

Relatório de Desempenho e Sustentabilidade

2014

Índice

Mensagem do presidente

3

Perfil corporativo

4

Governança

6

Desempenho econômico

8

Relacionamentos de valor

10

Gestão socioambiental

19

Mensagem do presidente

A Abril completa 65 anos de fundação em 2015: uma história de sucesso e uma trajetória que nos dão muito orgulho.

G4-1; G4-15

No Grupo Abril, o ano de 2014 ficará marcado pelo êxito na realização de mudanças que nos colocaram em caminhos otimistas já para 2015, a despeito da economia nacional como um todo. Somos um dos maiores prestadores de serviços aos nossos diversos públicos. Somos um dos melhores produtores de conteúdo e informação segmentados, operamos a maior rede de distribuição de publicações do Brasil e temos o maior e mais competitivo parque gráfico de revistas da América Latina. Em educação, além das nossas publicações, atuamos por meio da valorização e da qualificação de professores e gestores escolares – com a Fundação Victor Civita.

No ano, fizemos os ajustes necessários quando preciso. No caso da Abril Mídia adequamos a estrutura da empresa, reduzindo a quantidade de níveis hierárquicos e tornando-a mais ágil, característica fundamental para o mercado atual. Foi ainda o ano de uma grande virada na DGB, que saiu de um resultado negativo em 2013 para um equilíbrio em 2014, com boas perspectivas de crescimento para 2015, consequência da integração de suas operações e do aumento no volume de entregas de e-commerce no país. Hoje, somos reconhecidos como a empresa privada de logística e distribuição com maior abrangência no Brasil.

Falando de desafios, em mídia o foco é conquistar novos consumidores, aproveitando as oportunidades da combinação do digital com o papel. Em educação, o maior desafio – e, em igual proporção, a maior oportunidade – é contribuir com a educação de 57 milhões de jovens para que, no futuro, façam com que a indústria brasileira retome a competitividade em termos globais. Para isso, é fundamental a capacitação e atualização constante dos educadores, sobretudo na Educação Básica.

A Fundação Victor Civita se mantém firme na missão de disseminar conteúdo editorial a todos os professores e gestores de escolas do Brasil, agora cada vez mais aproveitando as facilidades dos meios digitais para isso.

Os desafios da DGB se desenham em duas frentes: o investimento nos sistemas de tecnologia, que trarão cada vez mais agilidade, e a assertividade na operação, garantindo o nível de satisfação dos clientes e a continuidade da excelência de atendimento da nossa rede de distribuidores.

Para o conjunto dos negócios do Grupo Abril, as perspectivas para 2015 são de um ano melhor, dado que estabelecemos um equilíbrio que nos permite seguir com mais tranquilidade, mesmo diante de variações específicas, como é o caso das receitas publicitárias. Apesar do momento, a economia do Brasil deve voltar a crescer. É preciso a confiança global de que a economia segue na trilha certa, com uma condução coerente, e na solidez das nossas instituições democráticas.

Por fim, cabe destacar que o Grupo Abril segue buscando a melhoria contínua da gestão da sustentabilidade, por meio da minimização de impactos ambientais e da valorização de sua responsabilidade de estimular o desenvolvimento social, como um dos mais relevantes grupos brasileiros de comunicação e logística. Além disso, reforçamos nosso compromisso com a educação de base do país e nosso papel de defensores da liberdade de expressão e da livre iniciativa. Aproveito para reafirmar nosso comprometimento como empresa apoiadora do Pacto Global, da ONU, iniciativa que tem como objetivo alinhar ações com base em dez princípios universais em direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção.

Com este relatório de desempenho e sustentabilidade, apresentamos as iniciativas desenvolvidas com esse objetivo, além da performance de nossos negócios. Convidamos nossos clientes, funcionários, fornecedores e a sociedade a conhecerem mais sobre as operações de mídia, logística e distribuição do nosso Grupo nas páginas a seguir.

Boa leitura!

Giancarlo Francesco Civita
Presidente do Conselho de Administração do Grupo Abril

Perfil corporativo

"Quero ter uma ideia nova a cada dia e, depois, tentar realizá-la."

Victor Civita

- 23 MILHÕES de leitores das marcas da Editora Abril
- 1,4 MILHÃO de exemplares impressos por dia pela Abril Gráfica
- 670 MILHÕES de produtos transportados por ano pela DGB

Temos como um valioso ativo as comunidades que se reúnem em torno das marcas.

G4-3; G4-4; G4-7

O Grupo Abril foi fundado em 1950, por Victor Civita. Surgiu como editora, com o lançamento da revista O Pato Donald, e atualmente é um dos maiores e mais influentes grupos de comunicação da América Latina, atuando, por meio de suas holdings e empresas controladas, nas áreas de mídia, gráfica, distribuição e logística, contribuindo para o desenvolvimento do país.

O Grupo ainda possui parceria estratégica com a Editora Caras e apoia a Fundação Victor Civita, entidade sem fins lucrativos cujo princípio é contribuir, por meio de diversas ações, para a evolução da qualidade da Educação Básica no

Abril Mídia

G4-4; G4-8

Braço de comunicação do Grupo Abril, tem em sua estrutura a Editora Abril, maior editora de revistas do Brasil, com quase 40 marcas, que atingem 23 milhões de leitores, e a Abril Gráfica, maior gráfica de revistas da América Latina.

Editora Abril

G4-9; G4-13

Em 2014, a editora iniciou por um profundo processo de reformulação, necessário diante do objetivo de readequar as atividades da empresa às necessidades atuais do mercado, com o intuito de fazer o negócio crescer e se tornar cada vez mais rentável.

Houve reorganização da estrutura para o modelo considerado ideal, dando oportunidade para outros talentos.

A nova estrutura trouxe vantagens competitivas para a Editora Abril, melhorando, sobretudo, a agilidade, algo fundamental num mercado em constante movimento.

Na nova organização, a empresa conta com quatro unidades de negócios (Notícias e Negócios; Mulher e Celebridades; Homem & Lifestyle; e Arquitetura e Design) e com a área de assinaturas. Marketing, publicidade e mobile atuam transversalmente nessas estruturas.

Essa revisão será constante, visando sempre ao que for melhor para o negócio, que tem um corpo editorial altamente qualificado e competente, marcas conhecidas e valorizadas e uma máquina de vendas excepcional.

Temos como um valioso ativo as comunidades que se reúnem em torno das marcas. A revista VEJA, por exemplo, tem tiragem semanal de 1 milhão de exemplares. A EXAME tem 600 mil leitores no Brasil. A SUPERINTERESSANTE tem tiragem mensal de 300 mil exemplares. A CAPRICHO, por sua vez, tem 5,6 milhões de fãs no Facebook e se constituiu em um grande canal de comunicação com um público jovem cada vez mais conectado.

Abril Gráfica

G4-9

Considerada a maior gráfica de revistas da América Latina em volume de produção, a Abril Gráfica imprime 1,4 milhão de exemplares por dia, todos os dias do ano, entre revistas, suplementos, edições especiais, catálogos e tabloides. É o único parque gráfico da América Latina com impressão em rotogravura para publicações. Utiliza processos modernos, que agilizam o tempo de produção das revistas e garantem qualidade gráfica cada vez melhor.

A impressão é totalmente integrada às áreas de logística e distribuição, o que possibilita grande produtividade e competitividade. Foi a

primeira gráfica brasileira a ter um inventário de emissões de gases de efeito estufa, na metodologia do GHG Protocol, e recebeu premiações internacionais concedidas pela redução de impacto ambiental, além das certificações Forest Stewardship Council (FSC) e Sistema de Certificação Florestal Brasileiro/Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (Cerflor/PEFC).

DGB

G4-4; G4-8

A DGB é a holding de logística e distribuição com a maior abrangência no país, responsável por transportar 670 milhões de produtos por ano, para mais de 30 mil pontos de venda e até 49 milhões de domicílios, cobrindo 95% do potencial de consumo do país. Para isso, a DGB conta com 200 mil m² de área operacional, 2.400 funcionários e 10 mil colaboradores indiretos, nas empresas Dinap, Treelog e Total Express, que trabalham em sinergia para oferecer aos mais de 500 clientes soluções completas em logística e distribuição para operações B2B1 e B2C2. O negócio vem crescendo exponencialmente, e a expectativa é de continuidade desse ritmo, já que o mercado de compras online está em expansão no Brasil.

Total Express

Empresa de entrega expressa com foco em e-commerce, a Total Express oferece soluções em manuseio e distribuição de pequenos e médios volumes nos segmentos B2B e B2C, em todo o território nacional. Os maiores players de e-commerce do país já entregam suas encomendas com a empresa, que tem capacidade para processar até 300 mil por dia, para seus quase 300 clientes.

Dinap

A Dinap oferece soluções em inteligência de distribuição para o pequeno e médio varejo. Leva produtos a 30 mil pontos de venda no Brasil, entre eles lojas de conveniência, bancas de revistas, armazinhos, farmácias, padarias e supermercados. A empresa oferece, ainda, suporte para lançamento de novos produtos, ações de trade marketing, análise de mercado e treinamento personalizado por tipo de canal.

Treelog

A Treelog é a maior e mais especializada rede de distribuição privada do país e é responsável por toda a operação logística das empresas Dinap e Total Express. Líder em entrega porta a porta de encomendas e impressos no Brasil, oferece planejamento, armazenagem, manuseio e transporte

com frequência diária para as principais capitais do país. Sua rede, composta de 130 distribuidores regionais dedicados, garante a excelência nas entregas, realizadas em até 48 horas e 100% delas com comprovantes protocolados.

Fundação Victor Civita

Entidade sem fins lucrativos, contribui há quase três décadas para a melhoria da qualidade da Educação Básica no Brasil. Para isso, produz conteúdo auxiliar para a capacitação e valorização de professores e gestores. A Fundação também procura influenciar políticas públicas de ensino.

