



2014/2015

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE



TICKET SERVIÇOS

NOSSOS PRODUTOS E SERVIÇOS TRAZEM BENEFÍCIOS E VANTAGENS AOS NOSSOS PÚBLICOS. DESTA FORMA CRIAMOS VALOR COMPARTILHADO ENTRE A EMPRESA E A SOCIEDADE E PERENIZAMOS O MODELO DE NEGÓCIO.

Edenred México



Pascal Menard



Fabien Bernardi



Pascal Menard



TICKET BRASIL EM NÚMEROS

2014

1,02 BILHÃO

DE RECEITA BRUTA
TICKET SERVIÇOS

2015

1,10 BILHÃO

DE RECEITA BRUTA
TICKET SERVIÇOS

2014

+ DE 367 MILHÕES
DE LUCRO LÍQUIDO
TICKET SERVIÇOS

2015

+ DE 383 MILHÕES
DE LUCRO LÍQUIDO
TICKET SERVIÇOS

2014

+ DE 1,10 BILHÃO DE
RECEITA BRUTA EDENRED
BRASIL

2015

+ DE 1,18 BILHÃO DE
RECEITA BRUTA EDENRED
BRASIL

2014

+ 373 MILHÕES
DE LUCRO LÍQUIDO
EDENRED BRASIL

2015

+ 388 MILHÕES
DE LUCRO LÍQUIDO
EDENRED BRASIL

320 MIL

REDE CREDENCIADA

+ DE 5 MILHÕES

USUÁRIOS

2014

829

NÚMERO DE
COLABORADORES
PRÓPRIOS

2015

787

NÚMERO DE
COLABORADORES
PRÓPRIOS

EMPRESAS

70 MIL

EMPRESAS
CLIENTES

SOBRE ESTE RELATÓRIO

O ESCOPO DESTE RELATO SE CONCENTRA NA TICKET SERVIÇOS S/A, UMA VEZ QUE SUA OPERAÇÃO CORRESPONDE MAJORITARIAMENTE AO FATURAMENTO DA EDENRED BRASIL. EM 2014 CORRESPONDEU A 92% E EM 2015 A 96%.

NOS RELATOS FUTUROS, TEMOS O COMPROMISSO DE INSERIR A PARTICIPAÇÃO ESPECÍFICA DAS EMPRESAS DO GRUPO, TRADUZINDO A TOTALIDADE DO GRUPO EDENRED NO BRASIL.



ENTREVISTA COM O DIRETOR GERAL DA EDENRED BRASIL

Nosso negócio é feito de **relacionamentos e tecnologia.**



Com a oportunidade de estar pela segunda vez no Brasil, o Diretor Geral da Edenred no Brasil Gilles Coccoli faz um comparativo interessante sobre o modelo de negócio Edenred e afirma que as mudanças fazem parte de um cenário permanente.

Sua primeira experiência no Brasil foi como Diretor Financeiro da Ticket, mas sua experiência profissional conta com passagens pela Inglaterra e Turquia, além da matriz na França. Uma dinâmica carreira internacional, que possibilitou conhecer diferentes estruturas de negócio, riscos, oportunidades e culturas.

Quais as diferenças entre 2004, quando teve sua primeira passagem no Brasil, e 2016?

GC A primeira é que a estrutura empresarial mudou. Em 2004 a Ticket

fazia parte do Grupo Accor e agora, do Grupo Edenred. A composição do grupo também mudou. Além da Ticket, tem a Repom e Accentiv' Mimética e agora, mais recentemente, conta com a joint-venture com a Ecofrotas.

Esta é uma questão interessante, pois, por uma lente, a Ticket continua a ser uma empresa de sucesso e de mudanças constantes. Por outro lado, é uma empresa que terá de se reinventar já que o sucesso obtido não é garantia de sucesso futuro.

Não falo somente de tecnologia, mas de todo um modelo de sociedade urbana. No passado entramos no Brasil com um produto e hoje estamos envolvidos em diferentes serviços, stakeholders, canais de relacionamento, regras de mercado, entre outras.

A sociedade brasileira sempre apresentou oportunidades e desafios. No passado recente, os desafios foram conquistados com tecnologia, processos eficientes e uma visão de produto.

Hoje, o relacionamento e a capacidade de entender o processo de uso dos produtos e serviços são os drivers que devemos buscar.

Como você avalia o período de 2014-2015 referente a este relatório e o início de 2016?

GC Com certeza este período será marcado por questões estratégicas. Mantivemos uma taxa de crescimento interessante, ampliamos o negócio Edenred com a compra da Repom, desenvolvemos importantes projetos de tecnologia, racionalizamos processos e custos e trabalhamos a qualificação de nossas equipes. Tudo isto, mesmo com um contexto de dificuldades já notado no segundo semestre de 2015.

Em 2016 tomamos medidas ousadas para defender nosso posicionamento no mercado. A Ticket acaba de concretizar uma aliança com a Embrattec, empresa detentora das marcas Ecofrotas, Ecobenefícios e Expers. A nossa ambição é de alavancar os resultados em Gestão de Despesas Corporativas no Brasil e reforçar a nossa posição em Benefícios ao Trabalhador.

A sociedade exige das empresas um processo de reinvenção permanente. Os ciclos de negócio estão cada vez mais curtos e rápidos em nosso segmento. Este estado de alerta deve ser orientado pela busca do valor compartilhado entre a Edenred e todos os segmentos da sociedade.

E a sustentabilidade? Continua sendo um fator estratégico, mesmo se a situação econômica permanecer instável?

GC A sustentabilidade tem de estar dentro do modelo do negócio. Neste sentido, apoiamos iniciativas internas de montar o Comitê de Sustentabilidade, ter uma pauta deste comitê dentro do Comitê Executivo, desenvolver lideranças no tema e aplicar o modelo de nossa matriz, com as devidas customizações.

Neste caso estou me referindo ao Customer Inside (nossa Filosofia de Gestão que coloca o Customer no centro das decisões) e ao Movimento Ideal, que traduz nossos compromissos com a Sustentabilidade. Entendemos que esta seja a melhor forma de trazer a sustentabilidade para os

relacionamentos, para os produtos, para os serviços e, acima de tudo, para a nossa capacidade de inovar e buscar valor compartilhado para os clientes, usuários e para a sociedade em geral.

Como podemos descrever a Ticket para os próximos anos?

GC Nosso ponto principal será a nossa capacidade de estar atentos à sociedade, ao contexto, ao ambiente de mudanças e dar as respostas corretas no tempo adequado. Precisamos de uma empresa criativa, com verdadeiros empreendedores que sabem correr o risco saudável. Nosso modelo deve ter uma tecnologia adequada e que favoreça ao relacionamento com nossa ampla base de stakeholders.

Isto significa que acreditamos no Brasil. Fizemos 40 anos e nesta trajetória passamos por várias mudanças. Além disso, o engajamento e o apoio de nossos colaboradores foram essenciais para levar nossos projetos à frente.

Celebramos em 2016 os 40 anos de sucesso da Ticket no Brasil. O meu objetivo é que tenhamos ainda mais sucesso nos próximos 40.

GILLES COCCOLI

Diretor Geral Edenred Brasil

40 ANOS TICKET

Uma rápida análise nestes 40 anos de trajetória mostra o quanto a Ticket faz parte da vida da sociedade. Sempre de forma dinâmica, acompanhando as mudanças econômicas e sociais e principalmente inovando e se reinventando para lidar com as transformações e continuar a levar soluções que trazem valor agregado para a sociedade.

Éramos no início uma empresa de um produto só. Hoje somos uma empresa com um relevante portfólio de produtos e serviços. Lutamos de forma pioneira para que um novo segmento de mercado surgisse no Brasil. Hoje ele atende 20 milhões de trabalhadores e movimenta com alta tecnologia um expressivo volume financeiro. Fomos uma boa razão para a formalização de milhares de estabelecimentos comerciais. Falávamos para a sociedade da importância da alimentação saudável para o trabalhador. Fomos um voucher de papel, e agora temos um mundo digital à nossa frente. Hoje falamos de qualidade de vida, de cultura, de transporte, de mobilidade sustentável, de controle de despesas corporativas e desenvolvimento social.

Acompanhar as mudanças ao longo do tempo não é uma tarefa fácil. Não se faz sozinho. Tem de se ter valores e propósitos de longo prazo.

Desta forma queremos destacar o nosso compromisso com o futuro. Vamos continuar a construir valor compartilhado através de nossa capacidade de inovar, da simplicidade, da performance e do espírito empreendedor.

Queremos cada vez mais ser uma empresa com capacidade de gerir relacionamentos com os diversos segmentos da sociedade. Entendemos que nossa caminhada continua a ser acompanhada de alianças e parcerias.

Para nós, a sustentabilidade faz parte do modelo de negócios. Ela está nas soluções, nos produtos, nos serviços, nos processos e em nossa performance social e ambiental.

O que se pode esperar da Ticket nos próximos anos? Uma empresa que vai trabalhar com alta produtividade, segurança e eficiência, mais próxima aos seus diversos grupos de stakeholders, entendendo melhor os interesses coletivos, atuando de forma conjunta, procurando construir ativos de valor compartilhado com clientes, usuários, estabelecimentos afiliados, colaboradores, fornecedores, sociedade, associações de classe e governo. Desta forma entregamos também valor ao acionista, que confia no país e em nossa capacidade de ultrapassar desafios.

Estaremos mais fortalecidos, com a fusão entre Ticket Car e Ecofrotas, formando a Ticket Log que trabalhará fortemente mobilidade sustentável, na integração de modais tanto para empresas como para cidadãos, em aplicações que reduzam a emissão de GEE originadas pelo transporte rodoviário, em processos eficientes de compensação e apoiando iniciativas de educação para direção segura.

O tempo muda e a Ticket muda o seu tempo, pois queremos ter as melhores soluções para a sociedade brasileira. Um compromisso para mais 40 anos.



“

A TICKET DEVE INCORPORAR DE FORMA
PERMANENTE A CURIOSIDADE E A INQUIETAÇÃO.

ASSIM TEREMOS A **CAPACIDADE DE ESTAR**

PRÓXIMOS DA SOCIEDADE E ENTENDER COMO

CRIAR VALOR COMPARTILHADO ATRAVÉS DA

NOSSA ATUAÇÃO. O EMPREENDEDORISMO

INTERNO VAI MOVIMENTAR O MODELO

DE NEGÓCIO. ”

Gilles Coccoli, Diretor Geral Edenred Brasil



“Temos o desafio de acompanhar as mudanças. Sempre fizemos isto e, muitas vezes, de forma pioneira. Está em nosso DNA.”

Alaor Aguirre, Diretor Geral Adjunto



“A fusão entre Ticket e Embratéc é uma oportunidade de agregar nossos compromissos corporativos ao tema da mobilidade sustentável. Vamos desenvolver, integrar, personalizar e compartilhar soluções inteligentes e eficientes.”

Gustavo Chicarino, Diretor Geral da Ticket Log*



“Ser uma marca reconhecida pelo conteúdo qualificado e disponível aos stakeholders. Esta é uma das formas de se ter valor agregado, e a Ticket tem este compromisso.”

Denise Coelho, Diretora Adj. de Comunicação Corporativa e Sustentabilidade



“A tecnologia vai trabalhar com personalização, integração, segurança e eficiência. Nosso modelo de portfólio de serviços nos leva a opções cada vez mais desafiadoras.”

Francisco Dionísio, Diretor de Tecnologia e Operações“



“Existe um movimento global que mostra ambientes de negócios mais colaborativos. Para o nosso segmento, esta colaboração é desejada, pois apoia a busca do valor compartilhado com diferentes stakeholders.”

Benjamin Coret, Diretor de Administração, Finanças e Jurídico



“As relações multi-stakeholders já são uma realidade. As empresas não trabalham mais sozinhas para atingir seus resultados de negócio.”

Graziela Adas, Diretora Jurídico e Relações Institucionais



“Quando olhamos as transformações já em curso e as que virão, temos que ter um paralelo em nosso capital humano. A qualificação e adequação são bases para as mudanças.”

José Ricardo Amaro, Diretor de Recursos Humanos

* Ticket Log é uma marca lançada no dia 1º de junho de 2016 pelo Grupo Edenred.

ÍNDICE



Denis Allard / REA

1.

PERFIL EMPRESARIAL

CONHEÇA O GRUPO EDENRED
E A TICKET SERVIÇOS

- P.12** Ticket Serviços Brasil
- P.12** Modelo de Negócio
- P.13** Missão e Valores
- P.14** Linha do Tempo

2.

GOVERNANÇA

CONHEÇA NOSSO MODELO
DE GESTÃO DE NEGÓCIOS

- P.19** Gestão de Riscos
- P.19** Ética e Integridade
- P.20** Customer Inside
- P.21** Movimento Ideal

3.

