

# Relatório Social 2000

## Relatório Social Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos

Presidente:  
Hassan Gebrim

Diretor de Administração:  
Afrânio Rodrigues Júnior

Diretor Comercial:  
Roberval Borges Corrêa

Diretor Econômico-Financeiro:  
Gelson da Silva Mello

Diretor de Operações:  
Carlos Augusto de Lima Sena

Diretor de Recursos Humanos:  
Maurício Nagib Najar

Diretor de Tecnologia:  
Éder Augusto Pinheiro

Edifício Sede dos Correios,  
Setor Bancário Norte, conjunto 3, bloco A,  
19º andar, Brasília, DF, 70002-900

### **Compromisso com a comunidade**

A cada dia, mais e mais empresas brasileiras se apresentam à opinião pública com a prestação de contas de suas ações em favor da comunidade. Isso pode ser percebido pelo aumento significativo no número de organizações que optaram por destacar suas realizações sociais em peças editoriais independentes dos tradicionais relatórios de gestão empresarial. Essa mudança é consequência direta de um estado de coisas que, por si só, já é uma excelente notícia: cada vez mais empresas públicas e privadas se dão conta de que sua inserção na vida da comunidade ultrapassa o âmbito econômico e de que não é possível manterem-se distantes da realidade social, principalmente a de um país com necessidades tão latentes como o Brasil. Ao mesmo tempo que as organizações empresariais passam a ter as iniciativas comunitárias como parte indissociável de seus planos estratégicos anuais, cresce a consciência sobre a necessidade de que esses atos sejam transmitidos à sociedade de modo transparente e que influenciem outros empreendedores a se engajar em projetos de alcance social.

Com a edição de seu Relatório Social, a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos cumpre a obrigação de enumerar e qualificar suas ações comunitárias. No caso específico dos Correios, o vínculo com a população é parte da história da corporação em seus longos anos de prestação de serviços à sociedade. Considerada uma das instituições mais identificadas com o povo brasileiro e presente nos mais diversos pontos do país, a empresa participa de projetos em favor da comunidade com a responsabilidade de instituição pública que tem o dever de servir de instrumento para a ação social do governo federal. Mas o faz ainda como consequência do exercício da própria vocação de instituição-cidadã que compreende a responsabilidade de se mostrar atuante aos olhos dos brasileiros também por seu envolvimento comunitário. O engajamento dos Correios se mostra em diversas iniciativas. É a empresa, por exemplo, a responsável pelo transporte e distribuição em todo o país dos livros escolares do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD), parceria com o Ministério da Educação que beneficia milhões de alunos das escolas públicas. Os Correios abrem também as portas de sua rede de agências de atendimento para a prestação de serviços como o pagamento de aposentadorias e o cadastramento de participantes do programa de reforma agrária.

Os Correios colaboram ainda com programas de atendimento a crianças e projetos de capacitação profissional a adolescentes por meio do repasse de sobretaxa cobrada na venda de selos. Quando preciso, seus profissionais são chamados a participar de mutirões sociais como o projeto Carteiro Amigo, que mobilizou empregados no trabalho de esclarecimento a milhares de famílias sobre a importância do aleitamento materno como forma de diminuição da mortalidade infantil. A iniciativa valeu à empresa o prêmio TOP Social da Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil (ADVB).

Os Correios mantêm ainda sólida parceria com o esporte nacional, cujo objetivo é estimular a prática esportiva e incentivar o surgimento de novos talentos. O exemplo mais significativo dessa política é o apoio aos desportos aquáticos brasileiros, conjunto de modalidades esportivas que têm apresentado nos últimos anos importante evolução qualitativa no cenário internacional graças à cooperação oferecida pelos Correios. O incentivo à cultura também faz parte da tradição da empresa, que destina recursos ao patrocínio de projetos que espelham a riqueza e a diversidade cultural do país ou que tenham compromisso com a preservação do patrimônio artístico e histórico brasileiros. Além desses incentivos externos, os Correios se voltam também para o reconhecimento do valor de seus empregados, com a adoção de uma política moderna de benefícios sociais. Por tudo isso, os Correios sentem-se orgulhosos de poder incluir o seu nome entre os das empresas e organizações que, em seu cotidiano, conseguem unir de forma harmônica a visão estratégica para os negócios e a preocupação com a realização de trabalho social.