Em 2014, passou por mudanças que implementaram um novo modelo de interação com os educadores, ampliando o foco para os meios digitais. Por meio do site Gente que Educa (www.gentequeeduca.org.br), que já conta com cerca de 25 mil cadastrados, a estratégia é trazer cada vez mais usuários que trabalhem os conteúdos disponíveis de forma ousada.

Revistas

A revista NOVA ESCOLA é a maior revista de educação do país e há quase 30 anos contribui para a melhoria do trabalho dos professores dentro da sala de aula. Em edições impressas e digitais, traz práticas educacionais e informações relevantes tanto para a educação infantil como para o Ensino Fundamental. 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.

Prêmio Educador Nota 10

G4-M7

Criado em 1998, o Prêmio Educador Nota 10, que revela, valoriza e dissemina projetos pedagógicos exemplares que promovem o trabalho de professores da Educação Infantil, do Ensino Fundamental e de gestores escolares em todo o Brasil, chega neste ano em sua 18ª edição. Realizado pela Fundação Victor Civita, em 2014, o prêmio ganhou uma dimensão ainda maior, com a parceria do Grupo Abril, Globo e Fundação Roberto Marinho. Em 17 anos, foram mais de 50 mil projetos inscritos, 181 educadores premiados e mais de R\$ 2 milhões de prêmios distribuídos.

1 Sigla para o termo business-to-business, que identifica o comércio realizado entre empresas via internet.

2 Sigla para o termo business-to-consumer, que identifica o comércio realizado entre uma empresa e o consumidor final por meio da internet.

Governança

G4-34;G4-56

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). Cada empresa do Grupo possui estrutura própria, incluindo a composição dos órgãos de gestão e governança.

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.

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
- Valorização das pessoas

Princípios

- Competitividade
- Foco no cliente
- Rentabilidade
- Trabalho em equipe

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 e gráfica e se reporta ao conselho, que mantém o Comitê de Auditoria e Risco para monitorar a contabilidade e a gestão financeira.

Conselho de Administração

- Presidente – Giancarlo Francesco Civita
- Membro – Roberta Anamaria Civita
- Membro – Andre Coetzee
- Membro – Victor Civita Neto
- Membro – Hein Brand

Diretoria

- Presidente – Giancarlo Francesco Civita
- Presidente da Editora Abril – Alexandre Caldini
- Diretora de Relações Governamentais – Angela Rehem
- Diretora de RH – Claudia Ribeiro
- Diretor Corporativo de Tecnologia da Informação – Claudio Prado
- Diretor Superintendente da Abril Gráfica – Eduardo Costa
- Diretor Financeiro – Fábio Gallo
- Diretora do Jurídico – Mariana de Paula Macia
- Diretora de Relações Corporativas – Meire Fidelis
- Diretor de Auditoria – Thomaz Scott
- Diretor de Operações Financeiras – Waldemir Reis

DGB

A DGB conta com uma gestão experiente no mercado de logística e distribuição, reforçando continuamente seu potencial de crescimento.

Comitê de Direção

- CEO – Douglas Duran
- CFO – Lavitor Matzembacker
- Diretor-geral Dinap – Gilberto Finotto
- Diretor-geral Treelog – Bruno Tortorello
- Diretor-geral da Total Express – Vito Chiarella
- Diretora de Desenvolvimento Humano – Renata Valente
- Diretor de TI – Marcelo Vilela
- Diretora Jurídica – Daisy Kosmalski
- Gerente de Comunicação e Relações Institucionais – Patrícia Nogueira
- Gerente de Serviços Compartilhados – Marcelo Figueiredo

Fundação Victor Civita

Entidade privada sem fins lucrativos. 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
- Conselheiros: Victor Civita Neto, Giancarlo Francesco Civita, Roberta Anamaria Civita, Alia Carol Civita, Jorge Gerdau Johannpeter, Beatriz Gerdau Johannpeter, Claudio de Moura Castro, Fábio Colletti Barbosa e Marcos Magalhães

Gestão do desempenho

Para revisar metas estabelecidas em 2013 e desenhar os mapas estratégicos de cada negócio em 2014, o Grupo Abril criou o Comitê Estratégico do BSC (Balanced Scorecard), um conjunto de indicadores de desempenho que superam o aspecto estritamente financeiro e visam, sobretudo, garantir a sustentabilidade do negócio e sua maior competitividade. O comitê conta com representantes de cada negócio da empresa, além da área de Recursos Humanos.

Durante os primeiros meses desse ano, o grupo se reuniu semanalmente para refletir e debater as metas de cada unidade. Com discussões ricas e profundas, conseguiu criar indicadores simples, aplicáveis, mensuráveis e que, principalmente, fazem sentido para todas as áreas. A preocupação foi, sobretudo, definir metas compreensíveis por todos: entender aonde queremos chegar é essencial para que cada funcionário saiba como pode colaborar para atingir um objetivo comum.

O BSC conta ainda com o Comitê de Controle, criado para monitorar os indicadores e as metas dos mapas estratégicos, assim como das DPRs dos três primeiros níveis de gestão.

Desempenho econômico

Equilíbrio estabelecido em 2014 gera perspectivas positivas para o conjunto dos negócios do Grupo Abril em 2015.

G4-9

DMA Desempenho Econômico

As empresas do Grupo Abril têm 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 de renegociação de dívidas de curto prazo.

Grupo Abril - Receita líquida (R\$ milhões)	
2013	2014
2.733,30	2.856,20

Grupo Abril - Receita líquida (R\$ milhões)				
	Faturamento Líquido		Participação (%)	
	2013	2014	2013	2014
Gráfica	154,1	167,8	5,6	5,9
Distribuição	1.136,3	1.417,99	41,6	49,6
Mídia	1.442,9	1.270,4	52,8	44,5
Abril.com (ASA)	2.733,30	2.856,20	100,0	100,0

Distribuição do valor adicionado (R\$ mil)				
	Abril		DGB	
	2013	2014	2013	2014
Pessoal e encargos	593.653	593.175	113.001	127.233
Impostos, taxas e contribuições	373.894	303.465	224.038	224.755
Remuneração de capital de terceiros	201.192	277.092	23.349	47.114
Remuneração de capitais próprios	-174.036	-138.801	-76.398	-48.130
Total	994.703	1.034.931	283.990	350.972

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.

G4-EC1

Demonstração de Valor Adicionado (em %)	Abril Média		DGB	
	2013	2014	2013	2014
Acionistas (remuneração de capital próprio)	-	-	2%	-
Colaboradores (remuneração, benefícios e encargos para empregados)	56%	57%	39%	37%
Governo (impostos, taxas e contribuições)	40%	29%	95%	64%
Lucro retido/Prejuízo do exercício	-16%	-14%	-44%	-14%
Juros e aluguéis (remuneração de capital de terceiros)	20%	27%	8%	13%

Demonstrativo de Valor Adicionado - Resumido				
	Abril Média		DGB	
Ano	2013	2014	2013	2014
1 - Receitas	2.842.345.574,04	3.216.811.975,72	1.332.663.173,00	1.607.890.218,73
2 - Insumos Adquiridos de terceiros	1.645.559.627,93	1.997.238.803,86	1.030.780.068,19	1.251.247.703,49
3 - Valor Adicionado Bruto (1-2)	1.196.785.946,11	1.219.573.171,86	301.883.104,81	356.642.515,24
4 - Retenções	179.019.672,31	221.008.561,54	17.351.343,17	20.543.543,72
5 - Valor Adicionado Líquido Produzido pela Organização (3 -4)	1.017.766.273,80	998.564.610,32	284.531.761,64	336.098.971,52
6 - Valor Adicionado Recebido em Transferência	11.308.101,83	36.365.943,80	5.912.888,84	14.872.708,49
7 - Valor Adicionado Total a Distribuir (5 + 6)	1.029.074.375,63	1.034.930.554,12	290.444.650,48	350.971.680,01

Relacionamentos de valor

A força do Grupo Abril está baseada em um modelo de gestão que inclui, entre os valores corporativos, a valorização das pessoas e o trabalho em equipe.

G4-24, G4-26, G4-27

DMA Emprego

DMA Treinamento e educação

Ao assumir que o conceito de sustentabilidade trata de como garantir a perenidade dos negócios e identifica como as operações afetam seu universo de stakeholders – e como são afetadas por eles –, torna-se estratégico para o Grupo Abril estabelecer relação estreita com esses públicos, mantendo o diálogo e a construção coletiva como estratégia na busca de soluções para seus desafios. Diante disso, conceitos como pluralidade, diálogo, debate de ideias e reconhecimento de realidades econômicas, ambientais, sociais e culturais fazem parte do dia a dia da organização.

Pessoas que fazem a Abril

G4-9; G4-10

A força do Grupo Abril está baseada em um modelo de gestão que inclui, entre os valores corporativos, a valorização das pessoas e o trabalho em equipe. É muito forte a cultura profissional de “ter prazer em trabalhar para a Abril”. E, neste momento, a estratégia visa reforçar esse sentimento organizacional.

No ano, houve consolidação da reestruturação da área de Recursos Humanos, realizada em 2013, com revisões de práticas e políticas, sobretudo em processos de avaliações de competência e de desempenho e gestão de talentos. O objetivo foi identificar características como capacidade de traçar ações estratégicas e visão de longo prazo, de influenciar positivamente e promover ambiente favorável ao questionamento e de adotar iniciativas ousadas.

Total de colaboradores*						
Tipo de contrato	Abril Mídia			DGB		
	2013	2014		2013	2014	
	homens e mulheres	Homens	Mulheres	homens e mulheres	Homens	Mulheres
Tempo determinado	378	110	197	88	43	52
Tempo indeterminado	4.064	2.026	1.422	2.548	1.678	638
Total por gênero	-	2.136	1.619	-	1.721	690
Total	4.442	3.755		2.636	2.411	

*Até 2013, não mensurávamos este indicador por gênero.

Tipo de emprego*						
	Abril Média			DGB		
	2013	2014		2013	2014	
	homens e mulheres	Homens	Mulheres	homens e mulheres	Homens	Mulheres
Jornada Integral	4.442	2.136	1.619	2.548	1.678	638
Meio período	-	-	-	88	43	52
Total por gênero	-	2.136	1.619	-	1.721	690
Total	4.442	3.755		2.636	2.411	

*Até 2013, não mensurávamos este indicador por gênero.

