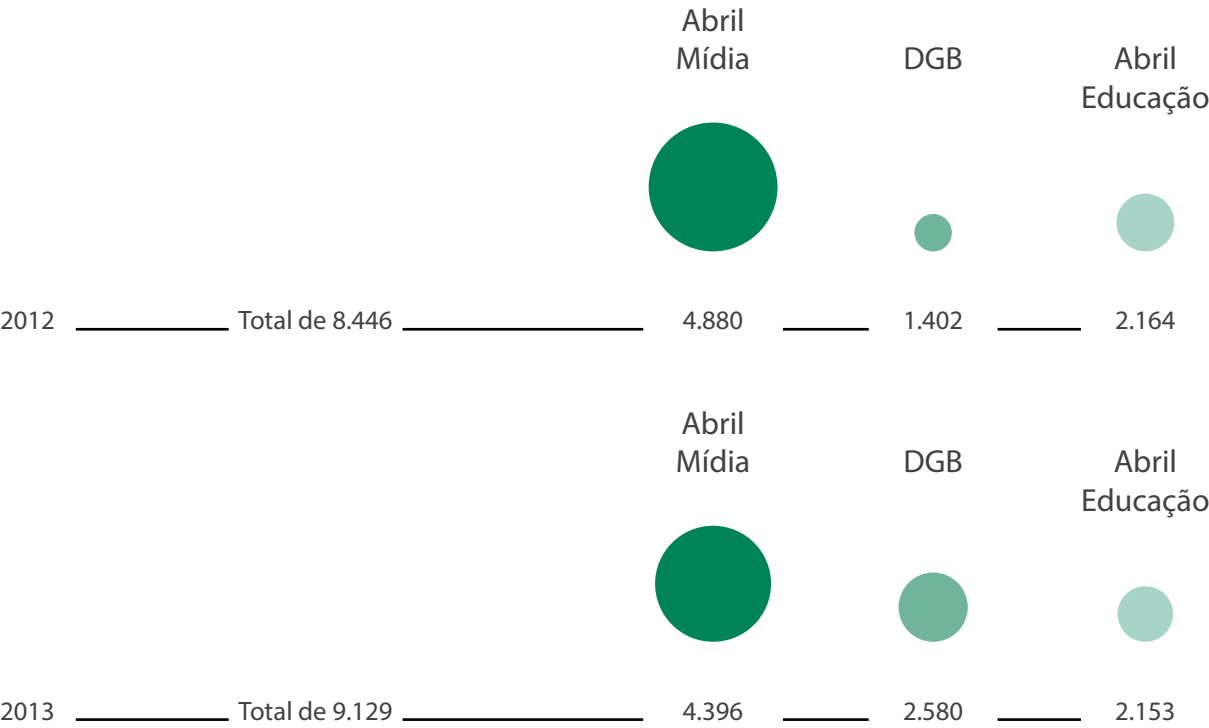


Diálogos Culturais do Meio-Dia, promovidos pelo Grupo Abril.

Valorização da diversidade

O ano de 2013, para o Grupo Abril, foi marcado por aquisições, algumas reestruturações e novas perspectivas, o que resultou em um aumento no quadro de colaboradores. Em 31 de dezembro do ano em questão, havia 9.129 profissionais atuando no Grupo, 8,1% a mais que o total de 8.446 registrado no final de 2012.

Total de funcionários no Grupo Abril³



3. Os indicadores sobre o quadro de funcionários abrangem apenas funcionários próprios. Os indicadores da Abril Educação englobam Editora Ática, Editora Scipione, Anglo, pH e corporativo.

	2013			2012		
	Abril Mídia	DGB	Abril Educação	Abril Mídia	DGB	Abril Educação
Funcionários por contrato de trabalho						
Temporário	31	1	0	43	2	N/A
CLT	4.057	2.538	2.120	4.457	1.361	2.115
Estagiários	308	41	33	380	39	49
Funcionários por tipo de emprego						
8h	4.057	2.538	N/A	4.457	1.361	N/A
6h	339	42	N/A	423	41	N/A
Funcionários por tipo de jornada						
Sem controle da jornada (todos tem a jornada controlada, independentemente de baterem ponto)	2.363	524	N/A	4.880	1.402	N/A
Com controle de jornada (iniciada em dez/13)	2.033	2.056	0	0	0	0
Funcionários por região						
Sul	38	22	0	37	1	0
Sudeste	4.307	2.390	2.090	4.818	1.365	2.097
Centro-Oeste	50	8	0	24	8	0
Nordeste	1	160	63	1	28	67
Funcionários por formação						
Doutorado	6	0	139	7	0	N/A
Superior incompleto	816	236	549	971	214	N/A
Superior completo	1.599	251	637	1.867	215	N/A
MBA	12	3	6	16	4	N/A
Pós-graduado	335	64	96	411	73	N/A
Mestrado	18	1	41	26	0	N/A
Ensino médio	1.171	1.511	514	1.247	611	N/A
Ensino Médio Incompleto	124	208	44	135	84	N/A
Fundamental Completo	139	210	43	138	148	N/A
Fundamental Incompleto	161	91	95	55	50	N/A
Sem formação	3	2	N/A	7	3	N/A
Não Definido	12	3	N/A	0	0	N/A
Funcionário por faixa etária						
Abaixo de 18	27	12	N/A	49	2	N/A
18 a 35	2.448	1.695	1.142	2.702	789	N/A
36 a 45	1.131	565	568	1.282	366	N/A
46 a 60	703	281	377	761	224	N/A
Acima de 60	87	27	77	86	21	N/A

N/A (não se aplica): informações monitoradas com diferentes parâmetros de consolidação. O Grupo está trabalhando na padronização do monitoramento entre suas empresas para apresentar informações cada vez mais completas.

Aprendizes

	Abril Mídia	DGB	Abril Educação
Feminino	24	39	N/A
Masculino	24	20	N/A
Total	51	43	N/A
Cota exigida por lei	77	106	N/A

A valorização das diferenças também está constantemente em pauta para as empresas do Grupo. Por isso, o trabalho de gestão da diversidade vem sendo aprimorado e conquistou melhorias em 2013.

O Grupo considera, para o perfil de diversidade, as mesmas categorias de cor e raça utilizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o que possibilita a análise diante do perfil demográfico das regiões nas quais o Grupo atua.

Funcionários por etnia

	2013			2012		
	Abril Mídia	DGB	Abril Educação	Abril Mídia	DGB	Abril Educação
Indígenas	4	0	2	4	0	2
Amarelos	72	10	25	76	9	32
Negros	578	1.304	146	636	440	146
Brancos	3.692	1.106	1.969	4.147	890	1.984
Não declarados	50	160	11	17	63	0

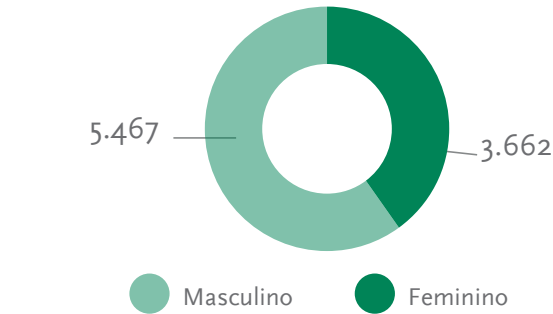
N/A (não se aplica): informações monitoradas com diferentes parâmetros de consolidação. O Grupo está trabalhando na padronização do monitoramento entre suas empresas para apresentar informações cada vez mais completas.

Quanto à equidade de oportunidades entre gêneros, a participação das mulheres no quadro de colaboradores do Grupo permaneceu praticamente estável, representando 40,1% em 2013 e 42,4% em 2012. Para criar um ambiente favorável à diversidade de gêneros e livre de discriminação, o Grupo promove políticas para a equidade de gênero e incentiva o diálogo e a sensibilização entre seus colaboradores em relação a temas relevantes para o empoderamento das mulheres – como gravidez e contracepção, combate à violência doméstica contra mulheres e crianças e estímulo a paternidade responsável.