## **A ADMINISTRAÇÃO**

### **Instrumento de Ação Social**

Os Correios são a única instituição presente em todo o Brasil. A incomparável capilaridade constitui, em si, um fator de unidade nacional, por integrar o país por meio das comunicações. Notadamente a partir da década de 90, cresceu a capacidade de geração de resultados a partir dessa estrutura física, na mesma

medida em que a empresa sofisticou os instrumentos de administração de seus recursos disponíveis. Hoje os Correios atuam como um verdadeiro centro de inteligência logística. Nessa condição, têm sido aliados permanentes do governo federal em ações que facilitam o acesso da população a serviços públicos básicos - seja numa grande capital, seja no mais desassistido dos rincões. A cada ano, os exemplos dessa atuação social se multiplicam. A experiência mais eloqüente é a bem-sucedida parceria em prol do conhecimento que os Correios mantêm desde 1993 com o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), do Ministério da Educação. O FNDE organiza o Programa Nacional do Livro Didático (PNLD), cujo objetivo é dotar de material de estudo todas as escolas de Ensino Fundamental da rede pública. Para que os livros cheguem antes do início do ano letivo a seus destinos - espalhados numa vastidão de 8,5 milhões de km<sup>2</sup> -, o FNDE conta com a vasta experiência dos Correios em distribuição de objetos postais. Para tanto, utiliza-se da frota de veículos da empresa para o transporte dos volumes escolares.

Em 2000, os Correios abasteceram a rede de 170 mil escolas públicas de todo o território nacional com 110 milhões de livros didáticos, além de realizar a entrega de 20,2 milhões de dicionários a escolas públicas de 1<sup>a</sup> a 4<sup>a</sup> séries. Em números consolidados, foram quase 3 milhões a mais de encomendas distribuídas em relação ao PNLD de 1999. A operação, iniciada em setembro de 2000, envolveu o transporte de 30,6 mil toneladas de carga, com prazo médio de entrega inferior a 22 dias e índice de 99,9% de eficiência. Todos esses números se traduzem num fato concreto: 33 milhões de crianças e jovens brasileiros foram beneficiados, iniciando o ano letivo com material novo e de boa qualidade.

Outro acordo de cooperação, desta vez com o Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra), faz dos Correios, desde 1999, um agente facilitador das ações do Ministério do Desenvolvimento Agrário. A partir daquele ano, as agências postais passaram a atuar como postos avançados de entrega dos títulos de domínio da terra aos beneficiados pelo programa federal de reforma agrária. O Incra prevê distribuir 126 mil títulos no biênio 2000-2001. O documento - que precede a outorga definitiva da propriedade - é enviado em envelope especial para a agência mais próxima do assentamento e fica disponível para que o contemplado vá retirá-lo, sem burocracia nem complicações. As agências dos Correios também estão autorizadas a recolher o pagamento das prestações referentes à aquisição das terras.

Em novembro de 2000, nova parceria com o Incra ampliou o missão dos Correios no campo. Braço fundamental do Programa de Acesso Direto à Terra - uma tentativa de imprimir agilidade à reforma agrária brasileira e aumentar sua transparência -, as agências passaram a funcionar como postos de pré-cadastramento de interessados em participar do programa de reforma agrária. O serviço inclui a emissão e distribuição dos formulários de pré-cadastro ao público, a recepção dos formulários já preenchidos, a digitação dos dados coletados e a posterior entrega do aviso de aprovação ou reprovação aos candidatos. A expectativa do Incra é de que, até o final de 2001, as agências dos Correios terão recebido mais 800 mil inscrições.

## **PARCERIA COM O INSS**

As agências postais têm hoje importância capital também na distribuição dos benefícios do Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS). Desde o final de 1999, a introdução do cartão magnético nas operações realizadas por aposentados e pensionistas permitiu aos Correios incrementar esse tipo de atendimento, que atingiu a marca aproximada de 10 milhões de benefícios distribuídos em 2000 - volume 7% superior ao de 1999 e 12% maior do que o de 1998.