Por região*						
	Abril Média			DGB		
	2013	2014		2013	2014	
	homens e mulheres	Homens	Mulheres	homens e mulheres	Homens	Mulheres
Região Sul	53	14	11	22	26	3
Região Sudeste	4.330	2.096	1.584	2.446	1.615	654
Região Centro-oeste	53	20	23	8	0	0
Região Nordeste	6	6	1	33	11	1
Região Norte	-	-	-	127	69	32
Total por gênero	-	2.136	1.619	-	1.721	690
Total	4.442	3.755		2.636	2.411	

*Até 2013, não mensurávamos este indicador por gênero.

Benefícios

G4-LA2

Os benefícios oferecidos aos colaboradores variam entre as empresas do Grupo Abril. Contudo, não há diferenciação entre os colaboradores que trabalham meio período em relação aos que trabalham em tempo integral.

Há um conjunto de benefícios oferecidos aos funcionários: 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 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, podem afiliar-se à Associação Cultural, Esportiva e Recreativa (Acerga).

Para estagiários, os benefícios são: vale-refeição ou cota de restaurante com desconto de 2% (para aqueles com jornada de 6 horas), assistência médica (Plano A sem desconto), assistência odontológica (com desconto), seguro de vida (pago pela empresa) e auxílio-transporte de R\$ 135 (em crédito na folha). Os aprendizes têm direito a vale-refeição (R\$ 16,01 ao dia), assistência médica e odontológica, vale-transporte e seguro de vida.

G4-LA1

Número de desligamentos por gênero	Abril Média		DGB	
	2013	2014	2013	2014
Unidade de negócio	1757	1356	758	1302
Masculino	809	614	537	902
Feminino	948	742	221	400

Número de desligamentos por faixa etária	Abril Média		DGB	
	2013	2014	2013	2014
Unidade de negócio	1757	1356	758	1302
Abaixo de 30 anos	931	832	491	829
Entre 31 e 50 anos	694	461	243	439
Acima de 50 anos	132	63	24	34

Número de desligamentos por região	Abril Média		DGB	
	2013	2014	2013	2014
Unidade de negócio	1757	1356	758	1302
Região Sul	14	33	3	11
Região Sudeste	1733	1310	719	1219
Região Centro-Oeste	10	33	1	8
Região Nordeste	-	-	20	26
Região Norte	-	-	15	38

Número de contratação por gênero	Abril Média		DGB	
	2013	2014	2013	2014
Unidade de negócio	1251	737	845	1065
Masculino	576	304	571	808
Feminino	675	433	274	257

Número de contratação por faixa etária	Abril Média		DGB	
	2013	2014	2013	2014
Unidade de negócio	1251	737	845	1065
Abaixo de 30 anos	952	597	606	748
Entre 31 e 50 anos	271	123	231	306
Acima de 50 anos	28	17	8	11

Número de contratação por região	Abril Média		DGB	
	2013	2014	2013	2014
Unidade de negócio	1251	737	790	1053
Região Sul	13	9	5	19
Região Sudeste	1201	722	768	1029
Região Centro-Oeste	37	5	1	0
Região Nordeste	-	1	16	5
Região Norte	-	-	55	12

Taxa de rotatividade por gênero (%)	Abril Média		DGB	
	2013	2014	2013	2014
Unidade de negócio	40%	36%	30%	49%
Masculino	33%	29%	21%	25%
Feminino	48%	46%	9%	14%

Taxa de rotatividade por faixa etária (%)	Abril Média		DGB	
	2013	2014	2013	2014
Unidade de negócio	40%	36%	30%	49%
Abaixo de 30 anos	53%	62%	21%	33%
Entre 30 e 50 anos	31%	23%	9%	15%
Acima de 50 anos	32%	15%	1%	1%

Taxa de rotatividade por região (%)	Abril Média		DGB	
	2013	2014	2013	2014
Unidade de negócio	40%	36%	30%	49%
Região Sul	26%	132%	0%	1%
Região Sudeste	40%	36%	28%	47%
Região Centro-Oeste	19%	30%	0%	0%
Região Nordeste	0%	0%	1%	1%
Região Norte	-	-	1%	1%

Taxa de novas contratações por gênero (%)	Abril Média		DGB	
	2013	2014	2013	2014
Unidade de negócio	28,2%	19,6%	32%	44%
Masculino	23,4%	14,2%	22%	34%
Feminino	34,1%	26,7%	10%	11%

Taxa de novas contratações por faixa etária (%)	Abril Média		DGB	
	2013	2014	2013	2014
Unidade de negócio	28,2%	19,6%	32%	44%
Abaixo de 30 anos	54,2%	44,2%	23%	31%
Entre 30 e 50 anos	11,9%	6,2%	9%	13%
Acima de 50 anos	6,8%	4,0%	0%	0%

Taxa de novas contratações por região (%)	Abril Média		DGB	
	2013	2014	2013	2014
Unidade de negócio	28,2%	19,6%	32%	44%
Região Sul	24,5%	36,0%	0%	1%
Região Sudeste	27,7%	19,6%	29%	43%
Região Centro-Oeste	0,0%	14,3%	0%	0%
Região Nordeste	69,8%	11,6%	1%	0%
Região Norte	0,0%	0,0%	2%	0%

G4-LA3

Licença maternidade e paternidade - Taxa de retorno e retenção						
	Abril Média				DGB	
	2013		2014		2013	2014
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	homens e mulheres	homens e mulheres
Saíram de licença	33	57	36	50	36	42
Retornaram ao trabalho após o término da licença	33	60	36	44	36	37
Retornaram ao trabalho após a licença e continuaram na empresa após 12 meses	29	42	1	2	9	2

Remuneração

GRI-EC5

Relação entre o menor salário pago e o salário mínimo de referência (%)				
Abril Média	Menor salário pago pela empresa		Salário mínimo referência ¹	Relação (%)
	2013	2014		
Homens	R\$ 1.197,89	R\$ 1.730,09	R\$ 788,00	119,55%
Mulheres	R\$ 1.140,84	R\$ 1.217,28	R\$ 788,00	54,48%
DGB	Menor salário pago pela empresa		Salário mínimo referência ¹	Relação (%)
	2013	2014		
Homens	R\$ 959,57	R\$ 1.021,94	R\$ 788,00	29,69%
Mulheres	R\$ 959,57	R\$ 1.021,94	R\$ 788,00	29,69%

1 O salário mínimo é usado como referência somente para jovem aprendiz (regional SP). Para os demais cargos o piso salarial é definido pelo respectivo sindicato. Na DGB, para os empregados em tempo integral, não houve prática de salários baseado no salário mínimo nacional.

Treinamento

Média de treinamentos por funcionário DGB [G4-LA9]	
	2014
Diretoria	0
Gerência	17,5
Chefia/Coordenação	0
Técnico/Supervisor	8
Administrativos	4
Operacional	8
Aprendizes	-
Estagiários	30

Média de treinamentos por funcionário DGB [G4-LA9]

	Colaboradores	Horas	Horas por colaborador
Administrativa	60	560	9
Homens	32	253	8
Mulheres	28	308	11
Aprendiz	6	2	0
Homens	5	2	0
Mulheres	1	0	0
Comercial	1	2	0
Homens	0	0	0
Mulheres	1	2	2
Editorial	28	166	6
Homens	11	56	5
Mulheres	17	110	6
Estagiário	49	60	1
Homens	14	21	2
Mulheres	35	39	1
Executivo	211	511	2
Homens	4	13	3
Mulheres	3	7	2
Gerencial	19	145	15
Homens	10	65	15
Mulheres	9	80	9
Gráfica	72	45	1
Homens	63	41	1
Mulheres	9	4	0
Jovem Cidadão	7	0	0
Homens	1	0	0
Mulheres	6	0	0
Publicidade	4	54	27
Homens	2	17	9
Mulheres	2	37	19
Técnica	0	0	0
Homens	0	0	0
Mulheres	0	0	0
Operacional	0	1	0
Homens	0	1	0
Mulheres	0	0	0
Total	355	1.302	21

Educação: valor compartilhado

G4-M6; G4-M7

Público essencial no processo educativo, os educadores são foco de relacionamento direto do Grupo Abril, por meio da Fundação Victor Civita. A interação por canais digitais com esses públicos vem ganhando cada vez mais força, sobretudo pelo site GENTE QUE EDUCA (www.gentequeeduca.org.br). Trata-se de comunidade profissional para educadores que viabiliza a troca de conhecimento e disponibiliza conteúdos exclusivos, atuando de forma complementar à revista NOVA ESCOLA.

O estímulo à conexão significativa entre educadores, com direito à troca de conhecimentos, é o objetivo primordial do site. Além de ser uma plataforma colaborativa, engloba uma área que permite a criação de novos planos de aula e a adaptação dos já existentes no site da NOVA ESCOLA; um conjunto respeitável de grupos de estudo abertos para participação; um mecanismo de busca direcionada e curada em sites confiáveis de educação (SUPERBUSCA DA EDUCAÇÃO). Oferece ferramentas como agenda de eventos, grupos de estudo e planos de aula. O ambiente é monitorado, com orientação para que os usuários aproveitem melhor os recursos oferecidos.

O site GENTE QUE EDUCA, lançado em outubro de 2014, fechou o ano com mais de 25 mil cadastrados.

NOVA ESCOLA

Por meio de seus conteúdos editoriais opinativos (Educação em Debate, em NOVA ESCOLA, e Jornal da Educação, no site de NOVA ESCOLA), a FVC estimula o olhar crítico dos seus leitores. Os conteúdos específicos da Fundação Victor Civita, tanto em sites como em edições especiais de revistas e livros, têm o objetivo de colaborar para a formação dos seus leitores, cumprindo um papel complementar à sua atividade, entregando exemplos sobre a prática na sala de aula e comentando as teorias pedagógicas, as didáticas específicas e variados temas pertinentes ao universo da escola, em reportagens e por meio de recursos como vídeos, planos de aula e cursos online.