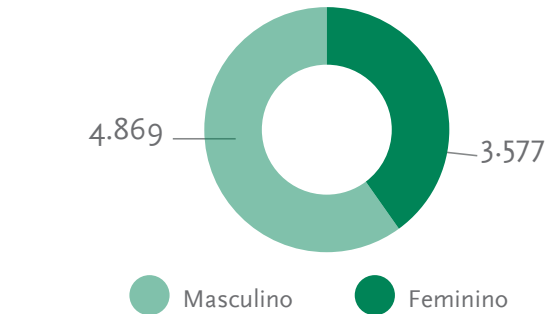
Do ponto de vista de desenvolvimento de carreira, as avaliações de desempenho são baseadas em critérios transparentes, objetivos, comuns a homens e mulheres, bem como as oportunidades de treinamento e promoção.

O Grupo Abril é parceiro apoiador do prêmio WEPs Brasil (Women`s Empowerment Principles), reconhecido pelo Pacto Global e pela ONU Mulheres. O prêmio estimula e reconhece companhias que investem no empoderamento das mulheres.

Funcionários por gênero no Grupo Abril em 2013



Funcionários por gênero no Grupo Abril em 2012



Funcionários por categoria

	2013		2012	
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino
Abril Mídia				
Funcional (Demais níveis)	1.728	2.079	1.911	2.253
Gerencial	182	247	222	293
Executivos	54	106	73	128
DGB				
Funcional (Demais níveis)	766	1.712	416	891
Gerencial	25	59	28	51
Executivos	4	14	4	12
Abril Educação				
Funcional (Demais níveis)	851	1.181	867	1.169
Gerencial	39	35	41	41
Executivos	13	34	15	31

Outro ponto relevante para o Grupo, ainda no contexto da diversidade, é a contratação de profissionais com deficiência. Em 2013, foi elaborado o Programa Diversidade, por meio do qual, foi abordada a questão dos profissionais portadores deficiência. Neste contexto, foram ampliados os tipos de deficiência, bem como os cargos de contratação.

As empresas da Abril contam com diretrizes formais para orientar gestores e colaboradores acerca

destas contratações e, a fim de reduzir sua rotatividade, há um trabalho com diversas áreas para promover a informação e a sensibilização com relação à importância da inclusão e retenção desses profissionais. O ingresso na empresa é só a primeira parte desse processo. A intenção é de aproveitá-los nas áreas mais adequadas às suas funções e que proporcionem maiores perspectivas de carreira, assim como acontece com qualquer outro funcionário do Grupo.

PCD

	Abril Mídia	DGB	Abril Educação
Feminino	71	15	N/A
Masculino	95	31	N/A
Total	166	46	N/A
Cota exigida por lei*	191	121	N/A

*A legislação determina, para o número de funcionários da Abril, o preenchimento de uma cota de 5% do perfil de funcionários com pessoas com deficiência. As iniciativas do Grupo buscam ano a ano atrair e reter esses profissionais para alcançar e superar a cota.

N/A (não se aplica): informações monitoradas com diferentes parâmetros de consolidação. O Grupo está trabalhando na padronização do monitoramento entre suas empresas para apresentar informações cada vez mais completas.

Gestão de Recursos Humanos

A área de Recursos Humanos também passou por uma grande reestruturação, com revisões de práticas e políticas, especialmente quanto ao desempenho e retenção de talentos. Além dos programas relacionados à diversidade, a área promoveu uma série de iniciativas em 2013:

- Analisando o contexto do mercado de comunicação e o momento do negócio, as áreas da empresa promoveram uma revisão de competências de liderança, englobando agora a capacidade de lidar com incertezas e a promoção de um ambiente favorável ao questionamento; capacidade para adotar iniciativas ousadas, traçar ações estratégicas e visão a longo prazo; capacidade de influenciar positivamente - por meio de seu exemplo, de feedbacks de reconhecimento e redirecionamento - a articulação das pessoas além das fronteiras departamentais, entre outras;
- Realização de programas de Gestão e Liderança, considerados estratégicos para o Grupo Abril: três turmas do nível Fundamental do PDGA (Programa de Desenvolvimento dos Gestores Abril), voltado a profissionais que lideram informalmente outros profissionais; duas turmas de Nível Básico, voltado aos primeiros níveis de gestão da organização; uma turma de Nível Intermediário, voltado aos níveis gerenciais intermediários; e uma turma de CGA (Curso de Gestão Abril), direcionado aos profissionais de nível executivo.
- Além da agenda de aulas, efetivação de dois Fóruns CGA - com o presidente executivo das Lojas Renner, José Galló, e com o médico e neurocientista, Antônio Damásio. Já a dimensão do Grupo Abril foi abordada por meio do Business Challenge - uma nova atividade em que, em grupos, os executivos elegem um desafio de negócio enfrentado por um dos participantes e, em seguida, buscam caminhos de solução.
- Lançamento dos Pockets de Liderança e Gestão – *workshops* que tem por objetivo a atualização e reciclagem de ex-participantes dos programas de desenvolvimento gerencial. No lançamento, o tema abordado foi Inovação em Modelos de Negócios e as turmas tiveram como participantes tanto executivos (ex-alunos CGA), quanto gerentes (ex-alunos PDGA).
- Reformulação do programa Integração de Novos Funcionários Abril, com o intuito de aliar a agilidade no processo admissional e o acolhimento e

O Grupo conta com uma política de comunicação interna, que valoriza transparência e respeito. Nos casos de mudanças significativas na estrutura e gestão das empresas, decisões estratégicas e movimentações dos negócios, tem-se como premissa o compartilhamento, sempre em primeira mão, com o público interno. Além disso, todos os veículos de comunicação interna contam com um canal para a manifestação da opinião dos funcionários.



Sede do Grupo Abril.

construção de um vínculo profissional positivo, além de facilitar seu processo de adaptação e prontidão para o trabalho. O programa passou a ter quatro etapas – recepção para tirar dúvidas e alinhar expectativas e entrega de um guia do programa; preparação com o gestor da área; atividades *online* e presenciais sobre a empresa e o Código de Conduta; e treinamento para os cargos de gestão - que começam logo após a aprovação do candidato em um processo seletivo e se estendem pelos seus primeiros quatro a seis meses de empresa.

- A pesquisa de clima que é realizada com periodicidade de dois anos, pela Diretoria de Organização e Pessoas, ganhou versão nova em 2013. Foi feita uma Pesquisa Rápida de Clima, para avaliar mais uma vez o tema Gestão de Pessoas, cujos resultados foram tratados de maneira corporativa e institucional. Um dos projetos foi o Círculo de Ideias, que organizou encontros com colaboradores de diferentes áreas para ouvi-los sobre os pontos críticos no cenário organizacional vigente naquele momento. Todos os planos de ação decorrentes dessas discussões foram implementados no mesmo semestre.
- Em 2013, foi implantado na Abril Mídia o BSC (Balanced Scorecard), um novo modelo de gestão estratégica para a empresa, no qual o desempenho dos negócios é mensurado nas perspectivas Financeira, Mercado e Clientes, Processos Internos e Aprendizado e Crescimento. A visão e a estratégia de cada área de negócio são traduzidas em mapas estratégicos, com objetivos organizacionais definidos para cada perspectiva do BSC, e acompanhados ao longo do ano através de indicadores quantificáveis e verificáveis. Gestão de Pessoas foi um dos indicadores organizacionais de 2013.
- Em 2013, o Ciclo de Performance Abril, o processo de planejamento, avaliação e desenvolvimento de pessoas da empresa, foi revisado e implantado para promover uma gestão mais integrada dos profissionais da casa. Entre as mudanças trazidas por este novo formato estão a junção das avaliações de resultado com a de competências, de forma a garantir que o desempenho dos profissionais impulse o atingimento dos objetivos organizacionais, promovendo a sustentabilidade



Funcionários do Grupo Abril.

Todos os colaboradores registrados possuem contratos com jornada de trabalho de acordo com suas categorias profissionais e acordos coletivos com os sindicatos de cada categoria. Em 2013, 14 diferentes sindicatos representavam as classes profissionais da Abril Mídia; 21 na DGB e 7 na Abril Educação.