A empresa tornou-se parceira do INSS em 1992, com a missão específica de distribuir benefícios exclusivamente a comunidades afastadas dos centros urbanos e sem atendimento bancário, como em áreas ermas da Amazônia. Hoje o serviço é prestado em 1.800 cidades brasileiras, sendo que em 70% delas os beneficiários dependem exclusivamente das agências postais para receber os proventos da Previdência Social. Diferentemente da malha bancária, que se expandiu por critérios estritamente mercadológicos (portanto, excludentes), a rede física dos Correios distribuiu-se pelo território de maneira mais efetiva, de modo a atender o maior número possível de cidadãos. O dinheiro recebido por aposentados e pensionistas representa uma vital injeção de recursos para as economias de mais de metade dos municípios brasileiros. Os Correios fazem 696 mil pagamentos de benefícios por mês.

Com a informatização do sistema - em operação em 315 agências -, o beneficiário sai ganhando em praticidade. A apresentação do cartão magnético, acompanhada da digitação da senha, permite o processamento automático do pagamento. O vínculo dos Correios com iniciativas sociais do governo federal também ganha relevo quando se observa o acordo que a empresa mantém, desde 1993, com a Secretaria da Receita Federal para o desenvolvimento de um trabalho que busca facilitar aos cidadãos o registro no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) - o documento que atesta o cadastramento é pré-requisito para se fazer crediários, registrar empresas, abrir contas bancárias ou mesmo para tirar a carteira de motorista. Apenas em 2000, 5,9 milhões de pessoas procuraram as agências postais a fim de tirar seu CPF. O documento, atualmente na forma de um cartão magnético azul, é entregue na residência do contribuinte, pelos Correios.

## **CARTÃO DO CPF**

Dada a eficiência demonstrada, serviços antes exclusivamente realizados pelas delegacias da Receita - como alteração, correção e emissão de segunda via do CPF - agora também são prestados pelos Correios. Dentro de um esforço nacional para rastrear e eliminar fraudes e incorreções em seu sistema, desde 2000 a Receita Federal tem convocado contribuintes isentos ou que não apresentam declaração de imposto de renda a se recadastrarem nas agências de Correios. Embora o Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal também prestem esses serviços, os Correios são procurados por 65% dos contribuintes. Suas agências estão habilitadas a recolher os formulários de inscrição ou regularização cadastral e a enviá-los à Receita, que confere as informações, emite o número do CPF e autoriza os Correios a imprimir o cartão magnético e a remetê-lo para o contribuinte - que pode rastrear todo o trâmite da liberação do documento por meio da página da empresa na Internet.

## A face da empresa-cidadã

Analisada como uma comunidade à parte, a força de trabalho dos Correios é uma cópia fiel e em pequena escala do Brasil. Entre seus empregados e colaboradores, estão representadas todas as regiões do País, todas as classes sociais e todas as raças que compõem a rica diversidade nacional. Tal característica talvez justifique a profunda "brasilidade" da empresa, traduzida em sua plena identificação com os anseios, aflições e sonhos da população, notadamente da faixa menos favorecida. Trata-se de uma vocação solidária, manifestada tanto pelos Correios como instituição - uma das mais confiáveis do Brasil, segundo as pesquisas - quanto pelo espírito voluntário de seus empregados, sempre prontos a abraçar (ou até mesmo a criar) boas causas. Vários fatos do ano 2000 referendam essa tradição de empresa-cidadã. Um dos projetos mais significativos, o Carteiro Amigo, recebeu o reconhecimento da opinião pública pela relevância de seus objetivos - o esclarecimento sobre a importância do aleitamento materno - e pelos resultados obtidos.

Em 2000, a Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil (ADVB) entregou o prêmio TOP Social aos Correios como reconhecimento ao enorme alcance social do projeto Carteiro Amigo - Incentivo ao Aleitamento Materno. O prêmio tem como objetivo estimular ações e divulgar iniciativas de organizações que promovem o bem-estar social como parte direta e indireta da estratégia de desenvolvimento de seus negócios. O programa, realizado em parceria com o Ministério da Saúde, foi um dos 33 premiados do ano, num universo de 64 empresas inscritas de todo o país. Valendo-se da credibilidade e da inserção dos carteiros em comunidades carentes, o projeto transforma esses empregados dos Correios em multiplicadores de informação.

Devidamente treinados, eles incorporam à rotina da distribuição de correspondências a tarefa de divulgar a gestantes e mães de filhos menores dados e materiais de esclarecimento sobre a importância do aleitamento materno dos bebês - prática comprovadamente eficaz no combate à desnutrição infantil e na prevenção de doenças. Lançado pela Diretoria Regional do Ceará, o Carteiro Amigo tornou-se uma referência. Em 2000, 6 mil carteiros atuaram como agentes de conscientização popular em bairros pobres de cidades do Norte, Nordeste e Centro-Oeste do País, distribuindo 480 mil folhetos explicativos e alcançando 1 milhão de crianças e gestantes, segundo dados do Ministério da Saúde.