Anualmente, a área de Estudos e Pesquisas da FVC organiza e gerencia o estudo de grandes temas que colaboram para levar ao público em geral e a formadores de opinião as análises de dados e acadêmicas acerca da educação, em conjunto com importantes instituições de pesquisa, como o Cenpec e a Fundação Carlos Chagas. Em 2014/2015, o tema principal é currículo.

Gestão socioambiental

A implantação da Política de Sustentabilidade, com diretrizes que refletem práticas da cultura, passa a direcionar a gestão dos negócios do Grupo Abril

Por meio do Programa Abril Carbono Neutro, o Grupo promove a gestão centralizada das emissões de gases de efeito estufa (GEE) de suas operações.

43.476 t de CO₂ compensadas em dois anos

A atuação do Grupo Abril é pautada pela sua relevância, sempre com o objetivo de entregar produtos de qualidade ao mesmo tempo em que compartilha valor com a sociedade por meio de todas as suas áreas de atuação.

Para direcionar a gestão de negócios nesse quesito, a organização iniciou, em 2014, a implantação de sua Política de Sustentabilidade, com diretrizes que refletem práticas da cultura Abril de “fazer bem-feito” e que já eram adotadas na gestão dos negócios do Grupo, servindo como base para processos que identificam oportunidades de inovação em produtos, serviços e relacionamentos.

As premissas da política estão alinhadas a valores e princípios da organização e envolvem diálogo, construção coletiva, transversalidade, amplitude e integração de perspectivas, conexão entre negócios e mobilização para ação e avaliação de efeitos e externalidades. Mais do que isso, visam provocar uma reflexão sobre o papel de cada área e como os direcionamentos podem refletir na atuação do Grupo.

Diretrizes da Política de sustentabilidade

Os principais direcionamentos da Política de Sustentabilidade estão descritos a seguir.

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 o 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.

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 e oportunidade de desenvolvimento pessoal, entre outros; garantir os direitos e as condições mínimas de equidade entre todos os colaboradores do Grupo; e cuidar para que o conteúdo desenvolvido e veiculado pelas publicações possa contribuir, de alguma forma, para o fortalecimento da valorização das diferenças.

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; e expressar a corresponsabilidade do Grupo pelo conteúdo e pela linguagem dos anúncios e inserções publicitárias veiculados em suas publicações, garantindo sempre a liberdade de expressão e a independência editorial.

Uso 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.

Relacionamentos

G4-12

Fortalecer relacionamentos e ações conjuntas com fornecedores e parceiros, visando à gestão compartilhada dos impactos ao longo da cadeia de valor e à 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.

Comitê de Sustentabilidade

Com o objetivo de apoiar os gestores a se apropriar do conteúdo da Política de Sustentabilidade, construindo um entendimento cada vez maior sobre seus direcionadores, o Grupo Abril estabeleceu o Comitê de Sustentabilidade.

O comitê realiza encontros periódicos para conduzir ações de mobilização e articulação do público interno, potencializando a aderência à política. Implantar a Política de Sustentabilidade é um desafio contínuo, visto que a própria prevê revisões e melhorias de práticas já estabelecidas, com o objetivo de tornar a empresa mais sustentável a cada dia.

No Grupo Abril, a estratégia para incorporar os norteadores da política ao cotidiano organizacional está baseada em ciclos anuais. Em 2014, trabalhamos em grupo na exploração de cada um dos norteadores, criando e implementando ações – testadas durante esse mesmo ciclo e avaliadas constantemente.

A condução do comitê é baseada em conceitos como design thinking, geração de ideias e priorização de objetivos para cada norteador. Os aprendizados desse processo vão contribuir para o desenho do ciclo 2015.

Objetivos do Comitê de Sustentabilidade

- Apoiar a implementação da Política Corporativa de Sustentabilidade
- Desenhar ações e iniciativas para integrar a Política ao dia a dia da empresa
- Fortalecer a atuação dos abrilianos já envolvidos em iniciativas “sustentáveis”
- Engajar funcionários de diferentes áreas e níveis hierárquicos no tema.

Parcerias

G4-15; G4-16

O Grupo Abril realiza ações sociais e de desenvolvimento sustentável em parceria com diversas entidades:

Responsabilidade Social

- Afroreggae
- Instituto Millenium
- Instituto Palavra Aberta

Desenvolvimento Sustentável

- Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS)
- Fundação Amazonas Sustentável (FAS)
- Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
- Pacto Global

Organizações setoriais

- American Chamber of Commerce (Amcham)
- Associação Nacional de Editores de Revistas (Aner)
- Instituto Verificador de Circulação (IVC)

Gráfica

- Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf)
- Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG)

Jurídico

- Associação Brasileira de Propriedade Intelectual (ABPI)
- Associação Paulista da Propriedade Intelectual (Aspi)

Logística

- Associação de Empresas de Padrões na Cadeia de Logística e de Suprimentos (ECR Brasil)

Marketing

- Associação Brasileira de Marketing Direto (Abemd)
- Associação de Marketing (Popai)

Publicidade

- Associação dos Profissionais de Propaganda (APP)
- Conselho Executivo das Normas-Padrão (Cenp)
- Conselho Nacional de Autorregulamentação

Publicitária (Conar)

- Associação de Mídia Interativa (IAB Brasil)

Social: Educação, democracia e liberdade

O foco da atuação social do Grupo Abril está em investimentos e posicionamentos que promovam melhorias na educação e defendam a democracia, a liberdade de expressão e a livre iniciativa.

Para compreender a estratégia que levou ao direcionamento em educação e cultura, é preciso revisitar o cenário encontrado por Victor Civita ao chegar ao Brasil. Tratava-se de um país com 40% da população composta de analfabetos.

Portanto, para quem acabara de fundar uma editora e precisava de leitores, fomentar a educação era uma sábia decisão estratégica, que não só compartilharia valor com a redução do analfabetismo como também aumentaria a quantidade de potenciais clientes. Criava-se, portanto, uma conexão entre negócio e benefício social, tal como sugerem as atuais práticas de sustentabilidade.

Por oferecer ao indivíduo subsídios e conceitos necessários para que tire suas conclusões e faça suas próprias escolhas, a educação é o vetor mais relevante do processo de democracia, liberdade de expressão e livre iniciativa, que compõem um tripé que valoriza um modelo de sociedade baseado no direito de livre escolha.

Por isso, o Grupo Abril defende que tanto imprensa quanto cidadãos tenham espaço para se expressar e colocar suas opiniões. Da mesma forma, cabe à audiência escolher o que quer ler, ver ou ouvir, na busca do meio com o qual mais se identifique. A pluralidade de meios garante que todos encontrarão o seu espaço.

Nas palavras de Roberto Civita, saudoso presidente e editor do Grupo Abril, “a liberdade de manifestação do pensamento, que se constitui num direito natural do cidadão, é o pressuposto básico da democracia e precede todas as demais liberdades por ela asseguradas: política, religiosa, econômica, de imprensa, de associação e todas as outras”. Por isso, o Grupo defende uma imprensa livre de qualquer regulação que já não esteja prevista nas atuais leis brasileiras.

“A democracia e a liberdade dependem, para se manterem, das informações e da fiscalização que somente uma gama diversificada de veículos independentes pode assegurar. Por sua vez, os meios de comunicação não subsistiriam sem a publicidade, que não existiria se não houvesse competição, que não teríamos sem um sistema de mercado livre, que depende – fechando esse círculo virtuoso e admirável – da democracia e da liberdade para garanti-lo”.

Roberto Civita

EDUCAR PARA CRESCER

Educação de qualidade é não só um direito de todos, mas também elemento fundamental para o desenvolvimento do Brasil. Estimular a sociedade para a importância do ensino é uma das iniciativas do EDUCAR PARA CRESCER, movimento sem fins lucrativos que conta com o apoio de empresas engajadas na causa.

O EDUCAR PARA CRESCER estimula o envolvimento dos pais na educação de seus filhos e incentiva empresas a promoverem a melhoria do ensino em comunidades vizinhas em todo o Brasil.

O apoio da Abril ao movimento se dá por meio de diferentes ações, entre elas as campanhas feitas em páginas institucionais publicadas nas revistas da Abril Mídia, incluindo mensagem de mobilização da população relacionadas à causa.

Em 2014, um dos destaques foi o Guia da Primeira Infância, produzido em parceria com a Galinha Pintadinha, que tem como objetivo orientar pais sobre a importância dos anos iniciais de vida no desenvolvimento dos filhos, com dicas sobre comportamento e saúde.

O encarte está disponível para download em www.educarparacrescer.com.br/galinhapintadinha.

Outra ação relevante são as Feiras de Troca de Livros, realizadas em abril, o mês da leitura, em diversos pontos de São Paulo, inclusive na Avenida Paulista e na sede da Abril Gráfica.

Todas as iniciativas do Educar para Crescer podem ser vistas em <http://educarparacrescer.abril.com.br>

Anúncios bonificados

Para contribuir para a divulgação de causas que beneficiem a sociedade, promovendo educação, cultura e qualidade de vida aos leitores, a Abril beneficia instituições sem fins lucrativos com anúncios bonificados (gratuitos) em suas revistas.

Anualmente, a Diretoria de Relações Corporativas, responsável pela triagem e pelo acompanhamento das solicitações, recebe os pedidos e avalia quem serão os apoiados. Em 2014, o projeto beneficiou 42 instituições.

No total, 25 veículos publicaram 91 anúncios bonificados – equivalentes a R\$ 10 milhões –, criados por 15 agências de publicidade parceiras do projeto.

Atitude Abril – Aids

Lançado no início de 2014, é um projeto institucional do Grupo Abril que abraça a causa da Aids, discutindo o tema sob suas diversas facetas: prevenção, motivação ao teste, conscientização e preconceito, entre outras. A crença é de que a informação é a principal arma contra a doença e que, por meio dela, conseguiremos melhorar o panorama atual.