PÚBLICOS DE INTERESSE

CONHEÇA NOSSO MODELO
CUSTOMER INSIDE

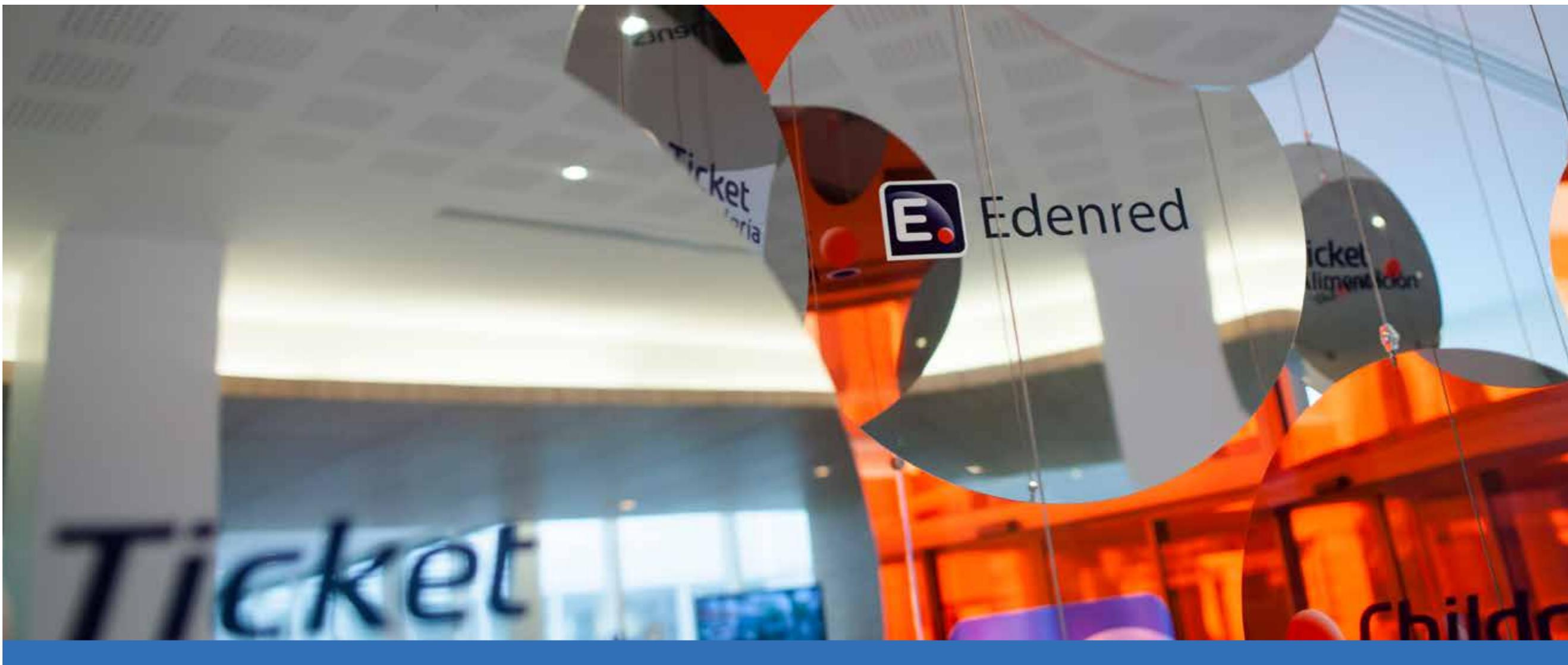
- P.23** Afiliados
- P.26** Beneficiários/usuários
- P.29** Clientes
- P.33** Governo
- P.35** Associações, Fóruns,
Organizações de Fundo
Empresarial
- P.38** Comunidade/sociedade
- P.41** Fornecedores
- P.43** Colaboradores

4.

MEIO AMBIENTE

CONHEÇA NOSSO MODELO
DE GESTÃO AMBIENTAL

- P.52** Consumo, Emissões e
Resíduos
- P.54** Sistema de Gestão
Ambiental
- P.55** Resultados



1. PERFIL EMPRESARIAL

Nós, da Ticket Serviços S/A, fazemos parte da Edenred Brasil, que por sua vez, integra o Grupo Edenred, empresa francesa líder mundial em serviços corporativos pré-pagos. O Grupo conta com 41 milhões de usuários, 660 mil empresas clientes, 1,4 milhão de estabelecimentos afiliados e 6 mil colaboradores.

O grupo adota uma visão clara sobre a sua sustentabilidade empresarial, procurando impactos positivos na sua operação e na operação de clientes e usuários. Nossos serviços ajudam nessa missão, mantendo os processos prioritariamente digitais e auxiliando clientes no controle de frotas, colaborando para a redução do volume de emissões e na busca por melhores condições sociais do trabalhador brasileiro com serviços de gestão de benefícios.

NOSSOS NÚMEROS NO MUNDO

GLOBAL

2014

€ 17,7 bi

Cartões pré-pagos emitidos

↑ 12,0%

Crescimento de emissões de cartões

€ 1 bi

Lucro total

↑ 8,3%

Crescimento do Lucro Total

2015

€ 18,2 bi

Cartões pré-pagos emitidos

↑ 8,70%

Crescimento de emissões de cartões

€ 1 bi

Lucro total

↑ 6,40%

Crescimento do Lucro Total

No Brasil, o Grupo Edenred é detentor das marcas: Ticket Serviços S/A; Accentiv´ Mimética, agência de marketing de relacionamento; e Repom, empresa líder de mercado em gerenciamento de frete terrestre, da qual a Edenred detém 51% do controle acionário.

EMPLOYEE BENEFITS

 **Ticket Restaurante**[®]

 **Ticket Transporte**[®]

 **Ticket Alimentação**[®]

 **Ticket Cultura**[®]

EXPENSE MANAGEMENT

 **Ticket Car**[®]

 **Repom**

INCENTIVE & REWARDS

 **Accentiv´ Mimética**[®]

TICKET SERVIÇOS BRASIL

Estamos no Brasil desde maio de 1976, data que marca a introdução do Ticket Restaurante no País, na época nas mãos da empresa Jacques Borel Internacional. Foi com a introdução desse produto que o Brasil passou a trabalhar com o conceito de convênio para aquisição de refeições em horário comercial.

Hoje, quase 40 anos depois, o nome Ticket já é tão tradicional no mercado brasileiro que virou uma metonímia, quando a marca passa a ser usada para identificar o produto.

Hoje, trabalhamos no Brasil com um amplo portfólio de produtos e serviços, tendo como principais marcas: Ticket Restaurante®, Ticket Alimentação®, Ticket Transporte®, Ticket Cultura® e Ticket Car®. Em 2015 alcançamos a marca de 70 mil empresas clientes, que traduzem em 5 milhões de usuários finais que utilizam uma rede de mais de 320 mil estabelecimentos credenciados em 4,8 mil municípios brasileiros.

MODELO DE NEGÓCIO TICKET

Nosso modelo de negócio provém soluções que promovem transações entre partes interessadas e potencializa a gestão mais eficiente e sustentável por meio da tecnologia. Este modelo possui variações para cada perfil de produto, mas em sua essência, agregamos valor às transações entre nossos parceiros comerciais e os usuários, por meio de uma prestação de serviços simples e eficiente.

UM MODELO GANHA-GANHA



Nossa missão, valores e ambição estão alinhados ao do Grupo Edenred, de forma que mantemos uma filosofia empresarial consolidada que se baseia em um conjunto de diretrizes corporativas:

MISSÃO

A Edenred, criadora do Ticket Restaurante em papel e líder mundial em serviços corporativos pré-pagos, customiza e gerencia soluções que geram eficiência para as organizações e poder de compra para os trabalhadores. As soluções da Edenred garantem que os créditos sejam utilizados como pretendido.

Todos os dias, mais de 42 milhões de pessoas ao redor do mundo usam nossas soluções para adquirir:

- alimentação; - gestão;
- transporte; - cultura;
- e muito mais!

VALORES

INOVAÇÃO

Nossa capacidade para inovar nos permite imaginar formas criativas de conquistar novos mercados. Nos permite entregar nossa incomparável assinatura de qualidade nos serviços para nossos públicos.

PERFORMANCE

É a chave para o nosso sucesso, e está no coração de nossas expectativas. Tanto individualmente quanto em grupo, nossos colaboradores são os principais embaixadores deste valor.

COMPARTILHAMENTO

Nosso senso de compartilhamento significa que, todos os dias, em nossas

operações, nós demonstramos respeito mútuo, preocupação com os demais e generosidade. Estas práticas são encorajadas pela nossa organização em rede.

SIMPLICIDADE

Simplicidade está integrada em todas as nossas soluções. O relacionamento com nossos públicos de interesse são naturais, diretos e amigáveis.

ESPÍRITO EMPREENDEDOR

Nosso espírito empreendedor direciona nosso crescimento, estimula nossa alma pioneira nos novos países onde queremos atuar e as soluções que nós melhoramos continuamente, e fortalece nosso destaque local.

AMBIÇÃO

gerar um crescimento robusto e sustentável e ser referência para nossos clientes.

SUSTENTABILIDADE

Compromissos socioambientais (Alimentação Saudável, Performance Ambiental, Mobilidade Sustentável e Desenvolvimento Social) formalizados no Movimento Ideal para criar valor compartilhado entre o modelo de negócio e a sociedade.

Gilles ROLLE / REA



PhotoAlto



Eve Agency



CONHEÇA A HISTÓRIA DA TICKET



■ No Brasil e no Mundo
■ Na Edenred e Ticket Brasil

1976

No Brasil a urbanização da sociedade se intensifica e mais e mais pessoas almoçam fora de casa. No mundo ainda se percebem os ecos da Conferência de Estocolmo, a primeira grande conferência focada nas questões ambientais do planeta.

Criado no Brasil, o Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT) tem a proposta de subsidiar a alimentação por meio de incentivos fiscais ao empregador.

Ticket chega ao Brasil e introduz no País o conceito europeu de convênio para aquisição de refeições em horário comercial com o Ticket Restaurante, primeiro parceiro do Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT).

1987

É lançado o Relatório Brutland, que propõe o conceito de desenvolvimento sustentável.

Ampliação dos negócios no Brasil, com novas aquisições na área de incentivo.

1991

No Rio, começam os preparativos para a Eco 92 onde 108 países vão discutir o que fazer para manter a vida na terra.

Criação do Ticket Alimentação, que permite a aquisição de alimentos com liberdade de escolha em ampla rede de supermercados.



1997

Lançamento da marca Accor no Brasil, com atuação em três segmentos: alimentação e restaurantes; hotelaria; produtividade e incentivos.

1999

Lançada a variação Ticket Alimentação de Natal, que representa uma opção de benefício ao trabalhador para as tradicionais cestas de fim de ano.



1983

O Brasil passa por períodos de alta inflação e estagnação econômica, que dificulta avanços sociais.

Aquisição da empresa Jacques Borel pela NHT (Grupo Novotel), originando o Grupo Accor, líder europeu de hotelaria, turismo e serviços.

1990

A hiperinflação econômica domina o Brasil e impulsiona os avanços tecnológicos do sistema financeiro brasileiro.

Lançamento do Ticket Combustível, precursor do Ticket Car, linha de produtos voltada à gestão de despesas de veículos de frotas empresariais.

1994

Plano Real começa a trazer estabilidade para a moeda local e para a inflação no Brasil.

1998

Criação do Instituto Ethos de Responsabilidade Social, que dissemina os conceitos e práticas de cidadania e amplia o debate sobre o papel e potencial de transformação do setor privado, sobre as questões de desenvolvimento social e ambiental.

Impulsionando o desenvolvimento dos meios eletrônicos de pagamento, a Ticket oferece ao mercado o Ticket Alimentação em cartão. Primeiro cartão com chip do país, o Ticket Car revoluciona o gerenciamento de despesas com veículos nas empresas.

1993

O Ticket Transporte é o primeiro serviço empresarial a oferecer aquisição, separação, envelopamento e entrega de vale-transporte.



CONHEÇA A HISTÓRIA DA TICKET

 No Brasil e no Mundo
 Na Edenred e Ticket Brasil

2002

Criação do conceito e da área de Responsabilidade Social da Ticket.

2006

Aprovada Lei de Proteção da Mata Atlântica.

2007

Lançamento do Iphone e criação do ICMBio - Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade.

Lançado o voucher de papel reciclado pela Ticket e a Semana Ticket Cultura.

2004

Crescimento das políticas sociais no Brasil.

Lançamento do Ticket Express, plataforma de autoatendimento online para compra pré-paga de benefícios, pioneira no mercado.

Lançamento do Ticket Restaurante Eletrônico e criação do Instituto Accor.

2009

Participação da Ticket na Empresas pelo Clima (EPC) – plataforma empresarial da FGV que mobiliza e articula lideranças empresariais para a gestão e redução das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), gestão de riscos climáticos e a proposição de políticas públicas e incentivos positivos no contexto das mudanças climáticas.

2010

Nasce o Grupo Edenred a partir da separação das operações Ticket e Accor.

Ticket Car Carbon Control emite relatórios sobre a emissão de CO₂ a partir do consumo de combustível das frotas.

2011

Obtenção da certificação ISO 9001.



2012

Aquisição de parte acionária da REPOM.

Obtenção da certificação ISO 14001.



2013

É lançado o Ticket Cultura.

Movimentos populares começam a trabalhar temas como Mobilidade Urbana.

Painel Brasileiro de Mudanças Climáticas lança o primeiro relatório sobre alterações do clima.



2014

Seca nos principais reservatórios brasileiros leva riscos de desabastecimento de água e interrupções de energia.

Edenred no Brasil cria o Comitê de Sustentabilidade.

Iniciamos o processo de migração de um quarto da nossa base de cartões para a versão com chip. Foram 1 milhão de cartões convertidos no ano.

2015

Ampliação de iniciativas digitais como a assistente de atendimento virtual EVA e disponibilização de conteúdo para o aplicativo Waze e Apple Watch.



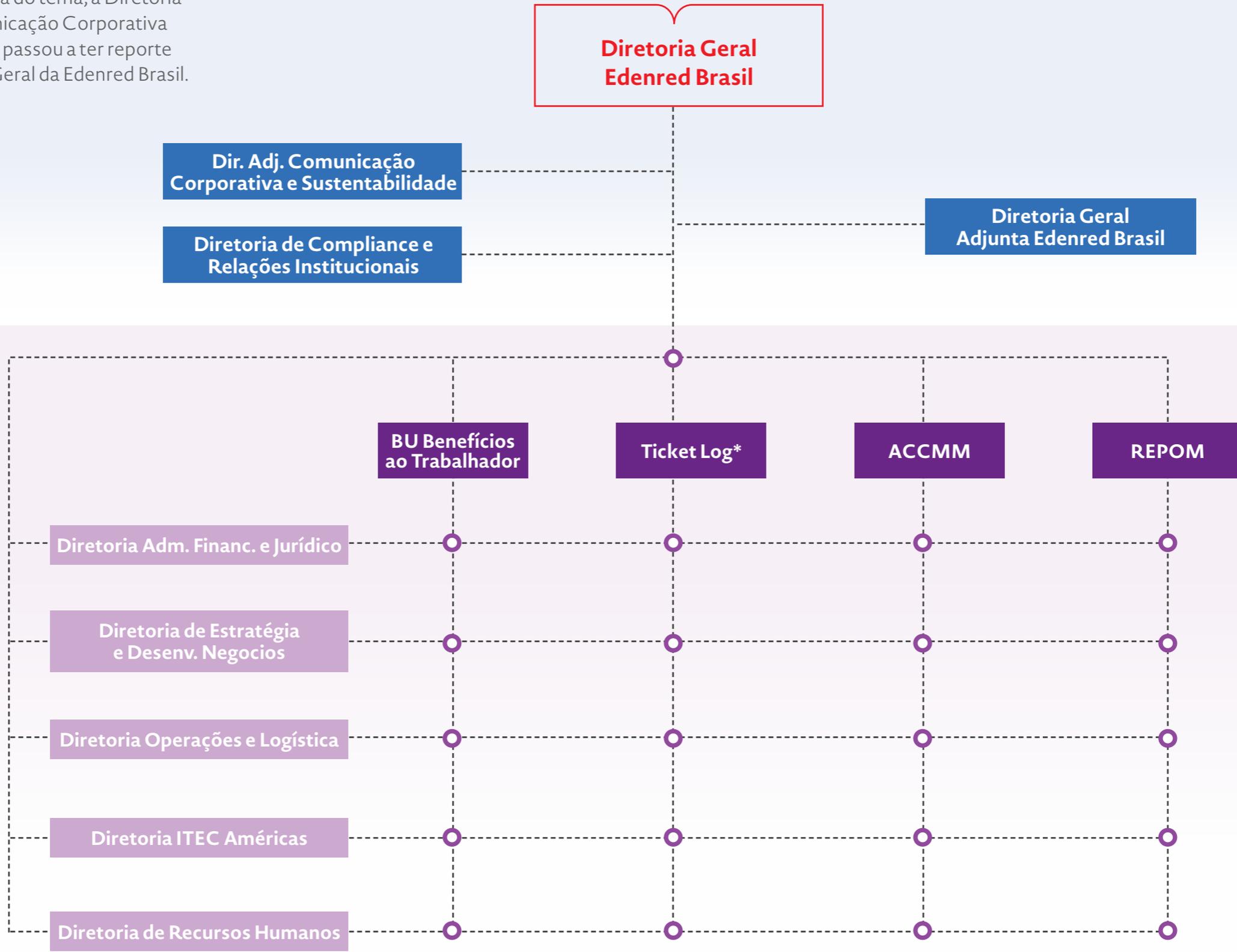


2. GOVERNANÇA

A estrutura de Governança Corporativa da Ticket foi fortalecida em 2014 a partir da consolidação do Modelo de Governança da Sustentabilidade. Com a participação direta da Alta liderança e o desafio de estabelecer uma gestão integrada e estratégica a partir da inserção do tema no modelo de negócios, foram criados o Comitê Deliberativo, Comitê de Sustentabilidade e Grupos de Trabalho. A dinâmica de trabalho foi implementada a partir do Comitê de Sustentabilidade que possui um papel disseminador