A visibilidade conquistada pelo Carteiro Amigo consagra uma orientação empresarial de marcar presença na vida brasileira em todos os momentos. Como, por exemplo, na festa democrática das eleições, quando os Correios oferecem desde o transporte de urnas eletrônicas até o suporte operacional para a realização do pleito em locais de difícil acesso. Ou, ainda, em projetos assistenciais de emergência a vítimas de acidentes naturais, como enchentes ou períodos prolongados de seca no Nordeste - as agências atuam como postos de recepção de doativos, entregues pelos Correios nos locais atingidos.

## **SELANDO O FUTURO**

Em tempos de globalização econômica, a cidadania pode ser entendida como um bem universal, traduzido na prática como a preocupação comum de

construir um horizonte melhor para as futuras gerações. Baseado nesse princípio, o correio norte-americano promoveu em 2000, em parceria com outras 30 administrações postais, o concurso internacional Selando o Futuro. Cada país participante organizou concurso nacional de desenho, em que crianças foram convidadas a expressar sua visão de futuro. Os vencedores tiveram seus trabalhos transformados em selos e representaram seus países no Congresso Mundial Infantil, realizado nos Estados Unidos. Em julho de 2000, quatro pequenos artistas brasileiros viajaram até Anaheim, Califórnia, em nome dos Correios, para exibir os trabalhos premiados. A renda arrecadada com a comercialização desses selos, emitidos pelos Correios em 1º de janeiro de 2000, foi destinada ao fortalecimento de programas sociais em prol da infância vinculados ao Fundo Nacional para a Criança e o Adolescente, que tem como gestor o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda). Enquanto o evento norte-americano contemplou o futuro da criança no mundo, uma iniciativa anual dos empregados dos Correios enche de esperança o presente de milhares de meninos e meninas no Brasil. O projeto Papai Noel dos Correios é um exemplo das ações de grande alcance social desenvolvidas pela empresa. Criado por iniciativa espontânea dos empregados, e atualmente sistematizado pelos Correios, o projeto mobiliza grande número de colaboradores para dar respostas às milhares de cartas endereçadas a Papai Noel, muitas vezes conseguindo atender a pedidos de presentes, angariados por meio de campanhas internas e externas. A ação é realizada em todas as Diretorias Regionais e envolve não só os empregados, mas também parceiros externos, como empresas, órgãos públicos e comunidades. Em 2000, foram recebidas em todo o Brasil mais de 32 mil cartas, tendo sido distribuídos 10.500 presentes, como brinquedos, roupas e cestas básicas. Devido ao seu caráter de solidariedade e de valorização do cidadão, o projeto Papai Noel dos Correios vem conquistando a admiração e o respeito do público, contribuindo para projetar de forma positiva a imagem institucional dos Correios. Ao longo do exercício anterior, os Correios estreitaram sua colaboração com o Conselho do Programa Comunidade Solidária, com participação em projetos sociais. A empresa atua, por exemplo, no programa Alfabetização Solidária. Em parceria firmada em 1999, disponibiliza sua estrutura logística para entregar kits de alfabetização mesmo nos locais mais remotos. Em 2000, os kits chegaram às mãos de mais 17 mil professores, beneficiando 630 mil alunos.

## **DOAÇÃO "VIRTUAL"**

A empresa foi ainda um dos 15 patrocinadores da campanha Mude o Brasil em 1 Minuto - em que, por meio de telefonema ou clique na página da Internet criada para a iniciativa, qualquer pessoa pode fazer uma doação "virtual", paga pelos patrocinadores. Os recursos levantados financiam o programa Capacitação Solidária que, até o fim de 2000, capacitou profissionalmente mais de 88 mil jovens de 15 a 21 anos de idade, oriundos de família de baixa renda. Os cursos, ministrados por organizações não-governamentais, buscam atender às necessidades regionais de mão-de-obra: as áreas vão da informática, à confecção de fantasias de carnaval (abaixo). Internamente, os Correios também desenvolvem programas de apoio à integração ao mercado de trabalho. Em 2000, 122 condenados pelo sistema judiciário se beneficiaram do