Parcela de funcionários que passaram por avaliação de desempenho (%)

	2012	2013
Abril Mídia	78,0	97,8
DGB	47,6 ¹	N/A
Abril Educação ²	N/A ³	100

N/A (não se aplica)

do negócio e desenvolvendo uma cultura meritocrática nas relações profissionais.

- A implantação de ponto eletrônico para os colaboradores das áreas administrativas também foi uma das iniciativas em 2013. O objetivo é facilitar o acompanhamento da carga horária dos colaboradores, de forma organizada, para que tanto funcionários quanto gestores tenham maior controle da jornada de trabalho.

Capacitação

Com foco na formação, atualização e desenvolvimento dos funcionários da Abril, a programação de treinamentos ocorre ao longo do ano e a abordagem dos programas é definida de acordo com os requisitos gerais necessários a cada cargo, das necessidades e demandas de colaboradores indicadas por seus gestores no processo de avaliação de desempenho e do surgimento de temas a serem desenvolvidos na empresa.

Os temas das capacitações envolvem estratégias de negociação, gestão de projetos, administração do tempo, trabalho em equipe, ferramentas Office e inglês *online*. Há, também, programas institucionais com cursos para difundir ideias, conceitos e temas corporativos, e parcerias com diversas áreas. A área de Treinamento e Desenvolvimento apoia cursos e palestras para todos os colaboradores e para grupos específicos, como finanças ou marketing.

Treinamentos externos também fazem parte do investimento do Grupo em seus profissionais. Com uma política corporativa que regulamenta subsídios, os colaboradores podem realizar cursos de educação formal e de extensão, bem como participar de feiras, palestras e seminários com carga horária de até 180 horas – ou programas de aperfeiçoamento de 180 a 360 horas – que podem ser integralmente custeados pelo departamento do funcionário. Além disso, a Empresa pode financiar até 50% de cursos de pós-graduação lato sensu com carga superior a 180 horas; até 80% de cursos *online* de inglês; até 30% de cursos regulares de inglês; e até 50% de cursos regulares de outros idiomas.

A Companhia ainda oferece, para alguns segmentos profissionais, cursos no exterior, que incluem programas em instituições como IFA Berlin, Yale, Central Saint Martins School, Summer Institute for Graphic Design Studies, e visitas aos veículos NYT, Time Inc., Hearst e The Economist.

Curso Abril de Jornalismo: com duração de cinco semanas, o curso é voltado ao treinamento editorial de profissionais recém-graduados de todas as regiões do país e já formou mais de 1.800 alunos em seus 30 anos de existência. Com o foco na preparação e formação de profissionais para o mercado editorial, o curso envolve trabalhos experimentais, entrevistas, aulas com profissionais da Abril e palestras com convidados e especialistas de mercado. Historicamente, 60% dos alunos que fazem o curso são efetivados como funcionários da Abril, metade deles vem de fora do estado de São Paulo.

1 Em 2012, os funcionários da carreira administrativa da DGB - que representam 4,2% dos ativos utilizados - não fizeram avaliação de desempenho devido à mudança no sistema de avaliação interno.
2 O indicador engloba a operação da Editora Ática, Editora Scipione, Sistemas de Ensino Abril Educação, Sistemas de Ensino pH e Colégio pH.
3 O primeiro ano completo do processo de avaliação de desempenho foi 2013.

Remuneração e benefícios

Como parte da premissa de valorizar seus profissionais, o Grupo Abril conta com uma política de remuneração e benefícios, cujos critérios estabelecidos valem para todos os colaboradores e são observados com rigor para impedir qualquer forma de discriminação.

Os salários e benefícios são competitivos com os mercados de atuação das empresas que compõem o Grupo, e são resultado do monitoramento das melhores práticas e pesquisas salariais, realizados pela área de Recursos Humanos, sempre levando em consideração o desempenho individual, a lucratividade da Empresa e as práticas de mercado.

Em 2013, o menor salário pago pela Abril Mídia era equivalente a 1,6 vez o salário mínimo nacional (de R\$ 678,00 em 2013), na Abril Educação 1,2 vez e na DGB equivalente ao salário mínimo.

Quanto aos benefícios, apesar de variarem entre as empresas do Grupo, não há diferenciação entre os colaboradores que trabalham meio período em relação aos que trabalham em tempo integral.

Há um conjunto de benefícios oferecidos a todos

os funcionários da Abril: auxílio-creche, auxílio-doença, cooperativa de crédito, licença-maternidade, plano de saúde com três padrões opcionais, plano odontológico com ampla rede de atendimento, plano farmácia com descontos subsidiados em folha, previdência privada com participação da empresa e do empregado e, nos prédios em que há restaurantes internos, as refeições são, em média, 80% custeadas.

Além disso, todos os colaboradores ainda contam com seguro de vida, vale-refeição e alimentação, vale-transporte, vale-compra de brinquedos de Natal para filhos com até 10 anos, descontos de 30% a 50% na aquisição de produtos da empresa e, com uma pequena contribuição mensal, os funcionários podem afiliar-se à Associação Cultural, Esportiva e Recreativa (Acerga).

Ainda neste aspecto, os funcionários têm garantido o direito à licença maternidade e paternidade, conforme as leis trabalhistas, e o Grupo monitora a taxa de retorno após o fim do período de licença, com o objetivo de incentivar e promover a retenção desses profissionais.

Taxa de retorno após licença maternidade Mulheres

	Abril Mídia	DGB	Abril Educação
2013			
Total de licenças	62	29	17
Taxa de retorno	96,80%	100,00%	100,00%
2012			
Total de licenças	37	12	23
Taxa de retorno	100,00%	91,70%	100,00%

Plano de pensão

A entidade gestora do plano de previdência privada, oferecida aos funcionários, é a Abrilprev, Sociedade de Previdência Privada. Em 2013, as contribuições da Abril Mídia e suas controladas somaram aproximadamente R\$ 11,0 milhões. No mesmo período,

a contribuição da Abril Educação e suas empresas controladas para a Abrilprev foi de R\$ 1,5 milhão. A aposentadoria está vinculada ao tempo de serviço prestado às patrocinadoras, a uma idade mínima definida e à interrupção do vínculo empregatício.

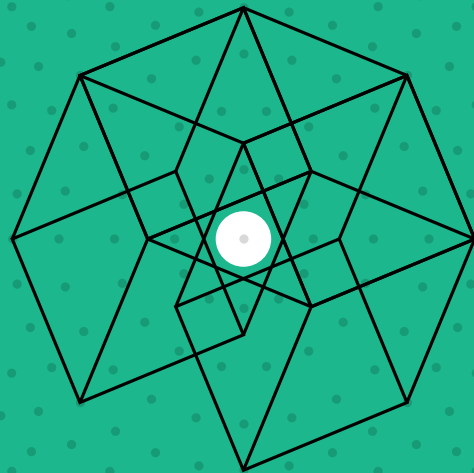
Além dos cursos e treinamentos técnicos e específicos, a área de Treinamento e Desenvolvimento organiza programas visando o desenvolvimento pessoal dos funcionários, tais como:

- Humanidades, cujo intuito é complementar a formação dos colaboradores com programas de temas culturais divulgados no Portal de Treinamento, que não necessariamente estejam ligados às suas funções.
- Diálogos Culturais do Meio-Dia, que são como bate-papos informais em que personalidades concedem entrevistas a um jornalista do Grupo diante dos participantes.
- Exposição Fotografia em Revista, em parceria com a Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP).

A seguir é apresentado o total de horas investidas em treinamento, e o número de participantes, divididos entre as empresas do Grupo e tipo de treinamento:

	Gestão e Liderança		Capacitação Profissional		Desenvolvimento Pessoal	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Abril Mídia e DGB						
Total de horas de treinamento	943	803	7.634	5.952	61	39
Total de pessoas participantes	517	1.017	4.622	4.180	1.446	1.161
% de avaliações bom e ótimo	89%	96%	98%	97%	91%	93%
Abril Educação						
Total de horas de treinamento	N/A	1.513	N/A	2.636	N/A	18
Total de pessoas participantes	N/A	287	N/A	1.748	N/A	79
% de avaliações bom e ótimo	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

N/A (não se aplica): informações monitoradas com diferentes parâmetros de consolidação. O Grupo está trabalhando na padronização do monitoramento entre suas empresas para apresentar informações cada vez mais completas.