As marcas da Abril publicaram reportagens relacionadas ao tema, identificando-as com o selo da campanha, em todas as plataformas (revistas, tablets, sites, redes sociais e mídia out of home).

Em 2014, foram publicadas 61 matérias nas revistas impressas. Considerando o alcance das publicações, chegou-se a um total de mais de 100 milhões de leitores. Além disso, os conteúdos editoriais nas diferentes plataformas da Editora Abril falam tanto da conscientização e prevenção quanto das questões que podem afetar a qualidade de vida de quem já é portador do HIV.

Outra frente do projeto foi a campanha publicitária "Desinformação tem cura", que contou com o apoio de celebridades engajadas no projeto, como Anderson Silva, Diogo Nogueira, Fábio Porchat, Maria Casadeval, Ney Latorraca, Neymar e Sophia Abrahão. Ao todo, foram 69 páginas de anúncio nas revistas da Abril, aumentando o poder de conscientização em relação ao assunto.

Também foi realizada uma pesquisa com mais de 15 mil participantes, a maior pesquisa já feita no Brasil sobre o conhecimento a respeito de HIV/Aids, o comportamento sexual dos brasileiros e as barreiras que ainda precisamos ultrapassar para aumentar o controle sobre o problema.

Programa de apoio ao voluntariado Mãos à Obra

É a forma de apoio que o Grupo Abril dá para as diferentes iniciativas sociais e ambientais em que seus funcionários fazem algum tipo de atividade voluntária. O programa reconhece, divulga e amplia o trabalho voluntário dentro da empresa, organizando campanhas, feiras e doações em prol dessas instituições. O Mãos à Obra, iniciado em 1999, visa reconhecer, divulgar e ampliar o trabalho voluntário entre os funcionários da Abril.

No ano de 2014, para dar maior visibilidade às instituições cadastradas no programa e incentivar ainda mais o trabalho voluntário entre os funcionários, em parceria com a comunicação interna, o programa lançou a série mensal de entrevistas chamada Perfil do Voluntário Abril. E, também em busca de criar novas oportunidades voluntárias aos abrilianos, realizou a I Feira de Oportunidades Voluntárias Abril, em que foram recebidas diversas instituições, de diferentes áreas de atuação, para que os funcionários pudessem conhecer suas causas e se associar àquelas que mais lhes interessaram.

Prêmio Abril de Publicidade (PAP)

Com a proposta de incentivar o espírito inovador das novas gerações de profissionais de publicidade, a edição 2014 do Prêmio Abril de Publicidade (PAP) criou, à época, uma nova categoria: a Jovens Criativos, que, diferentemente das tradicionais – que reconheciam os principais trabalhos publicitários veiculados nas plataformas da Abril no ano anterior –, premiava um projeto produzido especialmente para concorrer ao PAP.

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 31 anos de existência. Com 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.

Semana de Jornalismo Ambiental

Criada a partir do Curso Abril de Jornalismo (programa de entrada e treinamento de novos talentos editoriais na Abril), foi viabilizada por meio de uma parceria entre as áreas de Treinamento e Apoio Editorial, além do Planeta Sustentável, e concebida a fim de criar um espaço voltado para aprofundar o aprendizado sobre questões relevantes para esse segmento do jornalismo.

O tema foi levado aos cerca de cem estudantes selecionados para participar da semana. Os selecionados – estudantes universitários de todas as áreas com interesse em jornalismo ambiental – foram escolhidos por meio de sugestões de pauta para o Planeta Sustentável, e não sem razão: além de assistir às palestras, os jovens produzem reportagens, artigos, fotos, vídeos e infográficos durante a semana. Os melhores trabalhos foram premiados com um curso exclusivo, ministrado pelo fotógrafo de natureza Luciano Candisani, em uma reserva da Mata Atlântica, em São Paulo, e tiveram suas produções publicadas no site do Planeta.

39ª edição do Prêmio Abril de Jornalismo

Desde 1977, o prêmio reconhece e destaca a excelência do conteúdo editorial da empresa. A edição 2014 da premiação teve menos categorias: foram 30, ante 38 no ano passado, com o objetivo de valorizar a premiação, que também passou a receber, junto das matérias impressas, conteúdo produzido para as plataformas digitais. Outra grande novidade da edição de 2014 foi a abertura de votação para os abrilianos.

Os vencedores das categorias Capa, Revista do Ano e Site do Ano foram decididos pelos funcionários da casa, a partir de finalistas indicados pelo júri, dando voz e ouvindo os profissionais da casa. A grande novidade na premiação foi o batizado de Prêmio Roberto Civita ao reconhecimento – que já acontecia nas edições anteriores – dado ao profissional cuja trajetória e cujas realizações no ano anterior tenham sido de maior expressão na casa.

Em 2014, o prêmio foi uma bolsa para o curso profissional de Publishing da Universidade de Yale, nos Estados Unidos, uma das mais reconhecidas do mundo na área de produção de conteúdo digital.

Revisteca – pelo hábito da leitura

Criado em 2005, o Projeto Revisteca é uma iniciativa do Grupo Abril, com a coordenação da Dinap, que visa incentivar o hábito da leitura por meio do acesso gratuito a revistas e coleções, levando educação, informação e cultura ao maior número possível de crianças e adultos.

Por meio de parcerias com prefeituras e entidades, o projeto já implementou mais de 200 revistecas em bibliotecas, hospitais e escolas públicas de todo o Brasil.

Ambiental: engajamento e gestão de impactos

As práticas ambientais do Grupo Abril têm como objetivo minimizar impactos e gerar oportunidades de ecoeficiência. São mais percebidas em ações de gestão de emissões, de resíduos e de recursos naturais.

Por meio do Programa Abril Carbono Neutro, o Grupo 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 climáticas.

Para compensar parte das suas emissões, o Grupo Abril firmou, em 2012, uma parceria com a Fundação Amazonas Sustentável (FAS), entidade sem fins lucrativos que tem como missão promover o envolvimento sustentável, a conservação ambiental e a melhoria da qualidade de vida das comunidades moradoras e usuárias das unidades de conservação do estado do Amazonas.

Desde então, um projeto REDD+ (sigla de redução de emissões provenientes de desmatamento e degradação florestal), mecanismo utilizado para controlar o desflorestamento em áreas vulneráveis, contribui para a compensação das emissões de carbono.

Pelo REDD+, uma organização realiza aportes sobre resultados já obtidos. No caso do Grupo Abril, há apoio à Escola Municipal Victor Civita, construída na Comunidade do Abelha, na Reserva de Desenvolvimento Sustentável do Juma, no estado do Amazonas.

Comunicação para o engajamento

A editora tem como ponto forte de atuação em sustentabilidade o incentivo, o reconhecimento e o engajamento da sociedade em boas práticas. Isso se dá, sobretudo, em duas frentes: engajamento – realizado por meio de publicações (Planeta Sustentável), prêmios e guias – e uso eficiente de recursos.

Prêmios e guias

Reconhecem, valorizam e disseminam ações com impactos positivos relevantes. São exemplos:

Guia EXAME de Sustentabilidade:

organizado pela revista EXAME, destaca empresas brasileiras com atitudes diferenciadas relacionadas à sustentabilidade;

As 100 Melhores Empresas para Você Trabalhar:

guia da revista VOCÊ S/A, reconhece empresas cuja relação com os funcionários é positivamente diferenciada;

Melhores Universidades:

promovido em edição especial pelo GUIA DO ESTUDANTE desde 2004, 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.

EXAME e a Sustentabilidade

A marca EXAME vem, ano a ano, se estabelecendo e se destacando como incentivadora da sustentabilidade no mundo corporativo.

A edição de 2014 do Guia EXAME de Sustentabilidade teve número recorde de inscrições: 228 companhias – 61 foram incluídas na lista final das mais sustentáveis.

Desde 2013 o Guia avalia, além das empresas mais sustentáveis, as que mais se destacam em setores da economia – o que resultou em 19 companhias premiadas. Dez delas venceram em categorias específicas da sustentabilidade, como Gestão de Resíduos, Mudanças Climáticas e Relação com a Comunidade.

Além disso, a edição impressa do ano teve, pela primeira vez, a capa produzida com vitopel – um papel de material sintético, feito com 75% de plástico reciclado.

Outro destaque do ano foi a edição EXAME Fórum de Sustentabilidade, com o tema “Cidades – Por Uma Vida Sustentável”.

Planeta Sustentável

Em 2015, a marca Planeta Sustentável passou a fazer parte do Núcleo de Sustentabilidade na área de Branded Content da Editora Abril, que atua na coordenação, no atendimento e na produção de conteúdos customizados, em todos os formatos, incluindo uma estrutura exclusiva para produção de vídeos.

Com a missão de disseminar informação e referências sobre sustentabilidade, o projeto Planeta Sustentável 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. Tem o apoio de empresas parceiras e conta com a participação de 38 publicações da editora.

Em sete anos de existência, foram quase 10 mil páginas publicadas, entre matérias e anúncios, e mais de 24 mil links de conteúdos exclusivos que compõem o maior site dedicado ao tema no país.

Ao longo de 2014, o Planeta Sustentável dedicou especial atenção a três grandes temas: mudanças climáticas, água e agricultura e alimentos.

Mudanças climáticas: lançamento da história em quadrinhos Heróis do Clima; seminários para debater os relatórios do IPCC e os impactos do aquecimento global no Brasil; acompanhamento in loco da Conferência das Nações Unidas para o Clima (COP 20); e o Blog do Clima, com as notícias e informações mais relevantes da área, além da Agenda do Clima, com os principais eventos nacionais e internacionais.

Água: a crise hídrica que já se anunciava há mais de um ano levou o Planeta Sustentável a realizar uma ampla discussão sobre o tema, incluindo a realização do Planeta no Parque: Rios e Ruas em três pontos da cidade de São Paulo, blog e matérias especiais no site, bem como o lançamento da nova edição do Manual de Etiqueta, com o tema “13 coisas que você não sabia sobre a água”.