e recomendatório. A composição multidisciplinar (áreas institucionais e das unidades de negócios) enriqueceu as discussões dos Grupos de Trabalho e das iniciativas expressas no Plano Diretor de Sustentabilidade, um documento que consolida o posicionamento e compromissos da empresa com a sustentabilidade. Como um grande diferencial do modelo de governança, o Comitê de Sustentabilidade tem a missão de apresentar ao Comitê Deliberativo, formado pelo Diretor Geral e principais executivos da empresa, as propostas para deliberação.

Devido à relevância do tema, a Diretoria Adjunta de Comunicação Corporativa e Sustentabilidade passou a ter reporte direto ao Diretor Geral da Edenred Brasil.



*Ticket Log é uma marca lançada no dia 1º de junho de 2016 pelo Grupo Edenred.

COMITÊ E COMISSÕES

**SUSTENTABILIDADE**

- Orientar a elaboração do Plano Diretor de Sustentabilidade;
- Avaliar e recomendar ações em temas estratégicos de sustentabilidade empresarial;
- Engajar a Ticket nas possíveis relações entre o “Customer Inside” e o “Movimento Ideal”.

**FISCAL**

- Alinhar com a área jurídica os processos em andamento da empresa;
- Compartilhar os processos em andamento junto à Receita Federal e demais comunicações.

**RECURSOS HUMANOS**

- Analisar e discutir temas relevantes de RH, avaliar alternativas e definir planos de ação que possam minimizar os riscos empresariais;
- Manter o bom clima organizacional;
- Cuidar do capital humano da Edenred (desenvolvimento e gestão de carreira, motivação, bem-estar e produtividade).



A Ticket possui também processos de auditoria que analisam, avaliam e recomendam ações de correção para desvios.

AUDITORIA GLOBAL EDENRED INTERNA E EXTERNA

Avaliar os resultados do grupo no Brasil e as linhas estratégicas

AUDITORIA DE CLIENTES

Avaliação de nossos processos, feita por clientes e/ou prospects

AUDITORIA NBR ISO 9001

Manutenção do sistema de qualidade

AUDITORIA NBR ISO 14001

Manutenção do sistema de gestão ambiental

GESTÃO DE RISCOS

Estamos sempre olhando para nossa operação a fim de identificar possíveis riscos para o nosso negócio. Para isso, mapeamos riscos específicos com o potencial de causar impacto negativo para a empresa, a partir dos quais observamos atentamente a fim de precaver qualquer eventualidade. Avaliamos os riscos com base nas seguintes dimensões:

Riscos financeiros: Avaliamos os riscos de crédito de liquidez do negócio das operações que realizamos em nosso dia a dia. Temos modelos que permitem verificar, por exemplo, a possibilidade de uma contraparte em não honrar seus compromissos.

Riscos regulatórios: estamos sempre preocupados em estar em *compliance* com nossos reguladores. Com a entrada do Banco Central regulando o setor, uma demanda maior surge e estamos implementando diversos procedimentos e controles para o devido atendimento.

Riscos operacionais: possuímos uma estrutura dedicada para avaliação de riscos operacionais e controles internos, ambas disciplinas apoiam nossa gestão, levando em conta a complexidade de nossas operações. Esses controles levam em consideração políticas internas e externas, bem como procedimentos que são disseminados por toda a companhia, a cada novo colaborador e terceiro envolvido. Temos também áreas dedicadas que supervisionam

Temos que ter **excelência no que fazemos** e no que iremos fazer. Somos provedores de **soluções inteligentes**.

as ferramentas de monitoramento de risco como interrupções de energia e, conseqüentemente, de nossos sistemas de rede.

Com a entrada do BACEN no segmento, estamos estruturando um processo linear e recorrente de Continuidade do Negócio. Através de metodologia

específica, estamos avaliando o impacto nos negócios para prover melhores Planos de Continuidade.

Na questão de fraudes, temos também uma equipe que monitora as transações monetárias efetuadas com cartões. Tais ferramentas apontam e identificam transações e estabelecimentos suspeitos. Quando a fraude é caracterizada, temos procedimentos específicos tanto para identificação e análise dos equipamentos de captura de transação (POS) junto aos nossos parceiros quanto ao descredenciamento de estabelecimentos. Também atuamos coibindo os “desvirtuadores” de benefício, descredenciando estabelecimentos que fazem mau uso do produto.



ÉTICA E INTEGRIDADE

Mantemos nosso compromisso com a ética por meio de uma série de diretrizes que balizam nossas operações, assegurando que estamos em linha com nossos valores, mantendo sempre a observância das leis em primeiro lugar. Adotamos junto aos colaboradores nosso Código de Ética, que se apoia em três pilares:

gestão de pessoas: abrir novos horizontes para que os colaboradores desenvolvam suas competências e sua motivação;

integridade e respeito às leis: desenvolver ações com amparo legal e alinhadas aos princípios universalmente aceitos, explícitos no Pacto Global das Nações Unidas;

compromissos socioambientais: reunir esforços para aliar o desenvolvimento dos negócios à prática interna e externa de cidadania empresarial e da consciência ambiental.

Trabalhamos com um código de ética desde 2009 e estamos constantemente em contato com nossos colaboradores estimulando-os a consultarem a ferramenta. Em 2014, foi iniciado um processo de aprimoramento do seu texto e processo, e em 2015 foi criado um e-learning, que é obrigatório para todos os colaboradores. Em 2014 e 2015, a área de Compliance não identificou nenhum processo interno relacionado ao tema de corrupção e a empresa não registrou nenhuma aplicação de multas.

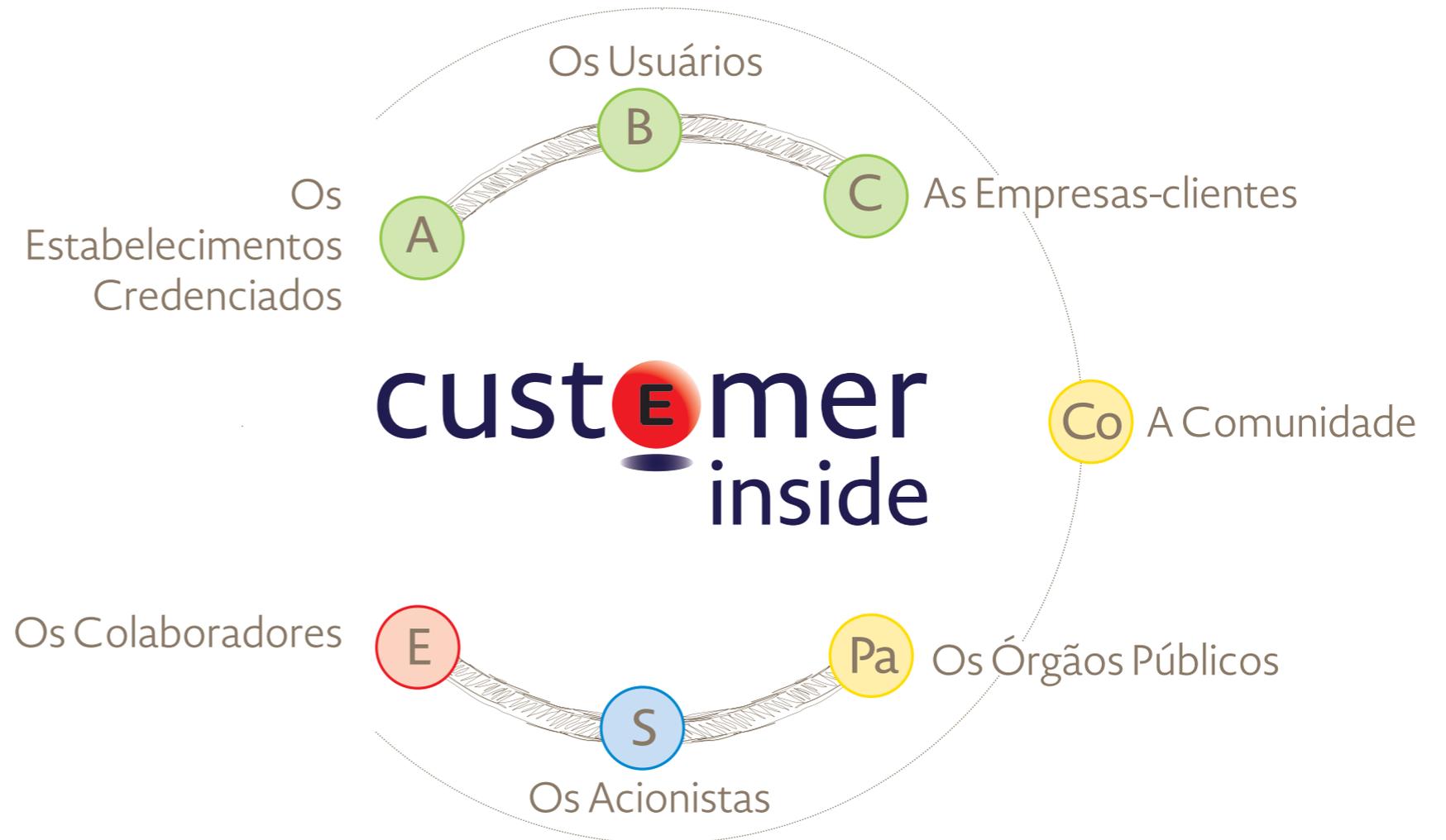
CUSTOMER INSIDE

Nossos valores e missão se evidenciam em nosso jeito de ser, traduzido no que chamamos de “Customer Inside”, uma filosofia de gestão que consiste em colocar o Customer no centro de todas as decisões e ações da Edenred, em apoio à nossa estratégia de desenvolvimento. O objetivo é adaptar as nossas ofertas e a qualidade de nossos serviços, para assim aumentar a satisfação dos nossos públicos de interesse levando-os a recomendarem a nossa marca.

Somos inquietos em nossa procura de gerar maior valor agregado e compartilhado à nossa cadeia, oferecendo soluções simples que promovam a eficiência das organizações e aumentem a produtividade, fomentando o desenvolvimento empresarial e econômico do país.

O modelo “Customer Inside” concentra nossos públicos prioritários, colocando o relacionamento entre todas as partes no centro de nossa operação.

Dialogar com as partes interessadas é uma **necessidade do modelo de negócio**. Temos de nos aperfeiçoar cada vez mais.



MOVIMENTO IDEAL

Os compromissos socioambientais da empresa estão representados no Ideal, diretriz mundial de sustentabilidade do Grupo Edenred. A partir das particularidades do nosso modelo de negócio, inicialmente foram definidos os temas de Alimentação Saudável, Performance Ambiental e Desenvolvimento Social.

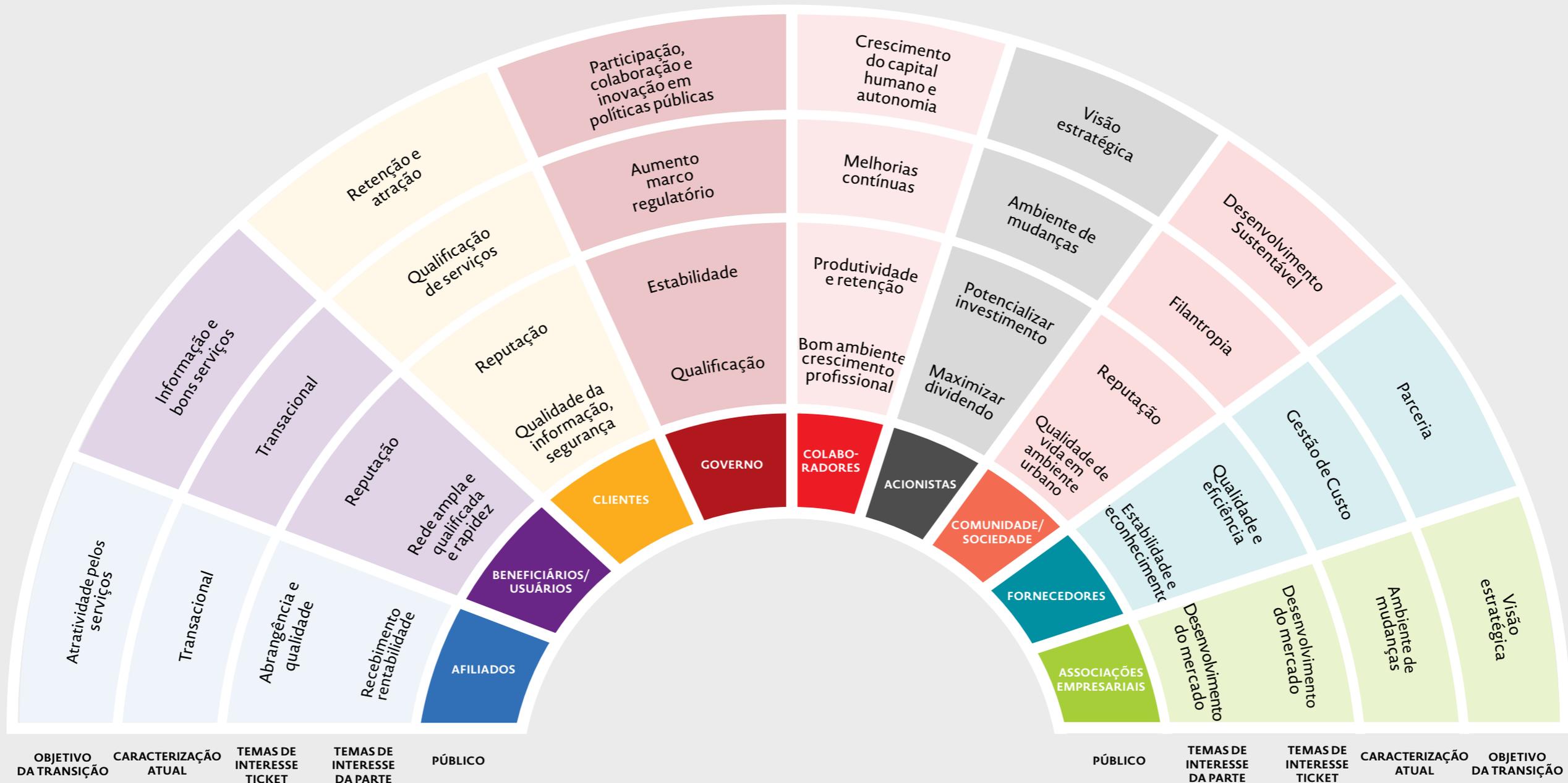
Nos últimos dois anos, realizamos encontros com nossos públicos prioritários a fim de ouvi-los e entender as suas necessidades. A partir desses encontros, estudamos formas de apresentarmos soluções eficientes com maior valor agregado. Entre os públicos contemplados estavam clientes, órgãos públicos, associações empresariais, afiliados e colaboradores. Este processo foi fundamental para a adaptação dos temas de interesse e para a criação do Movimento Ideal. Foi inserido, então, o tema da mobilidade sustentável como uma forma de consolidar nossos compromissos e iniciativas relacionadas à frota, direção eficiente e deslocamento de pessoas.