GESTÃO SOCIOAMBIENTAL

Políticas e Princípios

Após mais de 40 anos em que a palavra sustentabilidade foi empregada pela primeira vez, seu conceito tem sido cada vez mais aprimorado e evoluído, com propostas que vão além da reciclagem, reflorestamento e assistencialismo.

Mais do que essas preocupações, a sustentabilidade, para o Grupo Abril, é o conceito de como garantir a perenidade dos negócios e a forma como isso afeta tudo ao seu redor.

Neste sentido, um dos aspectos relevantes para o Grupo e sua pluralidade é o diálogo, com debate de ideias e criação de realidades econômicas, ambientais, sociais e culturais.

Desta forma, a Abril criou, em dezembro de 2013, sua Política de Sustentabilidade, com o objetivo de apresentar direcionamentos para a gestão de negócios sustentáveis que devem apoiar a tomada de decisão dos gestores e equipes envolvidas em processos que representem oportunidades de inovação, considerando produtos, serviços e relacionamentos.

As premissas da Política, que teve sua implementação iniciada em 2014, envolvem construção coletiva, convergência com valores e princípios do Grupo Abril, transversalidade, amplitude e integração de perspectivas, conexão entre negócios e mobilização para ação, avaliação de efeitos e externalidades.

A Abril pauta sua atuação pela busca constante da relevância, buscando entregar não somente produtos de qualidade, mas também valor à sociedade em todas as suas áreas de atuação.



Funcionários do Grupo Abril.

A seguir, constam os principais direcionamentos contemplados pela Política

Condições e relações de trabalho

Garantir condições mínimas de trabalho na gestão dos negócios, atentando a aspectos como saúde e segurança, preparação do público interno, oportunidade de desenvolvimento pessoal, entre outros; garantir os direitos e as condições mínimas de equidade entre todos os colaboradores do Grupo; cuidar para que o conteúdo desenvolvido e veiculado pelas publicações possa contribuir, de alguma forma, com o fortalecimento da valorização das diferenças.

Uso de recursos e impactos ambientais das atividades

Avaliar, evitar e reduzir os riscos e impactos ambientais relacionados a todas as atividades; procurar aumentar a eficiência no uso de recursos e reduzir a geração de poluição, emissões e resíduos; priorizar a utilização de recursos renováveis; evitar o uso de materiais perigosos, tóxicos ou controlados nas operações; engajar colaboradores e frequentadores de suas unidades acerca de iniciativas de ecoeficiência e inovação na gestão de impactos e preservação ambiental, promovidas pelo Grupo Abril; considerar o impacto socioambiental dos materiais na avaliação das campanhas e ferramentas de marketing utilizadas pelo Grupo; identificar oportunidades de negócios, viabilizando processos de logística reversa dos produtos; e atuar na redução dos impactos socioambientais do transporte de pessoas, materiais e produtos, atentando especialmente para as condições de saúde e segurança dos motoristas, colaboradores e comunidades e para as condições da frota de veículos.

Desempenho econômico e governança

Desenvolver e manter estruturas de governança para negócios sustentáveis – por meio de um órgão formado por representantes de diferentes áreas do Grupo Abril – com objetivo de oferecer suporte à tomada de decisão ao Conselho de Administração; manter ativos e divulgados os canais para recomendações/sugestões de funcionários às diferentes diretorias; e incluir critérios que considerem aspectos legais, sociais, ambientais, econômicos e de governança nos processos de avaliação de novos negócios, fusões e aquisições de empresas.

Comunicação

Criar condições para que as publicações do Grupo Abril promovam o respeito e a valorização da diversidade na sociedade, ampliando a democratização da informação, combatendo a discriminação e o assédio e atuando pela erradicação do trabalho infantil e do trabalho forçado ou análogo ao escravo; cuidar para que o conteúdo das publicações não reforce ou induza qualquer tipo de discriminação; expressar a corresponsabilidade do Grupo pelo conteúdo e linguagem dos anúncios e inserções publicitárias veiculados em suas publicações, garantindo sempre a liberdade de expressão e a independência editorial.

Relacionamentos

Fortalecer relacionamentos e ações conjuntas com fornecedores e parceiros, visando à gestão compartilhada dos impactos ao longo da cadeia de valor e a garantia do respeito aos direitos humanos; desenvolver e implementar critérios socioambientais para avaliação, seleção e contratação de fornecedores; contribuir para a ampliação e democratização do acesso à informação e ao conhecimento no País, por meio da interlocução do Grupo Abril com órgãos públicos e outras entidades que representam os interesses da sociedade; combater a corrupção em todas as suas formas no Grupo e em toda a sua rede de relações; e manter processos de monitoramento e gestão de seus impactos no entorno das áreas de operação.

Gestão e Práticas

A seguir, estão apresentadas as principais iniciativas de gestão socioambiental do Grupo.



Sustentabilidade na Editora Desenvolvimento para todos

A preocupação do Grupo Abril com a valorização das pessoas não se aplica somente aos seus colaboradores, mas também à toda a sociedade, como parte fundamental de seu papel e responsabilidade como grupo de comunicação e educação. Por isso, por meio de suas empresas, são realizadas diversas iniciativas – entre prêmios e guias – que reconhecem, valorizam e disseminam ações relevantes para a sociedade em várias áreas, entre elas:

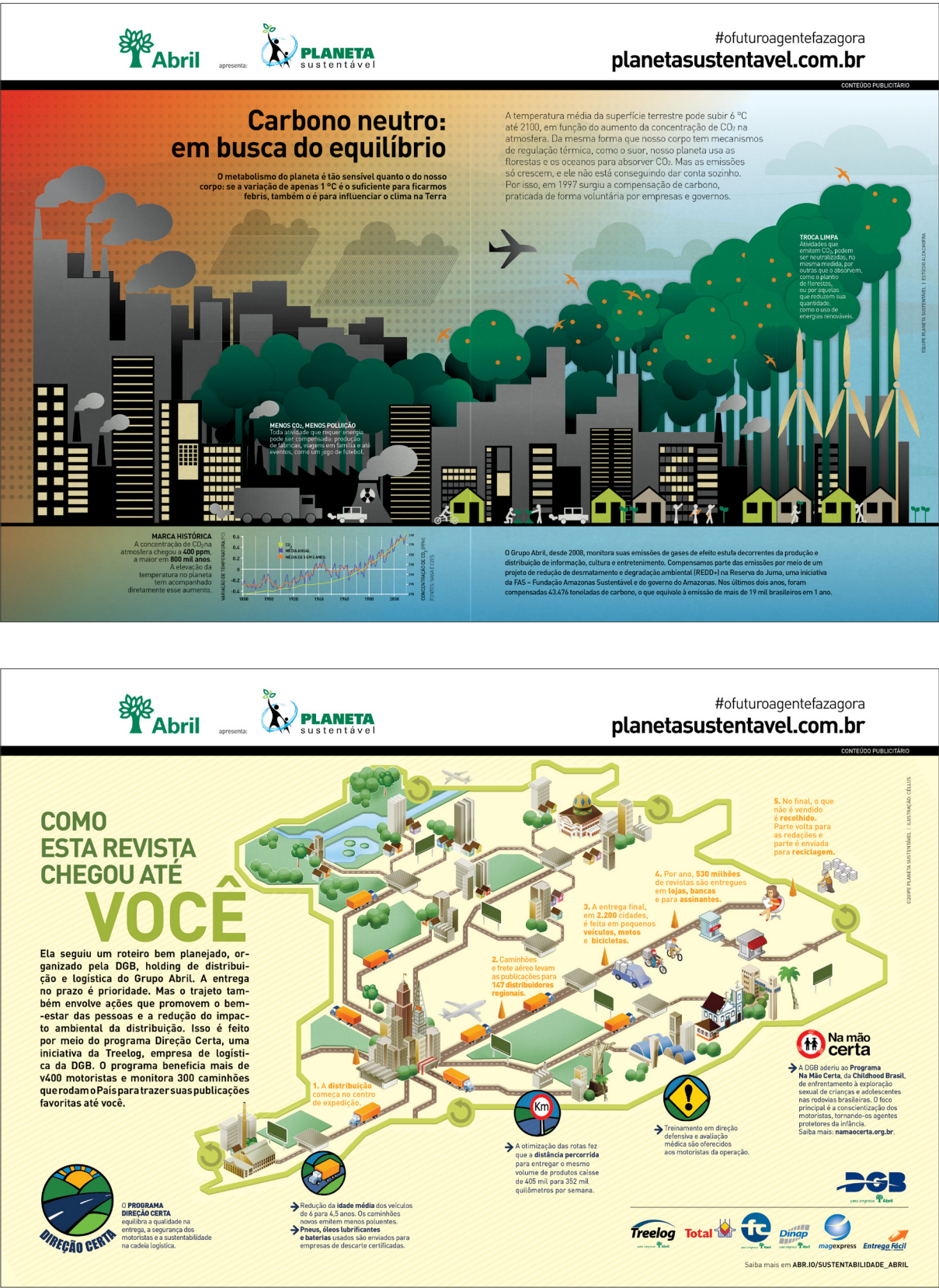
- As 100 Melhores Empresas para Você Trabalhar: o guia da revista VOCÊ S/A reconhece empresas cuja relação com os funcionários é positivamente diferenciada;
- Guia EXAME de Sustentabilidade: lançado pela revista EXAME, o guia destaca empresas brasileiras com atitudes diferenciadas relacionadas à sustentabilidade;
- Melhores Universidades: promovido pela edição especial do GUIA DO ESTUDANTE desde 2004, o prêmio avalia as melhores instituições de ensino do País e seus cursos;
- Prêmio Claudia: criado pela revista CLAUDIA, reconhece mulheres que, de alguma forma, conseguem melhorar a vida das pessoas ao seu redor;
- Prêmio Planeta Casa: iniciativa da revista CASA CLAUDIA, destaca projetos arquitetônicos, ações e produtos que minimizam impactos ambientais;
- Prêmio Saúde: criado pela revista SAÚDE, reconhece e divulga o trabalho de diversos profissionais da área da saúde, com base nos impactos e contribuições para um país mais saudável.