Agricultura e alimentação: os temas foram abordados no seminário AgriSustenta, de quatro dias, realizado na Esalq-USP, dando origem a um blog e a uma publicação eletrônica e consolidando o conhecimento ali gerado. Esses temas também foram destaques em edições especiais da National Geographic Brasil.

Carbono Neutro

DMA Emissões

O programa integra o projeto de compensação do Grupo Abril para neutralizar parte das emissões geradas pelas operações da empresa. Nos últimos dois anos, foram compensadas 43.476 toneladas de CO₂, que equivalem à emissão de mais de 19 mil brasileiros em um ano. O programa foi tema das páginas publicadas em revistas parceiras do Planeta Sustentável.

O ano de 2009 foi definido como base para o inventário de GEE do Grupo Abril, pois já contemplava todas as empresas e operações e incluía todas as fontes de emissão do escopo 3. O Grupo Abril moverá esforços para coleta de dados das novas fontes de emissão inclusas com os dados dos anos anteriores, para a conferência da necessidade ou não do recálculo.

Energia

G4-EN3, G4-EN6 DMA Energia

Com objetivo de reduzir o consumo de energia elétrica, as empresa do Grupo Abril adotam medidas ecoeficientes que incluem a substituição de lâmpadas fluorescentes por modelos LED e a modernização do sistema de ar condicionado. Na Abril Mídia, a redução registrada no ano foi de 1,04 GWh (3.744 GJ), a partir de novos horários de operação e fornecimento de energia, modernização de sistemas de ar condicionado e substituição de lâmpadas fluorescentes tubulares por lâmpadas LED no Edifício Birmann 21 – Pinheiros. Na DGB, houve a substituição de 100% da iluminação da área do Porta a Porta (40 luminárias e 80 lâmpadas de LED) no galpão da Raposo Tavares.

G4-EN3

Consumo de energia na organização (GJ)								
	DGB				Abril Mídia			
NÃO RENOVÁVEIS	2012	2013	2014	Variação 2014/2013	2012	2013	2014	Variação 2014/2013
Óleo Diesel	428,23	120,36	227,52	89,03%	ND	ND	601.822,63	ND
Gás Natural Úmido	-	-	-	-	ND	ND	3.580.550,69	ND
Gás Liquefeito de Petróleo	407,86	394,99	344,88	-12,69%	-	-	-	-

G4-EN3

Total de energia consumida (GJ)								
	DGB				Abril Mídia			
Total de energia	2012	2013	2014	Variação 2014/2013	2012	2013	2014	Variação 2014/2013
Combustíveis Não Renováveis	836,1	515,36	572,4	11,07%	-	-	4.182.373,32	-
Combustíveis Renováveis	-	-	-	-	-	-	-	-

Obs.: o consumo de diesel na DGB e na Abril Mídia acontece de acordo com a necessidade de uso de gerador de energia elétrica. Como frequentemente ocorrem problemas de picos de energia, a Eletropaulo realiza constantemente manobras na rede para diversas manutenções. Nota-se a diferença dos valores de 2013 e 2014 na DGB com relação ao indicador de 2012. Ao longo de 2013 e 2014, foram realizadas diversas melhorias nos equipamentos (cabine primária, quadros elétricos etc.) e diversas tratativas com a Eletropaulo, em que se pode observar uma redução considerável do tempo em que a unidade estava sem energia. Hoje ocorrem alguns picos e fica-se em média 20 minutos sem energia, trabalhando com os geradores (exceto quando as causas são resultado das intensas chuvas de verão e seus resultados, como: descargas elétricas, quedas de árvores etc.). A manutenção preventiva e a substituição de componentes eletrônicos de grande porte são realizadas anualmente. O consumo de gás natural é referente ao consumo no restaurante.

Obs.: Temos, desde o 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 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. Estamos aprimorando a mensuração da quantidade de energia produzida e consumida neste processo.

Uso eficiente de recursos

Materiais

DMA Água

DMA Avaliação ambiental de fornecedores

A gestão de recursos da Abril Mídia visa estabelecer processos eficientes que contribuam para a redução de impactos ambientais, incluindo seleção de matérias-primas, reaproveitamento e descarte adequado.

O principal material consumido pela Editora Abril é o papel, sobretudo o utilizado nas suas publicações.

Na Abril Gráfica, a busca é de redução dos impactos a partir da seleção de matérias-primas alternativas de fontes renováveis ou biodegradáveis e da substituição de soluções químicas utilizadas no processo de impressão offset. Para tal, possui processos de tratamento e reúso de água em algumas etapas da produção, de recuperação de solventes voláteis e de reaproveitamento de calor. Além disso, utiliza papel produzido a partir de árvores de reflorestamento e com manejo certificado.

Uma parte relevante dos resíduos da operação são aparas de papel, resultantes de perdas na produção, encalhes de revistas e livros e 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 e 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 Forest Stewardship Council (FSC) e Sistema de Certificação Florestal Brasileira/Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (Cerflor/PEFC).

Investimento em proteção ambiental

G4-EN31

Custos de disposição de resíduos, tratamento de emissões e de mitigação:

2013				2014			
DGB	Birmann 21	GRÁFICA	CONSOLIDADO (Birmann 21 + GRÁFICA)	DGB	Birmann 21	GRÁFICA	CONSOLIDADO (Birmann 21 + GRÁFICA)
R\$ 382.773,55	R\$ 751.773,33	R\$ 1.290.473,33	R\$ 2.042.246,66	R\$ 234.000,00	R\$ 714.253,50	R\$ 1.824.753,50	R\$ 2.539.007,00

Tratamento e disposição de resíduos:

2013				2014			
DGB	Birmann 21	GRÁFICA	CONSOLIDADO (Birmann 21 + GRÁFICA)	DGB	Birmann 21	GRÁFICA	CONSOLIDADO (Birmann 21 + GRÁFICA)
R\$ 135.000,00	R\$ 504.000,00	R\$ 779.500,00	R\$ 1.283.500,00	R\$ 184.000,00	R\$ 504.000,00	R\$ 914.500,00	R\$ 1.418.500,00

Tratamento de emissões (ex.: gastos com filtros, agentes):

2013				2014			
DGB	Birmann 21	GRÁFICA	CONSOLIDADO (Birmann 21 + GRÁFICA)	DGB	Birmann 21	GRÁFICA	CONSOLIDADO (Birmann 21 + GRÁFICA)
R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 263.200,00	R\$ 263.200,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 700.000,00	R\$ 700.000,00

Despesas com compra e uso de certificados de emissão:

2013				2014			
DGB	Birmann 21	GRÁFICA	CONSOLIDADO (Birmann 21 + GRÁFICA)	DGB	Birmann 21	GRÁFICA	CONSOLIDADO (Birmann 21 + GRÁFICA)
R\$ 247.773,33	R\$ 247.773,33	R\$ 247.773,33	R\$ 495.546,66	R\$ 0,00	R\$ 210.253,50	R\$ 210.253,50	R\$ 420.507,00

Custos de prevenção e gestão ambiental:

2013				2014			
DGB	Birmann 21	GRÁFICA	CONSOLIDADO (Birmann 21 + GRÁFICA)	DGB	Birmann 21	GRÁFICA	CONSOLIDADO (Birmann 21 + GRÁFICA)
R\$ 25.000,00	R\$ 2.108.000,00	R\$ 376.800,00	R\$ 2.484.800,00	R\$ 41.000,00	R\$ 1.008.000,00	R\$ 470.700,00	R\$ 1.478.700,00

Pessoal para atividades gerais de gestão ambiental:

2013				2014			
DGB	Birmann 21	GRÁFICA	CONSOLIDADO (Birmann 21 + GRÁFICA)	DGB	Birmann 21	GRÁFICA	CONSOLIDADO (Birmann 21 + GRÁFICA)
R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 376.800,00	R\$ 376.800,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 470.700,00	R\$ 470.700,00

Despesas extras para instalar tecnologias mais limpas
(ex.: custo adicional além das tecnologias-padrão):

2013				2014			
DGB	Birmann 21	GRÁFICA	CONSOLIDADO (Birmann 21 + GRÁFICA)	DGB	Birmann 21	GRÁFICA	CONSOLIDADO (Birmann 21 + GRÁFICA)
R\$ 25.000,00	R\$ 2.000.000,00	R\$ 0,00	R\$ 2.000.000,00	R\$ 41.000,00	R\$ 900.000,00	R\$ 0,00	R\$ 900.000,00

Outros custos de gestão ambiental:

2013				2014			
DGB	Birmann 21	GRÁFICA	CONSOLIDADO (Birmann 21 + GRÁFICA)	DGB	Birmann 21	GRÁFICA	CONSOLIDADO (Birmann 21 + GRÁFICA)
R\$ 0,00	R\$ 108.000,00	R\$ 0,00	R\$ 108.000,00	R\$ 0,00	R\$ 108.000,00	R\$ 0,00	R\$ 108.000,00

TOTAL

2013				2014
DGB	Birmann 21	GRÁFICA	CONSOLIDADO (Birmann 21 + GRÁFICA)	DGB
R\$ 407.773,33	R\$ 2.859.773,33	R\$ 1.667.273,33	R\$ 4.527.046,66	R\$ 275.000,00

Obs.: na DGB, a realização do cálculo é feita a partir da leitura dos hidrômetros e é considerada a capacidade em volume das caixas d'água. Na Abril Mídia (Birmann 21), a realização do cálculo é feita por meio de medição por hidrômetros..