Como sustentabilidade é um valor para a Edenred, foi criado o Movimento Ideal para traduzir as crenças e compromissos da empresa, diretrizes para a gestão dos processos e projetos de forma sustentável, bem como os diferenciais atrelados aos nossos produtos e serviços a serem apresentados. O Movimento Ideal representa uma iniciativa que busca a mobilização e engajamento dos públicos de interesse (Customer Inside) para a adoção de práticas socioambientais.

Valor compartilhado é um orientador para o desenvolvimento de processos, produtos e serviços.



A partir do Customer Inside e do Ideal, estimulamos nossos colaboradores a criar propostas inspiradoras e desenvolver soluções que nos ajudem a trabalhar atendendo às expectativas de nossos públicos, sem perder de vista nosso foco em sustentabilidade, nossos valores e missão. A descrição das iniciativas da empresa nos próximos capítulos permitirá o entendimento de como os compromissos geram diferenciais para os nossos clientes, usuários, rede e a sociedade.



3. PÚBLICOS DE INTERESSE

Fundamentados no Customer Inside e no Movimento Ideal, caminhamos para cumprir nossa missão e estabelecer o relacionamento com os públicos a partir de temas de interesse e do desejo de aperfeiçoar o processo de interação com eles. A matriz representa os principais públicos da empresa, os temas de interesse de cada uma das partes e o perfil do relacionamento (atual e o desejado). Pautado neste mapeamento é que são definidas as iniciativas, programas, projetos, produtos e soluções para gerar valor compartilhado.

AFILIADOS

NOSSA REDE DE ESTABELECIMENTOS AFILIADOS É PARTE ESSENCIAL DE NOSSO MODELO DE NEGÓCIO.



Anna Zielinska / E+ / Getty Images

Por meio da grande capilaridade de estabelecimentos receptores de nossos vouchers e cartões, conseguimos oferecer maior valor agregado aos nossos clientes e usuários por meio dos nossos serviços.

Hoje, contamos com mais de 320 mil afiliados em vários segmentos. A fim de estreitarmos cada vez mais esse relacionamento e fortalecer o negócio, realizamos em 2014 e 2015, várias iniciativas de aproximação, apresentadas a seguir.



MELHOR PF DO BRASIL

PRODUTO:

Ticket Restaurante

Para valorizar, divulgar e premiar o Prato Feito, paixão entre os brasileiros e carro-chefe de inúmeros restaurantes, o prêmio apoia os pequenos e médios estabelecimentos no desenvolvimento dos seus respectivos negócios. Restaurantes, bares e padarias de todo o Brasil inscrevem as melhores receitas que devem ter custo máximo de R\$ 27,36.

Os vencedores receberam R\$ 10 mil em prêmios para investir em seus estabelecimentos, os ajudando a se desenvolver de forma sustentável, tanto estrutural quanto visualmente.

O prêmio Melhor PF reafirma o posicionamento da Ticket como promotora da gastronomia popular e parceira do trabalhador brasileiro em suas refeições diárias.

2014/2015

250 RECEITAS CADASTRADAS
3.500 VOTOS NO HOTSITE
+ DE 65.000 ACESSOS NO HOTSITE
840 MENÇÕES NA IMPRENSA



RESTAURANTE GOVINDA, BELÉM

Vatapá vegetariano com cuscuz e acarajé
**1º COLOCADO NA EDIÇÃO 2014
 DO MELHOR PF DO BRASIL**

“A participação no Melhor PF do Brasil trouxe ao Govinda enorme visibilidade na mídia, local e nacionalmente. Isto aguçou o interesse do público possibilitando considerável crescimento em nossa clientela e consequente expansão de vários outros aspectos do nosso Restaurante.”



RESTAURANTE PF BISTRÔ, SÃO PAULO

Costela bovina no melaço, cuscuz de couve flor com pimenta de bico e quiabo palha
**1º COLOCADO NA EDIÇÃO 2015
 DO MELHOR PF DO BRASIL**

“Achamos excelente participar do concurso, porque nos possibilitou conhecer de perto a cultura de outros estados, locais e pessoas, contribuindo com os conhecimentos gastronômicos”

PROGRAMA AVANTE (AFILIADOS)

O Programa Avante possui iniciativas de promoção da alimentação saudável para afiliados, clientes e usuários.

PRODUTO:

Ticket Restaurante

Desenvolvido a partir de recomendações atuais de alimentação, saúde e bem estar, a iniciativa conta com técnicas simples que agregam mudanças no comportamento.

Disponibilizamos um programa de e-learning desenvolvido para auxiliar a rede de estabelecimentos com uma ferramenta digital gratuita. São cursos dinâmicos e interativos para aprimorar o conhecimento dos seus colaboradores, com conteúdos que envolvem:

- Sugestões de ajustes e trocas inteligentes de ingredientes e preparações;
- Adequação do uso de sal, açúcar e gorduras;
- Games e vídeos educativos;
- Dicas e receitas



TICKET PARCEIRO



PRODUTOS:

Ticket Restaurante e Ticket Alimentação

Programa que permite aos estabelecimentos credenciados dos produtos Ticket Restaurante e Ticket Alimentação antecipar seus recebíveis de forma gratuita e com taxa zero, facilitando, assim, a gestão do fluxo de caixa do estabelecimento e permitindo que ele invista no negócio, antecipando o próprio recurso sem necessidade de solicitar um empréstimo.

VALOR TOTAL EMITIDO

EM 2014

R\$45,5 MILHÕES

COM **1.860** AFILIADOS ATIVOS

EM 2015

R\$72,9 MILHÕES

COM **3.768** AFILIADOS ATIVOS

SHOPPING ON-LINE

Portal de compras online para estabelecimentos participantes do Ticket Parceiro, que oferece praticidade no momento da compra, reunindo ofertas e os mais variados serviços em um único lugar, garantindo comodidade e praticidade na hora de investir e modernizar os estabelecimentos.

2014 - **R\$2,48 MILHÕES**

2015 - **R\$2,51 MILHÕES**

BENEFICIÁRIOS/ USUÁRIOS

ENTENDEMOS COMO BENEFICIÁRIOS, TODOS OS USUÁRIOS DE VOUCHERS E CARTÕES DA NOSSA CARTEIRA DE CLIENTES.



Embora a relação da empresa seja direta com o cliente, os usuários são um importante público para nós. Os produtos e serviços são desenvolvimentos para melhorar a vida dos usuários.

Oferecemos de forma simples e rápida informações relevantes e seguras para que os usuários possam acompanhar seus benefícios. Investimos nos últimos anos em novos mecanismos de acesso à informação, como o Hotsite e o Benefício Club e em 2015 implantamos a EVA (Edenred Virtual Assistant) no Portal Ticket como resultado de um projeto inovador e abrangente de inteligência artificial. A EVA tem habilidade para oferecer respostas diferentes de acordo com o perfil do usuário. É uma abordagem totalmente inovadora para promover um relacionamento interativo entre a empresa e os usuários.



PROGRAMA AVANTE (USUÁRIOS)

PRODUTOS:

Ticket Restaurante e Ticket Alimentação

O programa foi desenvolvido para promover a qualidade de vida e saúde das pessoas a partir de recomendações atuais de alimentação, saúde e bem-estar.

- Meu Perfil Alimentar: Ferramenta online, disponível sem custo, onde os usuários registram seus hábitos alimentares e recebem um relatório personalizado indicando suas necessidades nutricionais diárias e pontos de melhorias. Em 2014 e 2015, foram produzidos 2.060 relatórios;

- E-Learning: Plataforma digital que contempla cursos dinâmicos e interativos sobre qualidade de vida e bem estar;

- #AvanteFood: Consultoria alimentar via redes sociais na qual os participantes enviavam fotos do prato ou refeição e recebiam uma análise sobre sua qualidade nutricional e dicas de melhoria. Em 2015, 206 refeições foram analisadas;

- Food Truck Avante: A Ticket foi a primeira empresa do setor a lançar um food truck especializado em oferecer comidas saudáveis, mostrando que é possível ter uma alimentação saudável sem deixar de lado o prazer de comer uma receita saborosa. O food truck passou pelos principais pontos da cidade de São Paulo e Alphaville ao longo de 2015;

- Dia Mundial da Alimentação: Em comemoração à data, foi realizada uma ação na fanpage do Avante no Facebook, onde os usuários podiam tirar suas dúvidas ligadas à alimentação com a nutricionista do Avante via *live chat*. Foram realizados 35 atendimentos e tivemos um alcance de 41 mil pessoas. Em 2015, disponibilizamos um vídeo com a preparação de uma receita com o Chef do Avante, Bruno Garin. O vídeo teve 10.2 mil visualizações;

- V Festival de Gastronomia Orgânica: A proposta do Festival é fomentar, divulgar e promover toda a cadeia alimentar a partir da gastronomia orgânica, propondo novos modelos e práticas que tornam a cadeia mais sustentável, limpa e justa. Tivemos uma ação de cozinha-show com o Chef do Avante, Bruno Garin, e uma palestra com a nutricionista do Avante com o tema Alimentos Funcionais.

BENEFÍCIO CLUB

PRODUTOS: Todos

É um clube de vantagens para os mais de 5 milhões de usuários Ticket e que oferece mais de 100 descontos e promoções de mais de 70 parceiros diferentes. São sete categorias: bem-estar e saúde, cultura, cursos, gastronomia, hotéis/viagens/lazer, produtos e serviços.

APP TICKET CAR BR



PRODUTO: Ticket Car

Aplicativo que ajuda os condutores a encontrar os postos de combustível com o melhor preço, avaliar o combustível mais viável economicamente para veículos flex, salvar locais favoritos e consultar os estabelecimentos mais próximos, como postos de combustível e oficinas de manutenção, além de consultar o preço médio dos combustíveis por região geográfica. Usuários do Ticket Car também podem consultar o saldo do cartão e o extrato. O aplicativo está disponível em português, inglês e espanhol e já atingiu mais de 100.000 downloads.





Além disto, a Ticket opera canais de atendimento como:

Call Center onde são tratadas dúvidas, informações em geral, sugestões e posições sobre o extrato individual.

ATENDIMENTOS CALL CENTER	CLIENTES		AFILIADOS		USUÁRIOS		TOTAL	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
jan	62.102	59.843	15.689	15.352	130.619	143.837	208.410	219.032
fev	58.469	53.210	15.022	16.461	121.585	127.251	195.076	196.922
mar	55.717	69.975	14.032	19.063	124.631	139.713	194.380	228.751
abr	53.819	52.833	13.599	17.940	134.003	111.890	201.421	182.663
mai	56.710	52.251	14.644	17.647	139.256	111.504	210.610	181.402
jun	51.004	49.466	13.866	19.166	135.895	110.208	200.765	178.840
jul	61.852	52.374	17.413	20.827	160.211	105.171	239.206	178.372
ago	60.298	47.973	16.501	18.953	150.014	94.878	226.813	161.804
set	65.821	48.879	16.876	17.143	148.305	90.690	231.002	156.712
out	64.203	48.277	16.710	19.736	148.662	87.591	229.575	155.604
nov	58.262	46.746	15.727	18.684	152.372	78.789	226.361	144.219
dez	52.785	44.297	14.295	14.745	152.283	85.479	219.363	144.521
total	701.042	626.124	184.104	215.717	1.697.836	1.287.001	2.582.982	2.128.842
	2015/2014	2015/2014	2015/2014	2015/2014				
	-11%	17%	-24%	-18%				



Reclame Aqui onde são tratados problemas operacionais, de atendimento da rede ou de uso dos produtos.

RECLAME AQUI	CLIENTES		AFILIADOS		USUÁRIOS		TOTAL	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
jan		11		10		59	0	80
fev	5	10	20	5	20	59	45	74
mar	10	14	15	9	40	97	65	120
abr	10	13	20	5	60	71	90	89
mai	8	13	18	15	87	77	113	105
jun	7	7	13	20	65	70	85	97
jul	11	4	13	14	64	57	88	75
ago	10	3	16	23	74	67	100	93
set	12	9	9	21	69	47	90	77
out	16	5	8	20	81	40	105	65
nov	38	8	12	12	69	45	119	65
dez	19	10	6	12	74	53	99	75
total	146	107	150	166	703	742	999	1.015
	2015/2014							
	-26,5%	10%	6%	2%				

CLIENTES

NOSSA JORNADA DE TRANSFORMAÇÃO E BUSCA PELA EXCELÊNCIA EM TUDO O QUE FAZEMOS TEM, COMO PRINCÍPIO, ESTAR ALINHADO E PERTO DE NOSSOS CLIENTES



Nossos clientes são organizações públicas e privadas que adquirem nossos serviços para gerenciar os benefícios dos seus colaboradores e a gestão de despesas de suas empresas. Investimos em canais que permitam facilitar o trabalho de nossos clientes, fomentando um relacionamento simbiótico que gere um equilíbrio sustentável em nossos respectivos modelos de negócio.