Engajamento para a sustentabilidade

Além dos prêmios e guias, a Abril Mídia também conta com o Planeta Sustentável, projeto que tem a missão de disseminar informação e referências sobre sustentabilidade e é o primeiro, liderado por uma grande empresa de comunicação, a debater, informar e produzir conhecimento sobre o tema, de maneira sistemática, para os mais diversos públicos.

O Planeta tem o apoio de empresas parceiras e conta com a participação de 38 publicações da Editora. Em seis anos de existência, foram quase 10 mil páginas publicadas, entre matérias e anúncios, e mais 24 mil links de conteúdos exclusivos que compõem o maior site dedicado ao tema no país.

Duas edições das páginas do Planeta Sustentável em 2013 abordaram o negócio da Abril, levando aos seus públicos internos e externos informações sobre o funcionamento das operações, os impactos causados e as iniciativas e princípios para minimizá-los.



Aspectos e impactos ambientais

Consumo de papel - o principal material consumido pela Abril Mídia, por conta da natureza de seu negócio, é o papel, utilizado nas suas publicações. Em 2013, foram 91,9 toneladas de papel consumidas por suas publicações.

Mobilidade - A Abril Mídia desenvolveu em 2013 a pesquisa mobilidade, buscando identificar seus impactos e criar oportunidades de melhoria em relação à mobilidade de seus funcionários, tema recorrente no cotidiano da cidade de São Paulo, onde está localizada sua sede.



A pesquisa foi respondida por 775 funcionários e teve o objetivo de reduzir a demanda por viagens de carro, gerando os seguintes benefícios:

- Reduzir poluição do ar, emissão de CO2 e uso de energia;
- Explorar alternativas e estratégias sustentáveis de locomoção;
- Reduzir congestionamento e custos de viagem; e
- Melhorar a qualidade de vida.

Os resultados da pesquisa apontaram informações sobre a distância que os funcionários percorrem de suas casas ao escritório, seus hábitos e opções de deslocamento e meios de transporte utilizados.

Além da pesquisa, foram desenvolvidas ações junto aos funcionários para promover a conscientização sobre soluções para mobilidade urbana. Foram disponibilizados ao público interno rotas e dicas para uso de bicicleta, trajetos para caminhada, mapa metrôviário da cidade e acesso à plataforma de carona solidária, além de diálogos com especialistas.

Sustentabilidade na Gráfica

Ecoeficiência e cuidado

Faz parte da rotina da Abril Gráfica a preocupação com processos eficientes, que ajudem a reduzir os impactos ambientais, como a escolha da matéria-prima, seu reaproveitamento e a preocupação com descarte.

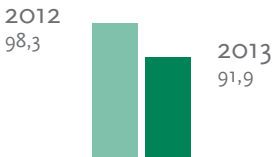
Desta forma, nos últimos anos, a empresa mobilizou grupos de trabalho a fim de minimizar os impactos provenientes de seu consumo, o que resultou, por exemplo, pesquisa de matérias primas

alternativas, que tenham um menor impacto no meio ambiente, em um estudo sobre o uso de plásticos de fonte renovável ou biodegradável e na substituição de soluções químicas utilizadas no processo de impressão *offset*.

Após 3 anos de elaboração e implementação, foi inaugurada, no final de 2012, a caldeira movida a biomassa na Abril Gráfica. O principal benefício do equipamento está na substituição do gás natural como combustível por lenha. A caldeira gera vapor para o processo gráfico de rotogravura, restaurante, vestiários e recuperação do solvente utilizado na impressão – além de possuir um jardim suspenso composto por plantas que ajudarão na absorção da água da chuva e redução das ilhas de calor. Além de tornar o processo mais eficiente, a caldeira reduz pela metade o consumo de gás natural, rendendo uma economia de aproximadamente um milhão de reais por ano.

Consumo de Papel

em toneladas



Hoje a Gráfica conta com o uso de papel produzido a partir de árvores de reflorestamento e com manejo certificado. Além disso, possui processos de tratamento e reuso de água em algumas etapas do processo produtivo, bem como a recuperação de solventes voláteis e o reaproveitamento de calor, entre outras iniciativas.

O uso de recursos naturais, um dos principais impactos provenientes da atuação da Gráfica, é monitorado e gerido com foco no ganho de eficiência e, por consequência, redução do consumo e descarte.

Em 2013, o consumo de energia de suas operações foi de 51 GWh, sendo a maioria energia comprada. Já o consumo de água nova no período foi de 168 mil m³ e o volume de água reutilizada – tratado pela própria empresa - foi de 7 mil m³.

Principais materiais consumidos

	2012	2013	Varição
Chapa de Alumínio (peças)	83.940,0	90.050,0	7,3%
Água consumida/ tratamento de efluentes (t)	2,4	2,5	4,2%
Químicos (L)	6.000,0	7.000,0	16,7%
Cobre (t)	29,4	33,1	12,6%
Cola (t)	206,5	174,9	-15,3%
Arame/Grampo (t)	65,6	62,2	-5,2%
Polietileno/PVC (t)	228,1	200,0	-12,3%
Blanquetas/Calços (peças)	826,0	815,0	-1,3%
Tintas (t)	3.539,0	3.408,0	-3,7%

Em relação à destinação de resíduos, a Abril Gráfica busca constantemente soluções e oportunidades de reaproveitamento e reciclagem.

Boa parte desses resíduos são aparas de papel - resultantes de perdas na produção, encaixes de revistas e livros ou sobras de itens, como revestimento de boninas de papelão – que são trituradas, compactadas em fardos, e encaminhadas para empresas de reciclagem, onde se tornam matéria-prima para a fabricação de toalhas de papel, guardanapos, lençóis hospitalares, entre outros. Os resíduos de tinta são devolvidos aos fabricantes.

A Abril Gráfica é a primeira gráfica brasileira a ter um inventário de emissões de gases de efeito estufa, na metodologia do GHG Protocol, além das certificações FSC (Forest Stewardship Council) e CERFLOR/ PEFC (Sistema de Certificação Florestal Brasileira / Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes).