G4-EN6, G4-EN8

Total de água retirada por fonte (m3)								
	DGB				Abril Média			
NÃO RENOVÁVEIS	2012	2013	2014	Variação 2014/2013	2012	2013	2014	Variação 2014/2013
Água subterrânea	-	-	-	-	-	-	3.198	-
Água de chuva coletada	-	-	351	-	-	-	-	-
Concessionária/em presa de abastecimento	17.093	16.110	13.775	-14,49%	-	64.971	65.739	1,18%
Total	17.093	16.110	14.126	-12,32%	-	64.971	68.937	6,10%

G4-EN23

Resíduos não perigosos (t)								
	DGB				Abril Média			
	2012	2013	2014	Variação 2014/2013	2012	2013	2014	Variação 2014/2013
Reciclagem	152	136	130,83	-3,49%	-	37.344	196.510,6	426,22%
Aterro sanitário	591	592	502	-15,26%	-	1.559,64	1.315,57	-15,65%
Total	742,94	727,57	632,52	-13,06%	-	38.903,44	197.826,17	408,51%

Resíduos perigosos (em toneladas)*	2013	2014	Variação
Reciclagem	71,86	84,7 t	17,87%
Coprocessamento	169,30	368,7 t	117,78%
Tratamento de efluentes inorgânicos	124,00	119, t	-4,03%
Reciclagem de lâmpadas (unidades)	9.000	5.000	-44,44%
Total	365 t	569,1 t	55,92%

*dados referentes aos resíduos perigosos do Grupo Abril (DGB e Média). O método de disposição de resíduos utilizado tanto na DGB quanto na Abril Média é o que dispõe os resíduos diretamente pela organização relatora ou por terceiros, desde que confirmado diretamente pela organização relatora.

Principais materiais consumidos				
	2012	2013	2014	Variação 2014/2013
Papéis para impressão gráfica	87.412	79.070	69.656	-11,91%
Chapa de Alumínio (peças)	83.940,0	90.050,0	85.900	-4,6%
Água consumida/ tratamento de efluentes (t)	2,4	2,5	2,3	-0,08
Químicos (l)	6.000,0	7.000,0	5.4000,0	-22,86%
Cobre (t)	29,4	33,1	26,5	-19,9%
Cola (t)	206,5	174,9	178,6	21,1%
Arame/Grampo (t)	65,6	62,2	56,2	-9,6%
Polietileno/ PVC (t)	228,1	200,0	184,2	-7,9%
Blanquetas/ calços (peças)	826,0	815,0	787	-3,4%
Tintas (t)	3.539,0	3.408,0	2.869,3	-15,8%

Obs.: considera apenas Abril Mídia

G4-EN1

Materiais provenientes de fontes: (t)				
	2012	2013	2014	Variação 2014/2013
Renováveis	87.412 t	79.070 t	69.656 t	-11,91 t
Não renováveis	4.071,0 t	3.880,7 t	3.317,1 t	-0,145 t

Obs.: Considera apenas Abril Comunicações e Editora Caras; A soma dos não renováveis considera apenas os materiais reportados em toneladas. A queda de volume de consumo de fontes renováveis referentes à papel não indicam qualquer aumento em consumo de fontes não renováveis, retrata apenas diminuição de volume em razão das reduções em produtos finais. As respostas tem base na compra de papel.

Materiais provenientes de reciclagem (t) G4-EN2			
2012	87.412 ¹	1.973 ²	2,26%
2013	79.070 ¹	1.724 ²	2,18%
2014	69.656 ¹	2.885 ²	4,14%

¹ total de papéis para impressão gráfica (ver tabela Principais Materiais consumidos)

² total de material reciclado utilizado

Obs.: O cálculo foi realizado sobre volume efetivado de compras de papel no período; as empresas abrangidas são Abril Comunicações e Editora Caras.

Fornecedores selecionados com base em critérios ambientais			
	Considerados para contratação	Contratados	Percentual (%)
2014	9	8	88,89%
2013	11	9	81,82%
2014	10	9	90,00%

Obs.: Os critérios de contratação de fornecedores se restringem às fábricas que forneçam produtos com certificação florestal (FSC e/ou PEFC). Em relação a outros materiais, não são especificados critérios ambientais para seleção de novos fornecedores.

Peso total de resíduos, por tipo e método de disposição (t) G4-EN23								
	DGB				Abril Média			
Resíduos não-perigosos	2012	2013	2014	Variação 2014/2013	2012	2013	2014	Variação 2014/2013
Reciclagem	152	136	130,83	-3,49%	-	37.344	196.510,6	426,22%
Aterro sanitário	591	592	502	-15,26%	-	1.559,64	1.315,57	-15,65%
Total	742,94	727,57	632,52	-13,06%	-	3.903,44	197.826,17	408,51%

Obs.: Na DGB a realização do cálculo é feita a partir da leitura dos hidrômetros e é considerada a capacidade em volume das caixas d'água. Na Abril Média a realização do cálculo é feita através de medição por hidrômetros. Não existem fontes hídricas significativamente afetadas pela retirada de água pelo Grupo Abril.

Descarte total de água por qualidade e destinação (m³) G4-EN22						
	DGB			Abril Média		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Volume (m³)	17.093	16.110	13.775	-	64.971	65.739
Tratamento	Tratamento de efluentes orgânicos			Concessionária de abastecimento (Sabesp)		
Qualidade da água e método de tratamento	Esgoto sanitário			-	Efluente orgânico	
Destinação	Sabesp			-	ETO - Sabesp	

Obs.: 100% do esgoto sanitário é enviado para uma estação de tratamento da Sabesp, em Barueri, através do sistema Sanegran. No caso do esgoto industrial, 100% são tratados internamente (processo físico-químico, seguido de filtração com areia e carvão e, posteriormente, desmineralização), permitindo, assim, o seu reuso interno, seja no abastecimento de água da caldeira, nas linhas de combate a incêndio ou nas descargas de vasos sanitários.

Abril Gráfica TwoSides

Campanha que tem como objetivo de incentivar que mídias impressas utilizem, de forma sustentável, o papel e os demais insumos necessários para a produção de conteúdos. Criado em 2012, na Inglaterra, e já veiculado na Europa, Estados Unidos, Austrália e África do Sul, o projeto prevê anúncios em jornais e revistas, criação de sites e distribuição da publicação "Comunicação Impressa e Papel - Mitos e Fatos", defendendo a sustentabilidade e a possibilidade de convivência e sinergia das plataformas impressa e digital.

No Brasil, a iniciativa tem o apoio de 42 entidades, como a Associação Brasileira da indústria Gráfica (Abigraf), Associação Nacional dos Editores de Revistas (ANER) e a Associação Nacional de Jornais (ANJ).

Impactos dos transportes

DMA Transportes

Para aprimorar a adesão a práticas sustentáveis, tanto por seu público interno quanto pelos fornecedores, a DGB mantém desde 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.

Emissão de CO2 (t)		
Operação	2013	2014
Transporte aéreo	12.446	11.400
Transporte rodoviário (frota própria)	975	820
Transporte rodoviário (terceiros)	14.606	14.606
Outras operações	1.834	1.834

Sobre o relatório

G4-2

O Grupo Abril apresenta seu Relatório de Desempenho e Sustentabilidade 2014, 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.

Nesta edição do relatório, não foi realizada a verificação externa dos indicadores reportados.

Conteúdo geral		
Aspecto	Página/resposta	Omissão
Estratégia e análise		
G4-1 Mensagem do presidente	Mensagem do presidente	
Perfil organizacional		
G4-3 Nome da organização	Perfil corporativo	
G4-4 Principais marcas, produtos ou serviços	Perfil corporativo	
G4-5 Localização da sede da organização		
RESPOSTA: O edifício-sede do Grupo Abril fica na Av. das Nações Unidas 7.221 – Pinheiros, São Paulo (SP)		
G4-6 Países onde estão as principais unidades de operação ou as mais relevantes para os aspectos da sustentabilidade do relatório		
RESPOSTA: O Grupo Abril atua majoritariamente no Brasil		
G4-7 Tipo e natureza jurídica da propriedade	Perfil corporativo	
RESPOSTA: Sociedade anônima de capital privado e fechado		
G4-8 Mercados em que a organização atua	Perfil corporativo	
G4-9 Porte da organização	Perfil corporativo Desempenho econômico Relacionamentos de valor	
G4-10 Perfil dos empregados		
G4-11 Percentual de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva		
RESPOSTA: Todos os empregados são abrangidos por acordos de negociação coletiva com os sindicatos de cada categoria		
G4-12 Descrição da cadeia de fornecedores da organização	Gestão Socioambiental	
G4-13 Mudanças significativas em relação a porte, estrutura, participação acionária e cadeia de fornecedores	Perfil corporativo	

Conteúdo geral		
Aspecto	Página/resposta	Omissão
G4-14 Descrição sobre como a organização adota a abordagem ou princípio da precaução		
RESPOSTA: Os negócios da Companhia promovem a gestão dos riscos de sua atuação, identificando, monitorando e mitigando os possíveis riscos, porém, não adotam, especificamente, o princípio de precaução.		
G4-15 Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente	Mensagem do presidente Gestão Socioambiental	
G4-16 Participação em associações e organizações	Gestão Socioambiental	
Aspectos materiais identificados e limites		
G4-17 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas e entidades não cobertas pelo relatório		
RESPOSTA: As demonstrações financeiras do Grupo Abril contemplam a Abril Comunicações e a DGB Logística Distribuição Geográfica do Brasil S.A.		
G4-18 Processo de definição do conteúdo do relatório		
RESPOSTA: O conteúdo foi definido a partir da matriz de materialidade e em reuniões internas, com apoio de consultoria especializada.		
G4-19 Lista dos temas materiais		
RESPOSTA: Os principais temas identificados foram impactos econômicos indiretos; comunicação de marketing; geração de emprego; presença no mercado; desempenho econômico comunidade; corrupção; consumo de materiais; treinamento e educação; principais impactos no meio ambiente.		
G4-20 Limite, dentro da organização, de cada aspecto		
RESPOSTA: O que determinou os aspectos materiais consolida a visão integrada e conjunta tanto do público interno (dentro da organização) quanto externo (fora da organização).		
G4-21 Limite, fora da organização, de cada aspecto material		
RESPOSTA: O que determinou os aspectos materiais consolida a visão integrada e conjunta tanto do público interno (dentro da organização) quanto externo (fora da organização).		
G4-22 Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores		
RESPOSTA: Possíveis reformulações em relação às informações fornecidas em relatórios anteriores são apresentadas ao longo do relatório junto ao seu contexto.		
G4-23 Alterações significativas de escopo e limites de aspectos materiais em relação a relatórios anteriores		
RESPOSTA: Não houve alterações significativas de escopo com relação aos negócios abrangidos pelos relatórios de 2014 e de 2015.		
Engajamento de stakeholders		
G4-24 Lista de grupos de stakeholders engajados pela organização	Relacionamentos de valor	
G4-25 Base usada para a identificação e seleção de stakeholders para engajamento	Relacionamentos de valor	