Também acompanhamos de perto todos os nossos pontos de intersecção a fim de garantir que o relacionamento esteja em linha com nossos princípios e valores. A seguir, listamos as principais iniciativas para nossos clientes.

PROGRAMA AVANTE (CLIENTES)

PRODUTOS:

Ticket Restaurante e Ticket Alimentação

Desenvolvido para promover um estilo de vida saudável para os trabalhadores brasileiros, o Programa Avante traz ferramentas e serviços com recomendações atuais de alimentação, saúde e bem-estar para os colaboradores de nossos clientes.

Mapa Alimentar Empresarial

Consolida para a empresa os resultados dos perfis alimentares individuais registrados pelos colaboradores, e apresenta uma análise dos principais riscos e sugestões de ações preventivas e corretivas. Este relatório é analisado e personalizado por uma nutricionista do Avante.

São identificados:

- % de colaboradores com sobrepeso,
- Classificação das escolhas alimentares dos seus colaboradores, quando comparadas a uma alimentação saudável;
- % de colaboradores com alto consumo de sal, açúcares e gorduras saturadas;
- Sugestões de ações corretivas e preventivas.

Também é oferecido aos clientes:

Kit RH: Kit com Newsletters personalizadas para divulgação do Programa aos colaboradores, com campos editáveis e opção de colocar o logo

da empresa. E-Learning: Plataforma digital que contempla cursos dinâmicos e interativos sobre qualidade de vida e bem estar.

222 ACESSOS

1.014 USUÁRIOS FIZERAM O
MAPEAMENTO ALIMENTAR

RICARDO TOLEDO MARTINS

DIRETOR-ADJUNTO DE
ADMINISTRAÇÃO E RECURSOS
HUMANOS DA HDI SEGUROS, CLIENTE
DO PROGRAMA AVANTE.

“Entendo que nos dias de hoje, a saúde e bem-estar são assuntos destacados nas empresas. Aqui na HDI não é diferente, pois procuramos realizar ações que possam incentivar melhoria e beneficiar os nossos colaboradores. O Programa Avante apresenta uma proposta muito interessante e focada exatamente nessas ações, além de permitir flexibilidade e adaptação às necessidades da empresa. Fomos muito bem assessorados pela equipe da Ticket, o que permitiu alinharmos o processo durante o programa e atingirmos os resultados esperados.”

GESTÃO DE SALDO

PRODUTO:

Ticket Transporte

Assessoria no controle de saldo excedente do cartão Vale Transporte do colaborador, evitando o desperdício e perda de crédito para o usuário. O serviço possui configurações que ajustam a análise de acordo com a rotina de cada empresa e permite uma economia, em média, de 30% para o cliente.



CARBON CONTROL

PRODUTO: Ticket Car

Tendo como premissa a metodologia GHG Protocol, o Ticket Car Carbon Control é a ferramenta que quantifica as emissões de gases do efeito estufa, projeta quais melhorias podem ser aplicadas para redução das emissões, avalia custos ou economia na migração de gasolina para etanol e calcula investimentos para compensação do impacto gerado.



EM 2014

300

CLIENTES PARTICIPANTES

1.109RELATÓRIOS CARBON CONTROL
EMITIDOS

EM 2015

327

CLIENTES PARTICIPANTES

1.276RELATÓRIOS CARBON CONTROL
EMITIDOS

CONSULTORIA EM GESTÃO DE FROTAS



PRODUTO: Ticket Car

Ferramenta que auxilia na análise de informações da frota do cliente e direciona as decisões com base nos seus relatórios gerenciais de forma dinâmica e prática. Visões nestes relatórios permitem identificar os veículos passíveis de melhor desempenho, traçando planos de ação para reduzir o consumo e, conseqüentemente, as emissões de gases do efeito estufa.

755 CLIENTES E
9.721 RELATÓRIOS GERADOS



POSTO ARCO-ÍRIS EDWALDO NICOLI

“Não podemos analisar o Ticket Car apenas como uma administradora de cartões, e sim como uma relação de parceria, porque além da parte comercial em si, nós temos um relacionamento amplo, onde as partes se convertem no auxílio mútuo para incrementar vendas e conquistar clientes em comum, bem como manter a manutenção dos já existentes. Parceiros que somos de longa data, e pelo conhecimento de várias pessoas do corpo funcional do Ticket Car, o processo se torna mais ágil e o trabalho se completa de forma a procurar a satisfação do cliente final. O Ticket Car é especializado no que se propõe, com pessoas capacitadas que nos auxiliam de forma rápida e eficaz na busca e na concretização de negócios que agreguem valores para ambas as partes. Embora não pareça, existem trocas de experiências, conhecimentos e visões sobre determinado trabalho e de cliente fazendo a diferença, o que, certamente, agiliza e melhora os processos de manutenção e conquista de clientes num contexto geral. Ressaltamos a importância de termos o Ticket Car como parceiro e como isso ajuda na prospecção de novos negócios, acrescentando a transparência na condução dos processos de conquistas.”

BOM DIA TICKET

PRODUTOS: Todos

Palestras com relevantes analistas da conjuntura nacional como Ricardo Amorim e Arnaldo Jabor.



SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO, CURITIBA, FORTALEZA E BRASÍLIA

MAIS DE **370 PARTICIPANTES** EM 2014/2015

CARBON FREE



PRODUTO: Ticket Car

Programa Ticket Car Carbon Free é uma forma rápida, segura e econômica de compensar as emissões de GEE geradas pela frota. O que a frota emitir de GEE em um mês é compensado no mês seguinte, neutralizando continuamente o impacto dos veículos do cliente sobre o meio ambiente. Projetos de redução de emissões de GEE / Créditos de carbono são emitidos pela ONU ou pelo VCS.

DIREÇÃO EFICIENTE

PRODUTO: Ticket Car

Solução que consiste na capacitação de condutores, principalmente de transportadoras. Por meio de instrutores especializados, os profissionais são treinados para que saibam lidar com situações corriqueiras do trânsito de forma mais segura e proveitosa, utilizando a capacidade dos equipamentos de maneira consciente e econômica.

CONSULTORIA TICKET

PRODUTOS: Ticket Restaurante e Ticket Alimentação

A Consultoria Ticket é uma ferramenta que fornece dados estratégicos e auxilia na tomada de decisão dos clientes Ticket, através de análises gráficas da gestão dos benefícios. Atualmente está disponível para os clientes atendidos por gerentes de negócios, porém em breve estará disponível para todos os clientes em uma versão ainda mais moderna e completa.

TELEMETRIA TRACK-ONLINE

PRODUTO: Ticket Car

Serviço de monitoramento que atua nos custos invisíveis da operação, mostrando para a empresa as oportunidades de economia da frota.

EM 2015
50 EMPRESAS QUE REPRESENTAM
MAIS DE **2.000** VEÍCULOS



LILIANE CABRINI
COORDENADORA DE
SUSTENTABILIDADE DA NATURA,
CLIENTE TICKET CAR

“Os serviços prestados pelo Ticket Car permitem a Natura fazer a gestão do consumo e tipo de combustível de nossa frota de veículos, tanto para força de vendas quanto para os executivos da empresa, nos auxiliando na gestão do nosso compromisso público de redução das emissões de GEE.”

GOVERNO

NOSSA VISÃO É SER PARCEIRO E PROVEDOR DE SOLUÇÕES PARA POLÍTICAS PÚBLICAS SOCIAIS. ESTA FOI A ORIGEM E CONTINUA SENDO O MOTOR PARA O MODELO DE NEGÓCIO.



Temos um modelo de negócio que se apoia muito em políticas públicas. Por isso, um estreito relacionamento com os órgãos públicos é fundamental.

Essa relação tem sido mantida ao longo dos últimos 40 anos, desde a criação da Ticket Serviços no Brasil, sendo que nossos principais pontos de relacionamento são os Ministérios do Trabalho e Emprego, Ministério da Cultura, Ministério da Fazenda, Ministério do Desenvolvimento e o Banco Central do Brasil.

PROGRAMA DE ALIMENTAÇÃO DO TRABALHADOR

PRODUTOS:

Ticket Restaurante e Ticket Alimentação

Reuniões com governo, sindicatos e associações do setor para aprimorar o Programa de Alimentação do Trabalhador e o papel da empresa em sua cadeia de atuação direta.



APRIMORAMENTO DO PROGRAMA SERVIR E AVANTE PARA OBTER GANHOS DE ESCALA E REFORÇO NOS CRITÉRIOS DE CADASTRAMENTO DE AFILIADOS, CONFORME DIRETRIZES DO PROGRAMA DE ALIMENTAÇÃO DO TRABALHADOR.



PROGRAMA DE CULTURA DO TRABALHADOR

PRODUTO:

Ticket Cultura

Ativação do produto Vale Cultura conforme política pública.



LANÇAMENTO E IMPLANTAÇÃO DO PRODUTO TICKET CULTURA COM DESENVOLVIMENTO DA REDE DE AFILIADOS

ASSOCIAÇÕES, FÓRUNS, ORGANIZAÇÕES DE FUNDO EMPRESARIAL

PARCEIROS NA
CONSTRUÇÃO DE UM
SETOR EQUILIBRADO E
ADEQUADO AOS NEGÓCIOS



Procuramos nos relacionar com importantes organizações e instituições de cunho setorial a fim de acompanhar as tendências do mercado. Mantemos relacionamento com as seguintes entidades:

- **ASSERT** Associação das empresas de refeição e alimentação convênio ao trabalhador
- **AGEV** Associação de Gestão de Despesas de Veículos
- **ABERJE** Associação Brasileira de Comunicação Empresarial
- **AMCHAM** American Chamber of Commerce For Brazil – SP, DF, NE, Sul
- **CIC** Câmara de Indústria, Comércio e Serviços de Caxias do Sul - Sul
- **CDL** Câmara de Dirigentes Lojistas do Recife - Nordeste
- **CCFB** Câmara de Comércio França Brasil
- **Empresas pelo Clima (EPC)**
- **Programa GHG Protocol Brasileiro**
- **Instituto Parar**

PRÊMIO SAMUEL BENCHIMOL E BANCO DA AMAZÔNIA DE EMPREENDEDORISMO CONSCIENTE



PARCEIROS: SEBRAE, Banco Da Amazônia, Natura, Boticário

A Ticket apoiou o prêmio, que tem como principal objetivo incentivar a concepção de novas ideias para o desenvolvimento ambiental, econômico, social e tecnológico da região amazônica

200 PREMIADOS
CONTRIBUI PARA A **FORMAÇÃO DE DIVERSAS EMPRESAS**
NA REGIÃO AMAZÔNICA

PRÊMIO CELSO FURTADO DESENVOLVIMENTO REGIONAL

PARCEIROS: BRDE, Sebrae, Banco do Brasil, Banco Da Amazônia, Banco Do Nordeste, BNDES, Instituto Celso Furtado

A Ticket apoiou o prêmio, cujos objetivos são:

- Estimular o debate e a produção acadêmica sobre o desenvolvimento regional no Brasil, de modo a contribuir para a compreensão do tema e a busca de novas alternativas de intervenção no território em suas múltiplas escalas
- Identificar projetos inovadores a serem implementados no território que demonstrem potencial de transformação da realidade socioeconômica em escala macrorregional e/ou sub-regional
- Ampliar a base de discussão e implementação da Política Nacional de Desenvolvimento Regional

886 PROPONENTES FINALIZARAM A INSCRIÇÃO NAS TRÊS CATEGORIAS, NO DECORRER DAS 3 EDIÇÕES.
24 PREMIADOS

FENATRAN

Maior e mais completo evento voltado para toda a cadeia do transporte rodoviário de carga da América Latina. Além de participar com estande, o Ticket Car ainda marcou presença na Ilha do Conhecimento com palestras diárias gratuitas nos 5 dias de evento com os temas:

- A importância de KPIs para gestão de frotas;
- Como uma efetiva gestão de pneus melhora o custo do pneu e o consumo de combustível;
- Modelos de Gestão para otimizar as informações de telemetria.

CONGRESSO AIAFA

PARCEIRO: Associação Internacional de Administradores de Frotas de Automóveis (AIAFA)

O Ticket Car patrocinou, em 2014, o congresso AIAFA, que abordou o tema de Estratégias de Gestão de Combustíveis, diretamente ligada ao enfoque da sustentabilidade.

INSTITUTO PARAR

O Ticket Car patrocinou em 2015 palestras do piloto e comentarista Luciano Burti na IV Conferência Global PARAR. O evento tem como objetivo mostrar aos participantes o que há de mais moderno em gestão de frotas e cultura de segurança ao redor do mundo.

FROTAS E FRETES VERDES

O Seminário Frotas e Fretes Verdes propôs a discussão das melhores técnicas para aumentar a eficiência no uso de recursos energéticos por Frotistas e Embarcadores contratantes de frete, visando reduzir custos nos transportes de cargas e de passageiros e emissões de gases ambientalmente nocivos. O Ticket Car participou em 2015, tendo seus executivos como palestrantes.

490 PARTICIPANTES



PROGRAMA SERVIR



PARCEIROS: CNTUR - Confederação Nacional do Turismo, Associação Telecentro de Informações e Negócios - ATN

Oferecer treinamentos e capacitação à distância por meio de um programa via web gratuito para os empreendedores e colaboradores de restaurantes, bares e lanchonetes em todo o Brasil, bem como para jovens que desejam ingressar no mercado de trabalho no setor de alimentação.

MAIS DE 17 MIL PESSOAS CAPACITADAS

JOSÉ AVANDO SOUZA SALES
DIRETOR GERAL DA ASSOCIAÇÃO
TELECENTRO DE INFORMAÇÃO E
NEGÓCIO-ATN

“O programa Servir contribui, de forma significativa, para a capacitação de pequenos empreendedores do segmento de alimentação, e para a empregabilidade de uma camada expressiva de jovens que desejam trabalhar em bares, lanchonetes e restaurantes, levando conteúdos de qualidade com a certificação dos promotores do Programa (Ticket, CNTUR e ATN). São aproximadamente 17 mil pessoas capacitadas até o momento, o que atesta sua relevância para o conjunto da sociedade brasileira. Destaca-se o caráter plural do Programa, na medida em que beneficia empreendedores e jovens dos grandes centros urbanos e, também, dos mais longínquos municípios brasileiros, até então sem acesso a um programa de capacitação de qualidade comprovada.”