A Gráfica ainda investe em equipamentos e dispositivos modernos, que contam com assistência técnica remota e os fabricantes, localizados em outros continentes, não precisam deslocar-se para o Brasil, evitando a emissão de GEEs com viagens aéreas. Além disso, como consequência dos investimentos, há mais rendimento e efetividade do processo produtivo, bem como a redução no consumo de insumos e energia com significativos ganhos ambientais.



Abril Gráfica.



Sustentabilidade na Logística e Distribuição

Inteligência e segurança

A DGB também olha a gestão da sustentabilidade com o objetivo de minimizar os impactos e gerar oportunidades de ecoeficiência e desenvolvimento social na atividade de logística e distribuição. Com esse objetivo, a Treelog – uma de suas empresas - assumiu o papel de liderança no diálogo e na implantação de novas ações.

Para aprimorar a adesão a práticas sustentáveis, tanto por seu público interno quanto pelos fornecedores, foi lançado em 2010 o Programa Direção Certa, que busca a excelência nos serviços de transporte oferecidos, valorizando desempenho, segurança e sustentabilidade. Além da pontualidade na coleta e entrega, estão entre as preocupações o rastreamento dos veículos, treinamento de motoristas, incentivo à preservação do meio ambiente, responsabilidade social e exercício da cidadania.

Vale ressaltar que tais ações ainda incluem a redução das emissões de gases de efeito estufa (GEE), já que todos os empresários da cadeia de logística

são incentivados a renovar suas frotas de caminhões, utilizar combustíveis alternativos, fazer a manutenção preventiva nos veículos e destinar corretamente os resíduos.

Além disso, em 2013 a DGB iniciou um processo de reorganização estrutural entre as diversas empresas que atuam no negócio de distribuição e logística do Grupo, com o objetivo de gerar sinergia e aumentar a eficiência de cada veículo por meio do melhor aproveitamento de sua capacidade de carga e da efetividade das rotas. Com isso, é esperado ganho em agilidade e redução no consumo de combustíveis, minimizando também, portanto, a emissão de gases de efeito estufa, que já em 2013 foi reduzida em 8,9% ao longo do ano e em 7,3% se comparada a 2012 – visto que as novas rotas foram totalmente implantadas somente em 2013.

O projeto Revisteca, idealizado pela Dinap, promove a doação de exemplares das publicações e a formação de espaços de leitura em bibliotecas, escolas da rede pública de ensino e instituições sociais.



Sustentabilidade na educação

Minimizando os impactos e gerando consciência

Desde 2010, a Abril Educação tem como diretriz principal para redução de seu impacto ambiental a utilização de papel de origem certificada na produção de livros e apostilas, já que a certificação é uma garan-

tia de que o insumo é proveniente de uma extração responsável, fruto do manejo sustentável, que mitiga os riscos da exploração ilegal madeireira. Conforme apresentado a seguir, a compra de papéis certificados representou 99,0% do total nos anos de 2012 e 2013.

Compra de papel

(kg)

	Não certificado		Certificado		Total	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Editora						
Ática	103.016	0	16.890.921	10.653.551	16.993.937	10.653.651
Scipione	79.174	845	6.118.303	7.012.177	6.197.477	7.013.022
Total	182.190	845	23.009.224	17.665.828	23.191.414	17.666.673
	0,79%	0,01%	99,21%	99,90%		

Além da certificação, a Abril Educação também vem promovendo em suas unidades a coleta seletiva de lixo, de forma a destinar os resíduos recicláveis ao reaproveitamento. No sistema Anglo, por exemplo, todas as unidades promovem a coleta seletiva e, ao final do curso, solicitam aos alunos a entrega do material didático e apostilas para doação dos que estão em bom estado a reciclagem dos demais. Anualmente, são doados cerca de 600 kits completos, o que representa 8% do material entregue.

A Abril Educação também monitora o impacto de suas operações nas regiões em que atua. Nos Sistema pH de Ensino (RJ), por exemplo, adotou medidas auxiliaadoras no fluxo viário ao redor das escolas, em conjunto com os órgãos públicos responsáveis e associações de moradores e comércio locais, para minimizar os impactos no tráfego de veículos.



Sustentabilidade no Grupo

Cultura e educação

Outro foco do Grupo para o desenvolvimento da sociedade consiste em investir em ações e projetos que promovam melhorias quanto à educação, à cultura e à qualidade de vida no País.

Ainda neste contexto, há a Praça Victor Civita que, por meio do Instituto Abril e de um termo de cooperação com a Prefeitura Municipal de São Paulo, foi implantada pelo Grupo em 2008. Com o apoio de parceiros, uma área degradada foi recuperada com um projeto arquitetônico inovador, com soluções sustentáveis, e tornou-se um exemplo de reabilitação de áreas e recuperação de espaço urbano. A estrutura conta com iniciativas educativas e culturais e abriga diálogos e fóruns relacionados à sustentabilidade.

Consumo de papel

(kg)

	2012	2013*
Editora		
Ática	20.915.488	6.144.419
Scipione	9.786.663	11.700.819
Total	30.702.150	17.845.238

*A queda referente ao consumo de papel, de 2012 para 2013, se deve ao fato de que as vendas de livros para o mercado público PNLD foram menores em 2013.

Atividades realizadas na Praça Victor Civita em 2013

- Mexa-se na Praça: patrocinado pela Pró Saúde, a iniciativa convida o público para exercícios ao ar livre, com acompanhamento de profissionais qualificados de forma gratuita.
- “Sistemas/Ecos”: inspirada no projeto da artista e pesquisadora Sonia Guggisberg, a exposição reuniu artistas reconhecidos no cenário contemporâneo internacional que ocuparam com suas obras, algumas inéditas, os diferentes espaços da Praça. O projeto Sistemas/Ecos, do qual a exposição é parte, ainda contou com uma série de oficinas para jovens interessados, com o intuito de promover a discussão entre arte, meio ambiente e design.
- A Hora do Planeta: em 23 de março de 2013, as luzes da Praça foram apagadas em prol do movimento global A Hora do Planeta, cujo intuito é lembrar a todos das difíceis questões que a humanidade precisa enfrentar para alcançar uma forma de vida sustentável. Nesse quinto ano do movimento, o tema foi “O que você faria para salvar o planeta?”.
- Coleta de celulares: o Instituto Claro, em parceria com a Associação Amigos da Praça Victor Civita e o Instituto Verdescola, instalou uma urna do projeto Claro Recicla para descarte de celulares, baterias e acessórios obsoletos na Praça Victor Civita. Todo o conteúdo depositado na urna foi recolhido regularmente e encaminhado para reciclagem por empresa certificada pelo IBAMA.
- Projeto Ponto pro Rock: o projeto Ponto pro Rock na Praça apresentou bandas como Índios Nativos Valvulados, Manu Littiéry, Dino Linardi, Mr Punch, X so Pretty e DVCO, entre diversas outras ao longo do ano.
- Clássicos em Cena: em seu terceiro ano na Praça Victor Civita, o projeto contou com apresentações de música erudita, com comentários do maestro Parcival Módolo, visando aproximar o público desta linguagem. Entre as apresentações, esteve o Sexteto Carlos Gomes.
- Cine na Praça: realizada pela Cinemagia – Agência Cultural e com o patrocínio da Lorenzetti e Pernambucanas, a ação trouxe, todas às quintas-feiras, o cinema à Praça. O projeto teve como objetivo apresentar, explorar a linguagem audiovisual e criar espaços especiais para sessões de cinema levando cultura e entretenimento nas praças públicas de São Paulo.

Além disso, a Praça recebeu eventos de contação de histórias; atividades da 7ª Semana Ticket Cultura e Esporte; a comemoração do Dia Interamericano de Limpeza e Cidadania (DIADESOL); diversos shows de bandas nacionais e internacionais; o projeto Albergue.art.; o Festival Popourri, que reuniu três bandas independentes; o Projeto de Ocupação a Pipa; o Festival de Música Infantil Peixe Boi, que reuniu 15 atrações musicais de nichos e estilos variados da música popular brasileira; entre outras dezenas de eventos culturais.