programa de apoio aos apenados, que abre vagas a presidiários que tenham pena em regime aberto ou semi-aberto. Do mesmo modo, em 2000, os Correios ofereceram a integração comunitária pela via do emprego a 1.488 portadores de necessidades especiais. A mais conhecida dessas iniciativas é o programa Correios: Educar para o Futuro, por meio do qual a empresa proporcionou a 7.239 adolescentes o primeiro contato com a experiência real de trabalho. Outra ação importante é o concurso Criança e Cidadania, que tem apoio do Programa Comunidade Solidária, do Instituto Ayrton Senna e do Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef). Crianças de todo o país são convidadas a fazer desenhos e redações sobre o tema "Cidadania". Assim como no projeto Selando o Futuro, o desenho vencedor foi transformado em selo, com uma sobretaxa destinada a programas sociais do Conanda. Até 2000, o repasse para o Conselho foi de R\$ 1,5 milhão, o correspondente à capacitação de 2.889 adolescentes. O selo Criança e Cidadania, emitido em 13 de julho de 2000 para celebrar os dez anos do Estatuto da Criança e do Adolescente, foi o resultado da segunda etapa do concurso, lançado em 1998. O concurso Criança e Cidadania e os programas Carteiro Amigo e Correios: Educar para o Futuro valeram à empresa, em 1998, o diploma Empresa Amiga da Criança, oferecido pela Fundação Abrinq pelos Direitos das Crianças - e o privilégio de usar o selo da entidade, mantido até hoje, pelas atividades realizadas em prol da crianças. Outra emissão importante, a da "Semana Nacional Antidrogas", acompanhou a campanha contra os narcóticos iniciada pelo governo federal. Também com parte da renda para projetos sociais, os tradicionais Cartões e aerogramas de Boas Festas dos Correios repetiram o sucesso de edições anteriores. Foram favorecidas a Associação de Apoio à Criança Defeituosa (AACD), a Ação Comunitária do Brasil e entidades vinculadas ao Conanda e ao Unicef.

#### Valorização do esporte

Os correios mantêm forte sintonia com o esporte nacional e é com a sua participação que novas gerações de campeões têm sido formadas a cada ano. Junto com o incentivo para o surgimento de talentos esportivos, a empresa procura fazer com que sua ação colabore para o fortalecimento da cultura e da educação esportivas na população. Da mesma forma, os Correios não se esquecem de apoiar a prática de esportes entre os seus empregados, com a organização de competições que já se tornaram referência no calendário de diversas modalidades. Hoje a marca Correios está associada a um dos maiores casos recentes de sucesso do esporte brasileiro, o fortalecimento dos desportos aquáticos do país e a conquista de importantes resultados, particularmente pela natação. Iniciado em 1991, o patrocínio da empresa à Confederação Brasileira de Desportos Aquáticos (CBDA) é um dos grandes responsáveis pelo florescimento das modalidades a ela vinculadas. Graças à parceria com os Correios, a CBDA organizou-se nacionalmente e a estrutura colocada à disposição das modalidades de natação, natação sincronizada, pólo aquático e saltos ornamentais transformou-se em uma das melhores do mundo. Esse avanço se fez sentir no aumento do número de participantes - em 1992, havia no Brasil 8 mil atletas inscritos em competições. Em 2000, o contingente já totalizava 66 mil. Anualmente, 10 mil jovens participam dos festivais de natação da CBDA e dos Correios. A evolução pode ser percebida também pelas sucessivas conquistas no cenário internacional. O Brasil possui