COMUNIDADE/ SOCIEDADE

MESMO QUE NÃO FAÇAM PARTE DIRETA DE NOSSO NEGÓCIO, A SOCIEDADE É TAMBÉM UM DE NOSSOS IMPORTANTES PÚBLICOS DE INTERESSE.



A comunidade local e a sociedade como um todo tem uma representatividade importante na história da Ticket ao longo dos 40 anos. A origem do primeiro produto (Ticket Restaurante) está alinhada aos desejos e necessidades do trabalhador brasileiro. Por meio de várias iniciativas próprias e em parceria com instituições, a Ticket sempre contribuiu para o desenvolvimento social. No período de 2014 a 2015, a empresa emvidou esforços para viabilizar o investimento social privado e para direcionar o investimento social incentivado para os temas do Ideal: cultura, alimentação, educação e capacitação profissional e assistência social.

Abaixo um resumo do montante investido no período de 2014 e 2015:



Investimento Social Privado Não Incentivado

2014	2015
R\$ 477.045,00	R\$ 317.330,00



Ações em Saúde

via incentivo fiscal (Lei do Idoso, PRONON e PRONAS)

2014	2015
R\$ 525.000,00	R\$ 1.317.000,00



Ações em Cultura

via incentivo fiscal (Lei Rouanet)

2014	2015
R\$ 3.100.756,00	R\$ 3.753.000,00



Ações para Direção Segura

2014	2015
R\$ 66.000,00	R\$ 120.000,00



Ações em Esporte

via incentivo fiscal (Lei do Esporte)

2014	2015
R\$ 705.000,00	R\$ 898.500,00



Ações para Alimentação Saudável e Qualidade de Vida

2014	2015
R\$ 150.000,00	R\$ 145.968,00



Ações em Assistência Social, Educação e Geração de Renda

via incentivo fiscal (Fundo da Criança e do Adolescente)

2014	2015
R\$ 901.270,00	R\$ 1.044.830,00

SEMANA TICKET CULTURA

A Semana Ticket Cultura é o maior evento sociocultural da empresa. Com um formato inovador, permite a acessibilidade universal a centenas de atividades culturais gratuitamente e possui uma programação baseada na Lei Rouanet. Atualmente em sua 9ª edição, beneficiou mais de um milhão de pessoas com shows musicais, espetáculos teatrais e circenses, e contação de histórias, promovendo a capacitação de professores da rede pública e a formação do público presente nas atividades.



Em 2015, o tema foi Viva a cultura! Viva a cidade! e trouxe:

- Programação infantil com contação de histórias, sessões de cinema e teatro, e SlowKids;
- Circo Zanni;
- Música e cinema ao ar livre com o SlowMovie;
- Shows de Funk Como le Gusta, Hermeto Pascoal, Bixiga 70, e Hamilton de Holanda e Stefano Bollani.

A exemplo dos anos anteriores, o evento teve grande repercussão na mídia, com 255 reportagens na grande imprensa e 40 mil curtidas na rede social Facebook. O público direto das atividades somou mais de 420 mil pessoas. O evento, que aconteceu de 05 a 15 de novembro, também contou com grande mobilização interna.



FORNECEDORES

A VISÃO DE CADEIA DE VALOR TRAZ A RELEVÂNCIA DESTE SEGMENTO. NINGUÉM FAZ NADA SOZINHO.



Nossa rede de atuação é formada por vários parceiros comerciais que viabilizam a nossa prestação de serviço, como desenvolvedores de software, processamento e armazenamento de dados, receptores de pagamento, emissores de cartão, materiais de escritório, sistemas de infraestrutura, entre outros.

Como parte do Sistema de Gestão Ambiental, possuímos um programa de qualificação de fornecedores desde 2011, buscando influenciá-los na adoção de práticas sustentáveis. Identificamos a necessidade de realizar a gestão dos fornecedores que atuam nas categorias ambientais, sejam eles contratados diretamente pela Ticket ou subcontratados por nossos fornecedores. Para o ano de 2014, estabelecemos a meta de capacitar, pelo menos, 70% de nossos fornecedores internos.

Em 2014 realizamos 18 palestras com a participação de 133 pessoas de sete diferentes empresas, capacitando 87,5% de nossos fornecedores e compartilhando nossa Política Ambiental. Em 2015, demos continuidade ao trabalho e, além dos módulos presenciais, distribuimos folders informativos. Desde então, anualmente os fornecedores continuam sendo capacitados nos seguintes temas: gerenciamento de resíduos; gerenciamento de produtos químicos; cuidados ambientais na prestação de serviços; requisitos da NBR ISO 14001; e emergência.

SISTEMA GESTÃO AMBIENTAL (ISO 14001)

PARCEIROS: Âmbito Consultoria, IBDHO Consultoria

Capacitação de fornecedores aos critérios de performance ambiental do modelo de Sistema Gestão Ambiental

258 PARTICIPANTES 2014/2015

ELAINE MOREIRA
CONSULTORIA ÂMBITO

“Ao investir no Sistema de Gestão Ambiental a Ticket demonstra sua intenção em contribuir com um mundo melhor e de relações mais sustentáveis. A Gestão em seu dia a dia, conscientiza seus colaboradores e os coloca como sujeito de deveres, plenamente capaz de atuar conforme a legislação, mas além disso, entendendo sua importância para dirimir riscos e mitigar impactos ambientais do negócio. O Selo é o reconhecimento da excelência e rigor da Gestão Ambiental da Ticket e da sua proximidade com os propósitos da Âmbito Homem e Ambiente, formar um ambiente de negócios ético que promova e reconheça valores humanos, sociais e ambientais”

CLAUDIA B.B. JENNER
IBM GLOBAL TECHNOLOGY SERVICES

“No setor de meios de pagamento e, no caso, na Ticket, uma das principais missões da IBM é prover serviços de qualidade que possibilitem manter o ambiente estável, seguro e ágil. O setor está em processo de transformação de seus negócios, modelos operacionais e fornecimento de TI para melhor responder às expectativas dos clientes, à regulamentação e ao aumento da concorrência. E as instituições financeiras devem gerir cuidadosamente o equilíbrio entre manter recursos adequados versus os custos associado a eles. Escalabilidade, resiliência e confiabilidade são essenciais para evitar interrupções nos serviços. Os ataques cibernéticos, por exemplo, são ameaças constantes para a operação e segurança das organizações. Redução de custos, aumento no desempenho, escalabilidade e contribuição para a diferenciação competitiva são a base para um fornecimento de TI de qualidade e com compromisso. A IBM tem esse compromisso de longo prazo com a Ticket e espera que essa parceria ainda tenha muitos frutos positivos para a empresa.”

COLABORADORES

NOSSO CAPITAL HUMANO É A
BASE PARA NOSSO SUCESSO.
A CURIOSIDADE E INOVAÇÃO
PARA O DIA A DIA VEM DE
UMA EQUIPE PREPARADA
PARA OS DESAFIOS.



Trabalhamos com diferentes frentes para prover para nossos colaboradores, um ambiente de trabalho agradável e rico em oportunidades de crescimento e desenvolvimento. Entendemos que a qualidade de vida é um fator fundamental para manter o bem-estar de nossa força de trabalho e, conseqüentemente, de manter a produtividade e bom ambiente de trabalho.

O período 2014 trouxe grandes desafios para a gestão dos recursos humanos da Ticket. Trabalhamos com a necessidade de redução de quadro e ao mesmo tempo engajamento e superação de nossa eficiência e produtividade.

Nos dois últimos anos, adequamos nosso quadro de colaboradores próprios e terceirizados diante das mudanças da economia no país. Lembramos que nosso modelo de negócio em parte é fortemente impactado em relação aos níveis de empregos formais e ao desempenho do PIB brasileiro. Neste sentido, reportamos neste período uma redução de 7% no quadro total da empresa, sendo uma redução de 5% nos colaboradores próprios e 38% nos colaboradores terceirizados. Ao longo do período, implantamos para nossos colaboradores, em conjunto com o Sindicato dos Empregados nas Empresas de Refeição Convênio de São Paulo, um Plano de Demissão Voluntária para este esforço de adequação.

Em relação a engajamento e produtividade, mantivemos nossa filosofia de promover um excelente local de trabalho para os colaboradores. Prova do sucesso de nossos esforços foi o fato de termos sido reconhecidos mais uma vez pelo ranking da empresa Great Place To Work (GPTW) como uma das melhores empresas para se trabalhar. Acreditamos estar no caminho certo e estamos atendendo às expectativas de um dos nossos públicos mais exigentes.

Somos pioneiros no conceito de home office e oferecemos aos nossos colaboradores da área comercial a oportunidade de trabalhar em sistema home office integral. Para isto, desenvolvemos desde 2006 políticas e regras claras, e até dicas, para que nossos profissionais cumpram as metas de trabalho aliado à uma melhor qualidade de

vida. Também, por meio de um esforço coletivo de otimização e foco na eficiência, conseguimos reduzir o número de horas extras trabalhadas, tanto em termos absolutos como relativos.

SAÚDE, QUALIDADE DE VIDA E MOTIVAÇÃO

A plataforma Viva Melhor, consolida o conjunto de benefícios legais e personalizados que oferecemos para garantir a saúde e o bem-estar dos colaboradores dentro e fora da empresa, proporcionando mais qualidade de vida. São ações que vão muito além das exigências da legislação trabalhista. Esta plataforma é conduzida pela área de Benefícios, Saúde e Motivação e conta com uma equipe dedicada ao atendimento das necessidades de saúde e qualidade de vida dos colaboradores e de seus dependentes, assim como as melhores condições de trabalho e segurança. Uma equipe multidisciplinar de saúde, médico, nutricionista, educador físico e fisioterapeuta atua em nossos dois escritórios localizados em Pinheiros e Alphaville. Em 2014, nossa equipe multidisciplinar realizou 10.784 atendimentos e em 2015 11.184.

Dentro da visão de empresa sustentável, oferecemos o Circuito Saúde com o objetivo de trabalhar de forma preventiva a saúde individual de nosso quadro funcional. Em 2014, alcançamos 413 colaboradores, e em 2015 foram 333 participantes que receberam os resultados individualizados com orientações para o devido acompanhamentos a fim de dar continuidade ao tratamento do diagnóstico.

ANDERSON GALVÃO DE SÁ SUPERVISOR OPERAÇÕES TELEMETRIA

“Sempre coloquei metas para hábitos mais saudáveis e sei o quanto é difícil alcançá-las. O programa “Ticket na Medida” foi a chave para que eu pudesse atingir estas metas, proporcionando uma melhor qualidade de vida e autoestima. O acompanhamento da equipe multidisciplinar durante todo o programa, além de ter sido fundamental para que os resultados fossem atingidos, permitiu que essas mudanças fossem transformadas em rotinas em minha vida e os resultados sejam mantidos até hoje. Hoje cuido muito mais de mim e incentivo meus amigos, familiares e colegas de trabalho a buscar o mesmo.”

DENIS SILVA ASSISTENTE DE OPERAÇÕES

“Os programas de Educação e Desenvolvimento contribuem e muito para o meu desenvolvimento, tanto pessoal quanto profissional. Através de: Palestras, Cursos e também o apoio na mensalidade da Faculdade, que foi fundamental para a conclusão da minha Graduação.”

Também é realizada a gestão do Plano de Saúde, proporcionando ações personalizadas para acompanhamento dos colaboradores:

- Gestão dos High User;
- Monitoramento de internações;
- Acompanhamento de diagnósticos e visita aos pacientes (colaboradores e dependentes) internados na emergência ou de longa permanência;
- Células de Atendimento Amil e AON.

TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

Em 2015, tivemos uma revisão do Modelo de Competências, tornando-o mais simples, alinhado às estratégias da empresa e às melhores práticas de mercado. Foram definidas cinco macro-competências: resultado; inovação; relacionamento; liderança; e autogestão. A liderança foi capacitada nesse novo modelo que possibilita o mapeamento de potenciais e o desenho do mapa sucessório das posições de liderança. Por meio desse novo modelo, 780 colaboradores foram avaliados.

Também reformulamos nosso Programa de Liderança, que tem o propósito de criar um pipeline de liderança com habilidades e capacidade para executar as estratégias, gerir e formar talentos para obter sucesso em um ambiente de negócio dinâmico e competitivo. O programa atingiu 35 líderes, entre supervisores, coordenadores e gerentes recém-promovidos ou contratados.

Na parte de incentivo à educação continuada, temos o programa Educar, que tem o objetivo de

subsidiar bolsas de graduação e pós-graduação/MBA para os colaboradores, e o programa de idiomas. Atualmente, 31 colaboradores participam do programa Educar, sendo 12 bolsas para graduação e 19 para pós-graduação/MBA, e 77 colaboradores são beneficiados por cursos de inglês, francês e espanhol.

Dentre os eventos voltados para o desenvolvimento dos colaboradores estão a Jornada de Educação, o Fórum de Inovação, e o workshop in-company sobre Protagonismo de Carreira, que tem como propósito apresentar comportamentos e ações que podem facilitar a trajetória profissional.

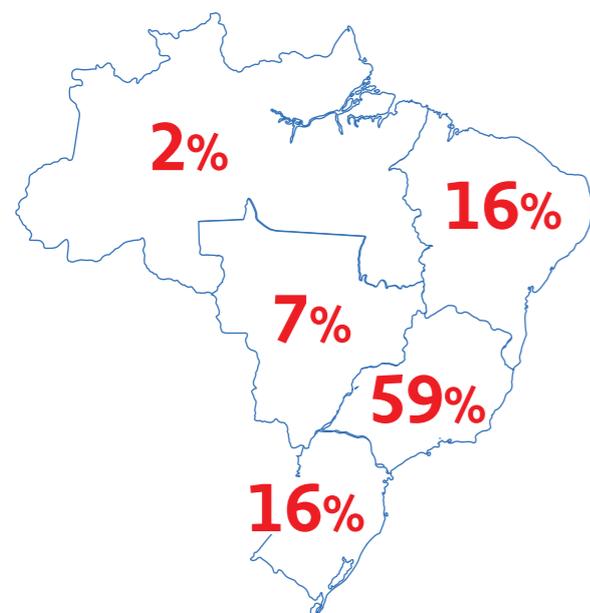
A Jornada de Educação consiste em uma semana de ciclos de palestras com renomados profissionais do mercado, com temas atrelados ao desenvolvimento das competências da Ticket. Ela ocorreu entre 13 e 16 de outubro de 2015 e contou com a participação de 385 colaboradores. Já o Fórum de Inovação possuiu o objetivo de fomentar a cultura de inovação dentro da companhia e buscou inspirar e atualizar os colaboradores por meio de palestras, debates e lançamentos de novas soluções. Ao longo de 2015 foram realizados dois fóruns, com uma participação média de 200 pessoas.