Para mais informações acerca da Praça e suas atividades, acesse: <http://pracavictorcivita.org.br/>

O movimento sem fins lucrativos Educar para Crescer também faz parte das iniciativas. Com a comunicação segmentada do Grupo somada ao apoio do Ministério da Educação e de empresas parceiras, as ações são voltadas à promoção de boas práticas e à conscientização sobre a importância de uma educação de qualidade para todos. Para isso, o Grupo já destinou R\$ 18,4 milhões a estas iniciativas nos últimos três anos, sendo R\$ 1,9 milhão em 2013 e, além disso, promove a cessão de espaço em suas publicações e sites – uma prática regulada por uma política corporativa específica, que define diretrizes e critérios para a abertura de espaços publicitários das mídias da Abril.

Cessão de espaço publicitário para instituições sem fins lucrativos e entidades de classe:

Em 2013, 46 instituições foram beneficiadas com 96 veiculações cedidas nas revistas e sites da Editora e nas telas da Elemidia, com um valor de mercado estimado em R\$ 10.136.085,00, caso fossem pagas.

A valorização do voluntariado entre os funcionários do Grupo ganha forma com outra iniciativa, o Programa Mãos à Obra, que desde 1999 reconhece e dissemina o trabalho voluntário na Empresa. Para isso, o Programa reúne ONGs em que os voluntários, que devem ser funcionários da Abril, realizam atividades e organizam campanhas em prol dessas instituições, tais como Campanha do Agasalho e de arrecadação de brinquedos para o Dia das Crianças.

Por fim, ainda no âmbito social, o Grupo apoia o Instituto Verdescola, uma organização sem fins lucrativos, cuja missão é promover a conscientização socioambiental, educando para a sustentabilidade.



Evento cultural na Praça Victor Civita.



Praça Victor Civita.

Preservação ambiental

Além das iniciativas específicas de cada negócio para minimizar seus impactos ambientais, o Grupo Abril promove a gestão centralizada das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) de suas operações. Essa gestão teve início com a entrada do Grupo Abril no Programa Brasileiro GHG Protocol, como Membro Fundador, em 2008. A partir de então, o Grupo passou a mensurar e relatar suas emissões de GEE anualmente, dando o primeiro passo para uma gestão coerente das mudanças climáticas⁴.

Assim foi criado o Programa Abril Carbono Neutro, como objetivo de mensurar, reduzir e compensar suas emissões, engajando e mobilizando colaboradores nas causas relativas às questões climáticas, e comunicar esta iniciativa de forma coerente e didática às partes interessadas.

Em 2012, o Grupo Abril firmou uma parceria com a FAS – Fundação Amazonas Sustentável, para

compensar parte das emissões de suas atividades. Isso é realizado por meio do apoio à Escola Municipal Victor Civita, construída na Comunidade da Abelha na Reserva de Desenvolvimento Sustentável do Juma, no Estado do Amazonas. A compensação das emissões de gases de efeito estufa se dá por um projeto REDD+, mecanismo utilizado para evitar o desmatamento e a degradação ambiental de áreas vulneráveis. Desde 2012, foram compensadas 43.474 toneladas de carbono equivalente.

Ainda como contribuição aos projetos desenvolvidos pela FAS, a Abril promove a doação das revistas não comercializadas em Manaus, que antes retornavam a São Paulo. No primeiro trimestre de 2013, foram doadas à FAS 2.098 revistas para as escolas em que atuam. Os materiais atraentes, com leitura leve e assuntos diversificados são excelentes para estimular o hábito entre os alunos.

Objetivos do Programa Abril Carbono Neutro

- Minimizar os impactos negativos das atividades do Grupo e maximizar seu potencial de informar e educar a população a respeito das questões climáticas;
- Ser transparente quanto a sua responsabilidade perante o equilíbrio climático do Planeta;
- Buscar oportunidades de redução de custos através de eficiência energética, logística e no uso de recursos;
- Ser reconhecido como a referência setorial no combate as mudanças climáticas;
- Informar e inspirar cada cidadão para que este se torne o futuro que gostaria de ver para o mundo;
- Se antecipar, evitando riscos e aproveitando oportunidades relacionados à nova economia de baixo carbono;
- Ser motivo de orgulho e meio de integração entre os colaboradores do Grupo Abril; e
- Fomentar a inovação através do empoderamento e reconhecimento do empreendedor interno da Abril.

Participação Ativa

A fim de contribuir para um desenvolvimento econômico sustentável e acompanhar tendências, o Grupo Abril participa ativamente de instituições externas nacionais e internacionais. Desde 2003, o Grupo Abril é signatário de uma iniciativa da Organização das Nações Unidas chamada Pacto Global, se comprometendo com os dez princípios definidos por ela; é membro do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) e do conselho do World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).

A parceria da Abril Mídia com a Fundação SOS Mata Atlântica, no programa Clickarvore; o apoio ao Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social; a participação nas iniciativas empresariais do Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (Empresas pelo Clima, Inovação e Sustentabilidade na Cadeia de Valor, Inovação em Desenvolvimento Local, Tendências em Serviços Ecológicos), também demonstram seu compromisso com o desenvolvimento sustentável.

Por meio de fóruns e grupos de trabalho, o Grupo também participa de associações e entidades setoriais, a fim de incentivar a liberdade de imprensa e a livre iniciativa, entre elas a Associação Nacional dos Editores de Revistas (ANER), a Sociedade Interamericana de Imprensa (SIP), a Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf), o Instituto Palavra Aberta, o Instituto Millenium, a Associação Nacional de Jornais (ANJ), o Instituto Verificador de Circulação (IVC); e a FIPP – associação mundial de mídia e revistas, entre diversas outras. Além disso, associações de outros setores - como a Associação Brasileira de Editores de Livros (Abrelivros), a Câmara Brasileira do Livro (CBL) e o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), entre outras, também contam com a participação do Grupo.

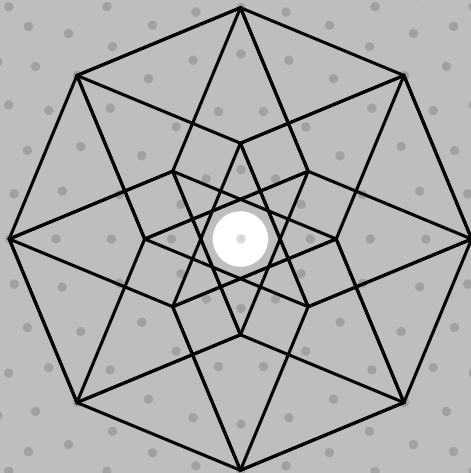


Escola Municipal Victor Civita.



O Grupo investe em ações e projetos que promovam melhorias na educação, na cultura e na qualidade de vida no País.

4. Para conhecer os inventários de emissões de GEE anuais do Grupo Abril, acesse: <http://registropublicodeemissoes.com.br/index.php/participant/80>



ÍNDICE GRI

Indicador	Descrição	Referência / Resposta direta
1. Estratégia e Análise		
1	Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão sobre a relevância da sustentabilidade para a organização	Mensagem da administração
2. Perfil Organizacional		
3	Nome da organização	Grupo Abril
4	Principais marcas, produtos e/ou serviços	Perfil Corporativo
5	Localização da sede	São Paulo, Brasil
6	Número de países em que a organização opera	Brasil
7	Tipo e natureza jurídica da propriedade	S.A.
8	Mercados atendidos	Perfil Corporativo
9	Porte da organização	Perfil Corporativo e Relacionamentos de Valor
10	Perfil da força de trabalho	Relacionamentos de valor
11	Percentual de empregados cobertos por negociação coletiva	Todos os empregados são abrangidos por acordos de negociação coletiva com os sindicatos de cada categoria
12	Descrição da cadeia de fornecedores da Companhia	Cada negócio da Companhia conta com uma cadeia de fornecedores própria, que atendem o Grupo desde o fornecimento de materiais e bens de consumo até prestação de serviços e consultoria técnica especializada
13	Principais mudanças na estrutura da companhia durante o período coberto	Perfil Corporativo, Destaques 2013 e Linha do Tempo
Compromissos com iniciativas externas		
14	Explicação de se e como a organização aplica o princípio de precaução	Os negócios da Companhia promovem a gestão dos riscos de sua atuação, indentificando, monitorando e mitigando os possíveis riscos, porém, não adotam, especificamente, o o princípio de precaução
15	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social, que a organização subscreve ou endossa	Gestão Socioambiental e site do Grupo: http://grupoabril.com.br/pt/quem-somos/parceiros
16	Participação significativa em associações e/ou organismos nacionais/internacionais de defesa em que a organização: possui assento em grupos responsáveis pela governança corporativa; integra projetos ou comitês; contribui com recursos de monta além da taxa básica como organização associada	Gestão Socioambiental e site do Grupo: http://grupoabril.com.br/pt/quem-somos/parceiros