hoje os melhores resultados da América do Sul nas quatro modalidades. Em 2000, o destaque foi a a medalha de bronze obtida nos Jogos Olímpicos de Sydney pela equipe masculina do revezamento 4x100 metros nado livre. Além dos recursos à CBDA para a manutenção de equipes, organizações de torneios e treinamentos nos 27 estados, o patrocínio inclui apoio aos atletas de melhor colocação no ranking nacional. Iniciado em 1997, o Programa Brasil de Natação, outro projeto nascido com o apoio dos Correios, ofereceu treinamento a crianças e adolescentes com potencial para integrar futuras seleções brasileiras. Junto com os Correios, a CBDA organiza o Campeonato Nacional de Natação dos Correios, voltado a empregados e seus dependentes. Em 2000, na 9ª edição, o torneio teve a participação de 192 atletas na fase final. As etapas regionais reuniram 3.534 inscritos - a competição tem revelado talentos, como Ivi Monteiro, filha de carteiro e promessa no nado borboleta. Os cinco melhores tempos masculinos e femininos e quatro atletas entre os vencedores de cada classe e categoria são escolhidos para a seleção nacional de natação dos Correios. além de favorecer a melhoria da qualidade e do desempenho de modalidades que projetam o nome do Brasil no cenário internacional, o incentivo oferecido pelos Correios ao esporte também se mostra como um dos principais instrumentos da política de recursos humanos da empresa. Ao estimular a prática esportiva entre os empregados, com a organização de competições que envolvem todas as Diretorias Regionais, a empresa promove a integração de seus colaboradores e familiares, combinando oportunidades de lazer e de convivência social. Competição que já se tornou uma tradição na vida dos Correios, o Circuito Nacional de Corridas dos Carteiros mobiliza a cada ano, em provas de rua, milhares de atletas de todo o país. Formado por 24 etapas regionais, o circuito realiza suas disputas durante os meses de janeiro a abril. Com dez quilômetros de extensão, cada etapa inclui a participação de empregados dos Correios e de atletas de alto desempenho, muitos deles com larga experiência em competições da comunidade, nacionais e internacionais. A prova final, realizada a cada ano em uma cidade diferente, reúne atletas profissionais e os empregados vencedores das categorias masculina e feminina. Em 2000, Salvador foi escolhida para encerrar o circuito nacional. A prova contou com 580 atletas. O balanço de inscrições ao longo do ano revelou o quanto o Circuito Nacional de Corridas dos Carteiros está integrado ao cenário esportivo brasileiro. Em 2000, as provas promovidas pelos Correios tiveram a participação de 10.697 competidores, 51% a mais do que em 1999. Desse total, 2.972 eram empregados da empresa, contingente 34% superior ao registrado no ano anterior.

## **APOIO A EMPREGADOS-ATLETAS**

O estímulo dos Correios ao atletismo tem beneficiado diretamente empregados dotados de bom potencial competitivo em provas de rua. O Programa de Apoio Permanente ao Empregado (PAPE) oferece incentivo a empregados praticantes da modalidade, criando oportunidades de treinamento compatíveis com a jornada de trabalho regular. Em 2000, cerca de 40 atletas foram favorecidos pelo PAPE. Essa chance para a prática do esporte e, conseqüentemente, para a melhoria de desempenho nas competições, tem proporcionado bons resultados. Durante o ano, equipes dos Correios puderam participar de dez competições selecionadas entre as mais importantes do

calendário nacional de corridas de rua, como a Corrida de São Silvestre (SP), a Maratona de Revezamento Pão de Açúcar (SP), a Maratona Internacional de Blumenau (SC) e a Maratona de Porto Alegre (RS). Na Maratona Internacional de São Paulo, atleta dos Correios obteve o primeiro lugar na categoria 45 a 49 anos de idade. Além da realização de competições esportivas de alcance regional, os Correios promovem a disputa do seu Campeonato Nacional de Futebol de Campo, torneio que mobiliza empregados das 24 Diretorias Regionais da empresa. Promovida em quatro etapas, a competição realizada no ano 2000 teve a participação de 4.505 empregados.