PERFIL DOS COLABORADORES

ASPECTO		2014	2015
DIVERSIDADE	Número de Estagiários	6	11
	Número de Portadores de Deficiência	6	9
	Número de Aprendizizes	5	3
	Número de Mulheres	423	390
	Número de Homens	406	397
OPORTUNIDADES	Número de mulheres em cargos de diretoria	3	3
	Número de mulheres em cargos de gerência	22	22
	Número de mulheres em cargos de coordenação	18	22
	Número de pessoas em cargos de Diretores e Alta Gerência	43	18
	Número de pessoas em cargos de Média e Baixa Gerência	38	126
DISTRIBUIÇÃO	Pessoas em outros cargos e funções	748	643
	Colaboradores com menos de 30 anos	267	259
	Colaboradores entre 31 e 50 anos	530	499
	Colaboradores acima de 51 anos	32	29
	Números de demissões	153	170
	Demissões com menos de 30 anos		66
	Demissões entre 31 e 50 anos		98
	Demissões acima de 51 anos		6
	Número de admissões	273	129
	Admitidos com menos de 30 anos		72
Admitidos entre 31 e 50 anos		57	
Admitidos acima de 51 anos		0	
Turnover com mulheres	25%	19%	
Turnover com homens	26%	14%	
Turnover com colaboradores abaixo de 31 anos	38%	27%	
Turnover com colaboradores entre 31 e 50 anos	20%	16%	
Turnover com colaboradores acima de 51 anos	28%	10%	

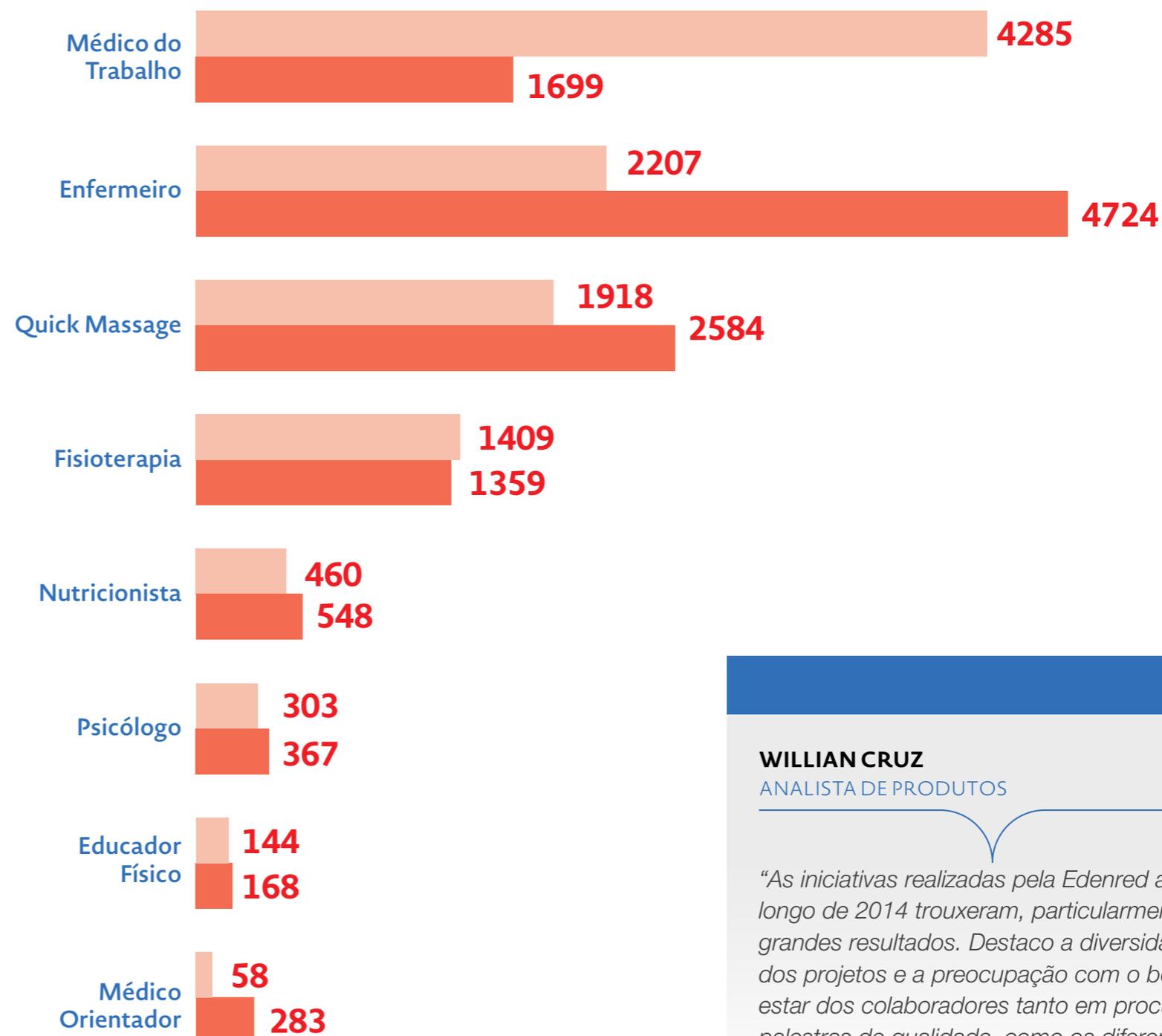
DISTRIBUIÇÃO DE HOME OFFICE POR REGIÃO



	2014	2015
TOTAL	218	222
Sul	35	37
Sudeste	129	135
Norte	5	7
Centro-Oeste	15	15
Nordeste	34	28

QUADRO DE ATENDIMENTO POR ESPECIALIDADE

2014 2015



WILLIAN CRUZ
ANALISTA DE PRODUTOS

“As iniciativas realizadas pela Edenerd ao longo de 2014 trouxeram, particularmente, grandes resultados. Destaco a diversidade dos projetos e a preocupação com o bem-estar dos colaboradores tanto em procurar palestras de qualidade, como os diferenciais do Gympass.

BENEFÍCIOS AO COLABORADOR TICKET



BENEFÍCIO REFEIÇÃO

Ticket Restaurante no valor de R\$627,00/mês.



SEGURO DE VIDA

SulAmérica.



PLANO ODONTOLÓGICO

Amil por adesão do colaborador.



BENEFÍCIO ALIMENTAÇÃO

Ticket Alimentação no valor de R\$ 400,00 mês.



AUXÍLIO FUNERAL

Extensivo a grau de parentesco direto do colaborador



VIDA SEGURA

Seguro para diagnóstico de câncer.



APOIO PSICOLÓGICO

Rede credenciada ao plano de saúde para oferecer apoio psicológico e psiquiátrico.



MEDICAMENTOS E VACINAS INFANTIS

Conforme calendário oficial do governo.



TICKET CULTURA

pode ser utilizado em cinemas, shows, teatros, circos, museus, compra de livros no valor de R\$ 50,00, sendo cumulativo e sem prazo de validade.



PLANO DE ASSISTÊNCIA MÉDICA

Amil e Unimed, com coberturas adicionais, que são exclusivas dos nossos colaboradores, como cirurgia de miopia, cirurgia plástica pós-bariátrica (abdômen e mama) e transplantes.



INCLUSÃO DE CÔNJUGE NO PLANO MÉDICO

A Ticket permite a inclusão do cônjuge, inclusive o companheiro (a) homoafetivo, como dependente do plano de assistência à saúde. Para isso, basta que o colaborador tenha condições de comprovar relação estável (no mínimo dois anos de união) por meio de documentação registrada em cartório, ou apresente a certidão de casamento.



AUXÍLIO FARMÁCIA

Os colaboradores podem realizar compras na rede credenciada em todo o Brasil, no limite de 20% de seu salário base. Os valores são descontados em folha de pagamento, em um prazo de até 40 dias para o pagamento.



FUTURA MAMÃE

Desde 2010, nossas colaboradoras têm direito à licença maternidade estendida de 6 meses.



ASSISTÊNCIA A AFASTADOS

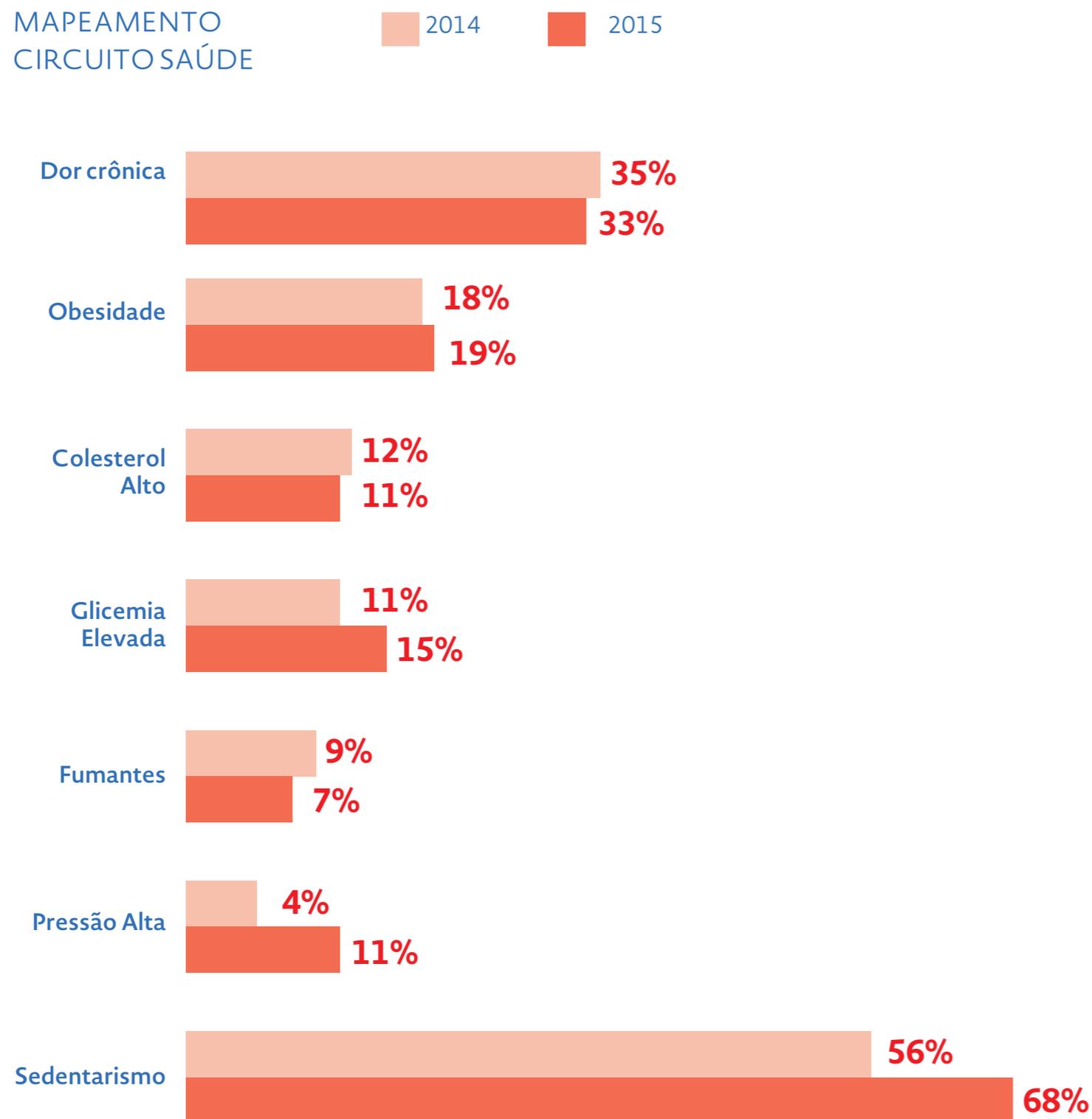
- Complemento de 100% do salário por três meses e adiantamento de 70% do salário por mais três meses, em caso de afastamento por auxílio-doença ou acidente de trabalho*.
- Crédito do valor líquido do Ticket Alimentação durante o período de afastamento**.
- Apoio financeiro ao colaborador em catástrofes ambientais***.

* O valor adiantado deverá ser devolvido mensalmente à empresa, após o início do pagamento pelo INSS.

** Colaboradores admitidos há mais de seis meses.

*** Segundo análise social e financeira e de acordo com a política específica.

MAPEAMENTO
CIRCUITO SAÚDE



AÇÕES PARA SAÚDE DO COLABORADOR

PLATAFORMA VIVA MELHOR

Circuito Saúde: a ação consiste em promover saúde através da prevenção e diagnóstico precoce. A equipe multidisciplinar é composta por Psicóloga, Nutricionista, Fisioterapeuta, Enfermeira e Educadora Física, e cada especialidade teve um papel importante para a identificação de riscos, tais como: Estresse; obesidade; hipertensão; diabetes e outras patologias relacionadas às atividades repetitivas diárias. Além disso, a novidade de 2015 foi a presença de um médico oftalmologista.

Os colaboradores puderam realizar exames de acuidade visual e deixar o check-up oftalmológico em dia. Ao todo, 333 colaboradores participaram do circuito e receberam os seus resultados individualizados com orientações e encaminhamentos personalizados para o devido acompanhamento.

Ticket na Medida: em 2015 foi realizada a segunda edição da iniciativa que tem como objetivo conscientizar os participantes sobre a importância de adquirir e manter hábitos de vida saudável e também auxiliar na redução dos fatores de riscos mapeados através do Circuito Saúde.

Jornada Viva Melhor: Esta é uma iniciativa para engajar e atualizar os colaboradores na plataforma Viva Melhor. O ponto principal é um evento com palestras diversas sobre o tema.

Programa de Combate ao Tabagismo: como comemoração ao Dia Mundial Sem Tabaco, o programa faz um diagnóstico mais individualizado. Com acompanhamento médico e psicológico, são realizados encontros para proporcionar, tratamento cognitivo comportamental, uso de terapia de reposição de nicotina, além do agendamento com fisioterapeuta e nutricionista. Dos 7 participantes, 5 aderiram ao tratamento e 3 pararam de fumar.

Alimentação Saudável: lanchonete móvel Nutricar. Circula nos andares das unidades de Alphaville e Pinheiros, vendendo alimentos saborosos e com “característica nutri”, e também no restaurante na unidade de Pinheiros, oferecendo café da manhã e almoço, a fim de proporcionar uma alimentação saudável e equilibrada todos os dias.