Indicador	Descrição	Referência / Resposta direta
3. Aspectos Materiais Identificados e Limites		
17	Lista de entidades incluídas nas demonstrações financeiras	Balancos disponíveis no site do Grupo, listando as controladas: http://grupoabril.com.br/pt/quem-somos/balanco e ainda no site da Abril Educação: http://ri.abrileducacao.com.br/pt-br/InformacoesFinanceiras/Paginas/documentos-CVM.aspx
18	Processo para definição do conteúdo e limite do relatório	Sobre o Relatório
19	Lista de aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo	Sobre o Relatório
20	Limite de cada aspecto material para a organização	A Consulta aos stakeholders foi realizada junto a públicos internos e externos e o resultado, que originou a matriz, consolida a visão integrada e conjunta tanto do público interno (dentro da organização) quanto externo (fora da organização)
21	Limite de cada aspecto material fora da organização	
22	Explicação das consequências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores	Possíveis reformulações em relação às informações fornecidas em relatórios anteriores são apresentadas ao longo do relatório junto ao seu contexto
23	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere a escopo, limite dos aspectos abordados	Sobre o relatório
4. Engajamento de Stakeholders		
24	Lista de stakeholders engajados pela organização	Gestão socioambiental
25	Base usada para identificação e seleção de stakeholders para engajamento	Sobre o relatório
26	Abordagem adotada pela Companhia para engajar stakeholders e frequência do engajamento	Sobre o relatório
27	Principais tópicos levantados durante o engajamento de stakeholders e medidas adotadas pela Companhia para abordá-los	Sobre o relatório
5. Perfil do Relatório		
28	Período coberto pelo relatório	Sobre o relatório
29	Data do relatório anterior mais recente	2011
30	Ciclo de emissão dos relatórios	Bienal
31	Dados para contato sobre dúvidas em relação ao relatório	Créditos

Indicador	Descrição	Referência / Resposta direta
32	Opção de aplicação das diretrizes (essencial ou abrangente) índice GRI e verificação externa	Essencial
33	Descrição da política e prática adotada para verificação externa dos dados	Não há verificação externa dos dados para essa publicação
6. Governança		
Estrutura de Governança e sua Composição		
34	Estrutura de governança, incluindo comitês	Governança Corporativa e Desempenho
7. Ética e Integridade		
56	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética	Relacionamentos de valor
8. Desempenho Econômico		
Informações sobre a forma de gestão econômica		
Aspecto	Desempenho Econômico	
EC1	Valor econômico direto gerado e distribuído	Desempenho Operacional e Econômico
EC2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as atividades da organização devido a mudanças climáticas	Gestão socioambiental
EC3	Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício definido que a organização oferece	Relacionamentos de Valor
EC4	Ajuda financeira recebida do governo	Desempenho Operacional e Econômico
Aspecto	Presença no Mercado	
EC5	Variação da proporção do salário mais baixo comparado ao salário mínimo local em unidades operacionais importantes	Relacionamentos de Valor
EC6	Proporção de membros de alta gerência contratados na comunidade local em unidades operacionais importantes	Na Abril Mídia, 92,9% dos cargos de alta gerência são contratados localmente, na cidade de São Paulo. Na DGB, por sua vez, nenhuma contratação desses cargos foi realizada localmente, em Osasco (SP). Informações de Abril Educação não disponíveis
Aspecto	Impactos Econômicos Indiretos	
EC7	Desenvolvimento e impacto de investimentos em infraestrutura e serviços oferecidos	Gestão socioambiental
EC8	Impactos econômicos indiretos significativos, incluindo a extensão dos impactos	Relacionamentos de Valor e Gestão Socioambiental

Indicador	Descrição	Referência / Resposta direta
9. Ambiental		
Informações sobre a forma de gestão ambiental		
Aspecto	Materiais	
EN1	Materiais usados por peso ou volume	Gestão socioambiental
EN2	Percentual dos materiais usados provenientes de reciclagem	Dos materiais monitorados e apresentados, não há percentual proveniente de reciclagem. Entretanto, o capítulo Gestão socioambiental apresenta as iniciativas de reaproveitamento e avaliação das fontes de consumo (certificação) desses materiais.
Aspecto	Produtos e Serviços	
EN27	Extensão da mitigação de impactos ambientais de produtos e serviços	Gestão socioambiental
EN28	Percentual de produtos e suas embalagens recuperados em relação ao total de produtos vendidos, por categoria de produto	Não há cálculo exato do percentual de produtos e embalagens recuperados, porém iniciativas para minimizar o descarte, como reaproveitamento de publicações, são apresentadas no capítulo Gestão Socioambiental
10. Social: Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente		
Informações sobre a forma de gestão social		
Aspecto	Emprego	
LA1	Total e taxas de novas contratações de empregados e rotatividade por faixa etária, gênero e região	Relacionamentos de Valor
LA2	Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período, discriminados pelas principais operações	Relacionamentos de Valor
LA3	Taxas de retorno ao trabalho e retenção após licença maternidade/paternidade, discriminadas por gênero	Relacionamentos de Valor
Aspecto	Treinamento e Educação	
LA9	Média de horas de treinamento por ano, por empregado, discriminado por gênero e categoria funcional	Relacionamentos de Valor
LA10	Programas de gestão de competências e aprendizagem contínua que apóiam a continuidade da empregabilidade dos funcionários em preparação para a aposentadoria	Relacionamentos de Valor

Indicador	Descrição	Referência / Resposta direta
LA11	Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira, discriminado por gênero e categoria funcional	Relacionamentos de Valor
11. Social: Sociedade		
Informações sobre a forma de gestão social		
Aspecto	Comunidade	
SO1	Percentual de operações com programas implementados de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento local	Gestão socioambiental
SO2	Operações com impactos negativos significativos reais e potenciais nas comunidades locais	Gestão socioambiental
Aspecto	Combate à corrupção	
SO3	Percentual e número total de operações submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção e os riscos significativos identificados	Relacionamentos de Valor
SO4	Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Relacionamentos de Valor
SO5	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Não foram confirmados casos de corrupção em 2013
12. Social: Responsabilidade pelo Produto		
Informações sobre a forma de gestão social		
Aspecto	Comunicações de Marketing	
PR6	Vendas de produtos proibidos ou contestados	O Grupo não comercializa produto proibido ou contestado nos mercados em que atua
PR7	Número total de casos de não-conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultado	Não houve nenhum caso em 2013

Créditos

Agradecemos a todos os funcionários, das diversas áreas do Grupo Abril, que participaram dos grupos de trabalho que contribuíram para o desenvolvimento do Relatório de Desempenho e Sustentabilidade 2013 do Grupo Abril.

- Redação, Consultoria GRI e Tradução
RICCA RI
- Edição
Grupo Abril
Gerência de Sustentabilidade
Imprensa e Comunicação Institucional
- Projeto Gráfico e Diagramação
RICCA RI e Luz Publicidade
- Revisão de Texto
Luz Publicidade
- Levantamento do conteúdo
Abril Mídia
Abril Educação
DGB
Fundação Victor Civita
- Realização
Diretoria de Relações Corporativas
Meire Fidelis
- Direção Geral
Gerência de Sustentabilidade
Mariana Páal F. Martinato
- Gerência de Relações Públicas
Douglas Cantu
- Contato sobre o relatório
gerencia.sustentabilidade@abril.com.br

www.grupoabril.com.br