Conteúdo geral		
Aspecto	Página/resposta	Omissão
G4-26 Abordagem para envolver os stakeholders	Relacionamentos de valor	
G4-27 Principais tópicos e preocupações levantadas durante o engajamento, por grupo de stakeholders	Relacionamentos de valor	
G4-28 Período coberto pelo relatório	1.º de janeiro a 31 de dezembro de 2014	
G4-29 Data do relatório anterior mais recente	2014, referente a 2013	
G4-30 Ciclo de emissão de relatórios	Anual	
G4-31 Contato para perguntas sobre o relatório ou seu conteúdo	http://grupoabril.com.br/pt/fale-conosco	
G4-32 Opção da aplicação das diretrizes e localização da tabela GRI		
RESPOSTA: O relatório foi autodeclarado como de acordo com a opção Essencial		
Governança		
G4-34 Estrutura de governança da organização	Governança	
Ética e integridade		
G4-56 Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização	Governança	
CONTEÚDO ESPECÍFICO		
Categoria econômica		
Aspecto	Página/resposta	Omissão
Desempenho econômico		
G4-DMA Forma de gestão	Desempenho econômico	
G4-EC1 Valor econômico direto gerado e distribuído	Desempenho econômico	
G4-EC2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas		
RESPOSTA: Não houve monitoramento das oportunidades em 2014		
G4-EC3 Cobertura das obrigações no plano de pensão de benefício		
RESPOSTA: Abril Mídia: oferece a Abrilprev, plano de previdência fechado, com modalidade de contribuição definida, sem riscos envolvidos para suas patrocinadoras. Os funcionários, de todas as unidades do Grupo, podem contribuir voluntariamente com até 4,5% de seu salário, contando que a empresa aportará 100% desse valor para participantes com até 10 anos de casa e 150% de contrapartida para aqueles acima de 10 anos de atuação no Grupo. A meta atuarial para 2015 é de correção da inflação, além de um acréscimo de 4%. DGB: oferece um plano de pensão (contribuição definida) para todos os seus funcionários, com participação voluntária. O plano permite ao funcionário aportar de 1% a 4,5% do seu salário, dependendo da faixa salarial em que se encontra. A empresa contribui com 100% desse valor aportado.		
G4-EC4 Ajuda financeira significativa recebida do governo		

Conteúdo geral		
Aspecto	Página/resposta	Omissão
RESPOSTA: Em 2014, a Abril Mídia utilizou R\$ 3.218.863,00 de financiamento da linha de crédito Finame, do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). A DGB teve um saldo final de R\$ 7.164.129,00 no mesmo período. Nesse aspecto, vale frisar que o governo não possui participação na estrutura acionária da companhia.		
Materiais		
G4-DMA Forma de gestão	Gestão Socioambiental	
G4-EN1 Materiais usados, discriminados por peso ou volume	Gestão Socioambiental	
G4-EN2 Percentual de materiais usados provenientes de reciclagem	Gestão Socioambiental	
Energia		
G4-DMA Forma de gestão	Gestão Socioambiental	
G4-EN3 Consumo de energia dentro da organização	Gestão Socioambiental	
G4-EN4 Consumo de energia fora da organização	Gestão Socioambiental	
G4-EN6 Redução do consumo de energia	Gestão Socioambiental	
Água		
G4-DMA Forma de gestão	Gestão Socioambiental	
G4-EN8 Total de água retirada por fonte	Gestão Socioambiental	
G4-EN9 Fontes hídricas significativamente afetadas por retirada de água		
RESPOSTA: Não existem fontes hídricas significativamente afetadas pela retirada de água pela Abril Mídia e DGB		
G4-EN10 Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada		
RESPOSTA: O volume total de água retirada por água de chuva e reutilizada na DGB é de 351 m ³ , que corresponde a 2,48% do total de água retirada. Na Abril Mídia, não é realizado nenhum processo de captação de água de chuva ou reutilização da água fornecida, embora a Abril Gráfica tenha um sistema de reúso de efluentes industriais, que permite a reutilização de aproximadamente mil m ³ /mês para água de reúso em vasos sanitários, rede de incêndio, limpeza de pátio e caldeira, diminuindo assim, o seu consumo de água e a geração de efluentes. Quando o Grupo Abril iniciou a utilização dos poços, o sistema de reúso ficou inoperante, pois não há como operar dois sistemas simultaneamente. A previsão é que a reativação ocorra nos próximos anos.		
Efluentes e resíduos		
G4-DMA Forma de gestão		
G4-EN22 Descarte total de água, discriminado por qualidade e destinação	Gestão Socioambiental	
G4-EN23 Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição	Gestão Socioambiental	
G4-EN29 Valor de multas e número total de sanções resultantes de não conformidade com leis		
RESPOSTA: Não houve multas em 2014. O valor total das multas administrativas atualizado com juros até 17/11/2014 era de R\$ 2.120.061,96. Com abatimento de 90% de desconto em caso de o TAC ser aprovado pela Secretaria do Verde e do Meio Ambiente (SVMA), o total será de R\$ 212.006,20. Os valores atualizados de autos anteriores a 2012 são: - Processo 2010-0.158.433-0, referente a danos a 69 exemplares arbóreos; - Auto de Multa n.º 67.003.733-8: danos a 50 exemplares arbóreos - multa arbitrada em 23/07/2009, no valor máximo legal de R\$ 500.000,00 (valor atualizado em 17/11/2014, com juros = R\$ 1.100.917,30); - Auto de Multa n.º 67.005.915-3: danos a 18 exemplares arbóreos - multa arbitrada em 13/07/2010, no máximo legal de R\$ 500.000,00 (valor atualizado em 17/11/2014, com juros = R\$ 972.774,00); - Auto de Multa n.º 67.005.917-0: utilização de recursos hídricos sem autorização - multa arbitrada em 13/07/2010, de R\$ 16.200,12 (pagamento efetuado)		

Conteúdo geral		
Aspecto	Página/resposta	Omissão
Transportes		
G4-DMA Forma de gestão	Gestão Socioambiental	
Avaliação ambiental de fornecedores		
G4-DMA Forma de gestão		
G4-EN31 Total de investimentos e gastos com proteção ambiental	Gestão Socioambiental	
G4-EN32 Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	Gestão Socioambiental	
G4-EN33 Impactos ambientais negativos significativos, reais e potenciais, na cadeia de fornecedores		
RESPOSTA: Não identificados, uma vez que o papel é um produto fabricado a partir de fontes renováveis e provenientes de fornecedores certificados (FSC e/ou PEFC). As exigências desses órgãos foram consideradas suficientes para atender às da organização. Não houve necessidade de encerramento de relacionamento		
Avaliação ambiental de fornecedores		
G4-DMA Forma de gestão		
G4-EN34 Número de queixas e reclamações relacionadas a impactos ambientais		
RESPOSTA: Na DGB, são oferecidos os telefones e o e-mail da Segurança Patrimonial como canais de queixas e reclamações. Não houve queixas nesse quesito em 2014. A Abril Mídia e a DGB não dispõem de um sistema oficial para monitoramento de queixas e reclamações. Os contatos telefônicos da equipe de manutenção e operações (temos pessoas 24h por dia) estão disponível para as residências e os empreendimentos vizinhos para que entrem em contato em caso de incômodo por qualquer motivo.		
Categoria social - práticas trabalhistas e trabalho decente		
Emprego		
G4-DMA Forma de gestão	Relacionamentos de valor	
G4-LA1 Número total e taxas de novas contratações e rotatividade de empregados	Relacionamentos de valor	
G4-LA2 Comparação entre benefícios a empregados de tempo integral e temporários	Relacionamentos de valor	
G4-LA3 Taxas de retorno ao trabalho e retenção após uma licença-maternidade/paternidade	Relacionamentos de valor	
Treinamento e educação		
G4-DMA Forma de gestão	Relacionamentos de valor	
G4-LA9 Média de horas de treinamento por ano	Relacionamentos de valor	
Indicadores setoriais - Mídia		
G4-M2 Metodologia para medir aderência e monitorar a criação de valor pelos conteúdos		

Conteúdo geral

Aspecto	Página/resposta	Omissão
RESPOSTA: A política editorial do Grupo e o Código de Conduta têm critérios de isenção jornalística e separação entre jornalismo e publicidade. Os mecanismos adotados como canais de comunicação são atendimento telefônico, por carta e por e-mail, nas redes sociais (Facebook, Google+, Instagram, Gente que Educa, Youtube e Twitter), pelo SAC e através de nossos sites. As mensagens enviadas são analisadas e encaminhadas ao setor responsável, e todos os contatos recebem feedback. Também realizamos anualmente pesquisas de mercado, em sua maioria quantitativas, com o objetivo de entender melhor nosso público, prever futuros problemas e identificar possíveis melhorias. Na Abril Mídia, os padrões de ética e a qualidade de conteúdo da revista Nova Escola são avaliados com base no Índice de Satisfação e Leitura (ISL). Trata-se de uma pesquisa online realizada duas vezes ao ano com assinantes e compradores avulsos da revista.		
G4-M4 Medidas tomadas para melhorar o desempenho em relação a questões de divulgação de conteúdo (incluindo acesso e proteção de públicos vulneráveis-) e os resultados obtidos		
RESPOSTA: A Abril Mídia não desenvolve ações com foco em acessibilidade de conteúdo para públicos com necessidades específicas de leitura, manuseio e acesso à informação.		
G4-M6 Métodos para interagir com os públicos e seus resultados	Relacionamentos de valor	
G4-M7 Medidas tomadas para capacitar o público através da mídia alfabetização desenvolvimento de competências e resultados obtidos	Perfil corporativo Relacionamentos de valor	