Campanhas: Ao longo do ano, a Plataforma Viva Melhor envolve seus colaboradores (inclusive Home Offices) e seus dependentes em diversas ações de conscientização:

- Campanha Outubro Rosa
- Campanha Novembro Azul
- Prevenção e Combate à AIDS
- Campanha Vacinação contra Gripe
- Campanha de Vacinação contra o HPV

Outubro Rosa

Campanha “Outubro Rosa – a gente tem mais é que dar um toque”, é movimento mundial de mobilização de prevenção ao Câncer de Mama. Disseminamos o conteúdo da campanha que promove a conscientização sobre o diagnóstico precoce e a necessidade de consultar o ginecologista regularmente.

Novembro Azul

Campanha com o objetivo de conscientizar sobre a importância da prevenção e do diagnóstico precoce do câncer de próstata. Divulgamos conteúdos informativos e distribuimos 1.200 “tic tac” azuis, personalizados com os laços, símbolo da campanha.

Campanhas de Vacinação

Gripe: Campanha de vacinação contra a gripe. Os colaboradores dos sites de Pinheiros, Alphaville, Accentiv’ Mimética, São Bernardo do Campo e Contax Barra Funda tomaram a vacina. A

aplicação foi realizada no próprio local de trabalho e beneficiou também filhos e cônjuges dos colaboradores. Os colaboradores que atuam em regime Home Office puderam escolher a clínica de sua preferência para receber a vacina.

HPV: a Ticket oferece às colaboradoras e dependentes a vacina contra os tipos mais sérios de HPV a um valor vantajoso, bem menor que aqueles praticados no mercado. A campanha foi direcionada para o público feminino, a partir de 9 anos, sem limite de idade.

Gym Pass e Campeonato de futebol

Engajamento para atividades contra o sedentarismo:

- O convênio com a Gym Pass permite o acesso dos colaboradores a diversas modalidades esportivas em uma rede credenciada de academias com flexibilidade de horários e locais. Oferecemos dois tipos de planos, com valores vantajosos, para que o colaborador escolha o melhor de acordo com as suas necessidades. Os dependentes, por sua vez, têm desconto de 15%.
- 4ª e 5ª edição do Torneio de Futebol com participação de 10 equipes com 12 jogadores cada uma.



HORAS EXTRAS

INDICADORES	2014	2015
Total de horas extras	42.465	13.692
Média de horas extras	51,2	13



ACIDENTES DE TRABALHO

TIPO	2014	2015
Acidentes de trabalho com afastamento	1	0
Acidentes de trabalho sem afastamento	1	0
Acidentes relacionado ao transporte de colaboradores (acidente de trajeto)	3	5
Número de mortes em acidentes	0	0



PROMOÇÕES

INDICADOR	2014	2015
Quantidade de promoções internas	149	83
Quantidade de mulheres promovidas	84	38
Quantidade de colaboradores com menos de 31 anos promovidos	66	27
Quantidade de colaboradores entre 31 e 50 anos promovidos	80	84
Quantidade de colaboradores acima de 51 anos promovidos	3	0
Quantidade de colaboradores com deficiência promovidos	0	1



TREINAMENTO

INDICADORES	2014	2015
Horas de treinamento realizadas	39.417	36.507
Horas de treinamento técnico para função	28.791	26.355
Horas de treinamento técnico em HSE	432	410
Horas de treinamento em gestão	10.194	9.742



DIVERSIDADE E OPORTUNIDADES

INDICADORES	2014	2015
Número de Estagiários	6	11
Número de Pessoas com Deficiências	6	9
Número de Aprendizizes	5	3
Número de Mulheres	423	390
Número de Homens	406	397
Número de mulheres em cargos de Diretoria	3	3
Número de mulheres em cargos de Gerência	22	22
Número de mulheres em cargos de Coordenação	18	22
Número de pessoas em cargos de Diretores e Alta Gerência	43	18
Número de pessoas em cargos de Média e Baixa Gerência	38	126
Pessoas em outros cargos e funções	748	643



4. MEIO AMBIENTE

Baseado no compromisso com a performance ambiental, a Ticket desenvolve seu Sistema de Gestão Ambiental certificado pela NBR ISO 14001, seu Inventário de Emissões de Gases do Efeito Estufa e campanhas internas de conscientização e engajamento dos colaboradores, bem como estabelece objetivos e metas ambientais, que estimulam a melhoria de processos e o aumento da performance, sempre compartilhando práticas ambientais sustentáveis com os clientes, usuários, afiliados e sociedade em geral.

No sentido de aprofundar a visão e atuação em prol das mudanças climáticas, participamos de forma voluntária, em 2014, do projeto Empresas pelo Clima (EPC GHG Protocol), uma iniciativa do World Resources Institute e do Centro de Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas, que tem como objetivo estimular a cultura corporativa para a elaboração de inventários de emissões de gases de efeito estufa (GEE), proporcionando aos participantes acesso a instrumentos e padrões de qualidade internacional.

Como resultado desta participação, podemos mensurar nossos dados ambientais desde 2011, que usamos para obter as informações necessárias para avaliar nosso impacto e mitigar, se preciso. Seguem os principais desempenhos.

CONSUMO DE ÁGUA E ENERGIA



ENERGIA Consumo em kW/h

1.606.176,10 **1.328.328,00** **-17%**
 2014 2015 diferença

O condomínio de Pinheiros, uma das unidades da Ticket, adotou medidas para reduzir o consumo de energia elétrica nas áreas comuns. As medidas foram: uso de lâmpadas led na garagem, reprogramação do chiller e ampliação do uso de sensores de presença.



ÁGUA Consumo em m³

13.309,44 **10.244,80** **-23%**
 2014 2015 diferença

Os condomínios de Pinheiros e Alphaville, na qual a Ticket ocupa alguns dos andares, adotaram medidas para reduzir o consumo de água do empreendimento. Realizou-se a instalação de válvulas redutoras de pressão nas torneiras e vasos sanitários, além de campanhas de conscientização.



RESÍDUOS

	2014	2015	Diferença
Resíduos não perigosos dispostos em aterro (domésticos e entulhos de obra)	44.904,00	19.330,00	-57%
Resíduos não perigosos reciclados / reusados (papel, papelão, plástico, etc.)	11.154,00	14.365,00	29%

A Ticket tem trabalhado para criar a consciência entre seus colaboradores e fornecedores internos. Por meio da equipe gestora do Sistema de Gestão Ambiental, busca o consumo responsável dos recursos naturais, redução e reciclagem de resíduos.

Apresentamos a seguir o quadro resumo das emissões reportadas no Inventário de Emissões de Gases do Efeito Estufa.



EMISSÕES	2014	2015	Diferença (%)
Escopo 1	91,10	303,13	233%*
Consumo de gás natural	56,44	186,93	231%
Consumo de gás refrigerante	34,66	116,20	235%
Escopo 2	363,20	258,13	-29%
Consumo de energia elétrica (gerador de energia)	8,29	8,63	4%
Consumo de energia elétrica (concessionária)	315,98	213,77	-32%
Consumo de energia elétrica - Data Center (concessionária)	38,93	35,76	-8%
Escopo 3	3.035,75	1.618,09	-47%**
Bens e serviços comprados	334,801	287,48	-14%
Viagens a negócios	806,05	811,21	-1%
Deslocamento de colaboradores	1.894,90	519,40	-73%
Biomassa	278,00	212,25	-24%**

*Aumento do uso de gás natural nos chillers e redução do uso de gás CFC. Inclusão de novas fontes não mapeadas anteriormente.

**Mudança de metodologia de cálculo.

Compensação das emissões de GEE: Desde 2010, a Ticket elabora o seu Inventário de Emissões de Gases do Efeito Estufa (GEE) e compensa as suas emissões do escopo 1 e 2 através da compra de créditos de carbono. Em 2014 e 2015, compensamos nossas emissões por meio dos projetos Cerâmicas Arrozal, Usina Salto Pilão e Cerâmica Milenium, que envolviam a troca de combustível por biomassa renovável e geração de energia renovável.

SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL

O Sistema de Gestão Ambiental (SGA) engloba as atividades administrativas realizadas nos escritórios localizados em Pinheiros e Alphaville, envolvendo o gerenciamento dos produtos da Ticket.

Para apoiar a conscientização e capacitação dos colaboradores e prestadores de serviços, foi definido um Ciclo de Workshops, com a discussão dos temas abaixo:

Apresentação do SGA para novos colaboradores;

Mapas: como entender o dia a dia das áreas e as condutas esperadas;

Política, objetivos e metas: como entender e cumprir os compromissos ambientais;

Resíduos: como separar os resíduos e promover a reciclagem;

Revisão para Auditoria: consolidado com perguntas e respostas dos principais temas abordados durante a auditoria.

Formação de Multiplicadores: para dar apoio ao SGA, a Ticket forma uma equipe de colaboradores para atuar na conscientização e engajamento. Em 2015 foram formados 36 multiplicadores que atuaram nas sedes de Pinheiros e Alphaville.

Campanhas internas: como forma de engajar e conscientizar colaboradores, a Ticket realiza campanhas e eventos em datas comemorativas.

Dia da Água

Conscientização sobre a Crise Hídrica em São Paulo – 30 colaboradores participaram e 40 dicas foram compartilhadas.

Dia da Terra

Campanha sobre desperdício de alimentos para diversos grupos de stakeholders – 17% de redução de desperdício de alimentos no restaurante interno e 2.000 pessoas impactadas pela comunicação.

QUANTIDADE PARTICIPANTES HORAS

	2014/2015		2014/2015		2014/2015	
Workshops	71	14	668	237	106	21
Quiz	3	2	335	548	-	-
Exercícios online	2	-	175	-	-	-

Dia do Meio Ambiente

Divulgação de uso consciente da água por meio de campanha.

Atendimento às auditorias internas e solicitações de clientes/prospects:

A Ticket atua com transparência nos reportes de seus resultados em sua performance socioambiental. Em 2014, ela renovou sua certificação ISO 14001, tendo 35 áreas auditadas e mais de 100 colaboradores participando. Em 2015, atendeu a 3 auditorias internas e 3 auditorias de clientes, conseguindo 100% de sucesso nos processos. Atendeu também a mais de 80 pedidos de informações por meio de questionários estruturados.

Compromissos da ISO 14001: Um dos requisitos da Norma NBR ISO 14001 é o estabelecimento de objetivos e metas ambientais, coerentes com a política ambiental e com o diagnóstico realizado nas áreas para a identificação e avaliação dos aspectos e impactos ambientais.

RESULTADOS/ ATINGIMENTO DAS METAS

2014:



Meta: Reduzir em 3% o consumo de energia (kWh) nos escritórios de Pinheiros e Alphaville, em relação à 2013.

Resultado: Redução de 0,9% em Pinheiros e aumento de 11,1% em Alphaville devido à reestruturação da empresa, que gerou aumento do quadro funcional, horas extras e utilização das unidades em finais de semana.



Meta: Reduzir em 3% o volume médio mensal de impressões e cópias, em relação a 2013, nos escritórios de Pinheiros e Alphaville.

Resultado: Aumento de 8,4% devido ao acréscimo em 40% no número de impressões e cópias na diretoria de Operações e Logísticas e na Unidade de Negócios Benefícios ao Trabalhador, que tiveram novos projetos e processos, impactando no resultado final.

Meta: Capacitar 70% dos fornecedores internos que atuam nas categorias ambientais.

Resultado: Capacitação de 87,5% dos fornecedores.

2015:



Meta: Reduzir em 1% o consumo médio mensal de energia (kWh) por colaborador alocado, em relação a 2014, nos andares privativos nos escritórios de Pinheiros e Alphaville.

Resultado: Redução de 4,7% no consumo de energia em Alphaville e 10,1% em Pinheiros.



Meta: Reduzir em 1% o volume médio mensal de impressões e cópias, em relação a 2014, nos escritórios de Pinheiros e Alphaville.

Resultado: Redução de 16,2% do volume de impressões nos escritórios.

A CONQUISTA DO SELO ÂMBITO

Em dezembro de 2014, conquistamos o Selo Prata Âmbito, certificado que atesta o cumprimento dos requisitos legais aplicáveis às atividades relacionadas ao meio ambiente e desenvolvidas nos escritórios de Alphaville e Pinheiros. O certificado é oferecido pela Âmbito, consultoria que assessora empresas na criação de uma sociedade sustentável. Na avaliação realizada em 2015, conquistamos o Selo Bronze.

Para obter o certificado, fomos submetidos à auditoria de conformidade legal entre 4 e 8 de agosto de 2014. O relatório gerado a partir dessa avaliação forneceu um diagnóstico profundo do desempenho sobre o cumprimento da legislação ambiental, além de dar recomendações corretivas e preventivas para garantir o sucesso do Sistema de Gestão Ambiental (SGA).

Os benefícios do Selo Âmbito foram:

- Atestar o cumprimento dos requisitos legais auditados;
- Garantia de maior segurança e rigor no cumprimento da legislação e na preparação para auditorias de certificação;
- Prevenção de possíveis penalizações;
- Demonstração de atendimento aos requisitos legais da ISO 14001.



CRÉDITOS

COORDENAÇÃO-GERAL: Área de Sustentabilidade:

DIRETORA ADJUNTA DE COMUNICAÇÃO

CORPORATIVA E SUSTENTABILIDADE: Denise Coelho

COORDENADORA DE SUSTENTABILIDADE: Laila Saad

APOIO NO REPORTE DE INDICADORES:

BU Benefícios ao Trabalhador

BU Gestão de Despesas

Diretoria Adj. Comunicação Corporativa e Sustentabilidade

Diretoria Administração, Finanças e Jurídico

Diretoria Operações e Logística

Diretoria Recursos Humanos

Diretoria Relações Institucionais e Compliance

SISTEMATIZAÇÃO DE DADOS

Sei Assessoria em Sustentabilidade Ltda

EDIÇÃO

Keenwork Design

MARCAS

As marcas Ticket, Ticket Restaurante, Ticket Alimentação, Ticket Transporte, Ticket Cultura, Ticket Car, Accentiv'Mimética e Repom são de propriedade da Edenred.

INFORMAÇÕES CORPORATIVAS

TICKET SERVIÇOS S.A

Av. das Nações Unidas, 7815

6º andar - Pinheiros

São Paulo - SP - Brasil

CEP 05425-070

Coordenação de sustentabilidade:

sustentabilidade-br@edenred.com





Av. das Nações Unidas, 7815

6º andar - Pinheiros

São Paulo - SP - Brasil

ticket.com.br