#### Incentivo à Cultura

Os correios também direcionam a sua política de patrocínios para o incentivo à produção artística e às manifestações culturais brasileiras. Mais do que uma ação empresarial que se beneficia do retorno institucional gerado pelo patrocínio, o compromisso dos Correios está firmemente amparado em um princípio: o de colaborar para a democratização do acesso da população à produção cultural do país. Teatro, música, dança, artes plásticas, festas populares, literatura, manifestações folclóricas, cinema e patrimônio histórico estão entre os segmentos apoiados pela empresa, que mantém ainda uma política de promoção e incentivo de atividades culturais voltadas para o seu próprio quadro de empregados. Como forma de assegurar que a destinação de recursos alcance iniciativas de relevância cultural, os Correios adotam a regra de patrocinar projetos que tenham sido previamente aprovados por leis de incentivo. Por sua trajetória e inserção na vida nacional, os Correios procuram realizar ou apoiar iniciativas de preservação da memória e do patrimônio histórico. Uma das realizações de destaque em 2000 foi a inauguração em Salvador (BA) do Centro de Memória e Cultura dos Correios. Instalado em um edifício do século XVIII, no Pelourinho, o edifício foi cedido à empresa em 1999 pelo Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia. Além de abrigar uma agência da empresa, o prédio também se transformou em espaço para mostras temporárias de artes plásticas e exposições permanentes sobre a história dos Correios no estado. Com a inauguração, a empresa passou a contar com mais um espaço próprio voltado para a valorização da cultura - ela já mantinha em um edifício histórico no centro do Rio de Janeiro o Espaço Cultural dos Correios, um dos endereços mais importantes do cenário das artes na cidade. As comemorações dos 500 anos de Descobrimento do Brasil também mereceram atenção especial, com o apoio ao projeto Território Brasilis, de valorização dos sítios históricos do Museu Aberto do Descobrimento, em Porto Seguro (BA). Sob patrocínio dos Correios, a região recebeu sinalização em marcos históricos, monumentos e ruínas, facilitando o acesso da população. A empresa se envolveu ainda com a restauração da sede do futuro Centro de Artes e Convenções de Ouro Preto (MG), cujas instalações abrigarão eventos como convenções e feiras, além de um teatro, oficina de artes e o Museu da Siderurgia.

## **MANIFESTAÇÕES CRIATIVAS**

Os patrocínios foram destinados a manifestações criativas, cuja marca principal é a identificação com a cultura brasileira. Exemplo foi o suporte financeiro ao

projeto Cinema em Movimento, que instituiu um circuito alternativo de exibição, com sessões gratuitas em praças públicas. Outro destaque foi o apoio à realização do filme Eu, Tu, Eles, produção que se consagrou como um grande sucesso de público e crítica no Brasil e exterior. Os Correios patrocinaram ainda festas regionais, espetáculos de música popular e erudita, festivais de cinema, corais, canções, dança e de arte e cultura, além de temporadas teatrais e exposições de artes plásticas. Da mesma forma que incentiva manifestações artísticas nos mais diversos pontos do Brasil, os Correios têm sua atenção dirigida para a valorização da cultura em seu próprio ambiente organizacional, com o desenvolvimento de iniciativas que, além de promover a integração de seus profissionais e famílias, estimula o surgimento de novos talentos em diversas áreas. O maior exemplo dessa união empregado-empresa são os 26 corais mantidos nas Diretorias Regionais da empresa em todo o país. Suas freqüentes apresentações já se tornaram tradição na vida dos Correios e mais um meio de inserção da empresa no cotidiano da comunidade. Os corais se exibem durante todo o ano em lugares de grande afluxo de público, como centros comerciais, lojas de departamento e estações rodoviárias, e em locais como hospitais, creches e órgãos públicos. Mas é no mês de dezembro que a sua visibilidade aumenta e o seu envolvimento social fica mais evidente. Os corais se dedicam a fazer apresentações baseadas em repertório natalino. Em 2000, foram mais de 400 recitais, para um público estimado de 80 mil pessoas. O talento musical dos empregados foi recompensado com o lançamento pelos Correios do segundo CD dos corais, batizado de Todos os Cantos do Brasil, o mesmo nome do projeto de apresentações natalinas. Com dez peças, a obra tem sua capa assinada pelo artista plástico Elifas Andreato. A integração dos empregados também se dá por intermédio de outro projeto cultural da empresa, que realiza desde 1991 o Festival Nacional de Música dos Correios, oportunidade de surgimento de talentos. Aberto a todos os empregados e seus dependentes, o festival tem crescido em participação e importância. Em 2000, foram registradas 450 inscrições. Suas fases regionais e a grande final, realizada em Brasília, foram assistidas por mais de 10 mil pessoas.

## **TEATRO E FOLCLORE**

A diversidade cultural brasileira, com suas mais variadas formas de expressão, também inspira empregados de todo o país na montagem de espetáculos teatrais e de folclore, que são apresentados em atividades de treinamento, feiras de qualidade de vida, campanhas educativas e atos comemorativos. Existem nos Correios 15 grupos de teatro e 12 grupos folclóricos, que também se apresentam regularmente em eventos de outras empresas e em festas comunitárias. Ao promover a cultura, os Correios procuram fazer com que os benefícios de sua ação não fiquem restritos às entidades ou grupos patrocinados, mas que se espalhem pela comunidade. Caso simbólico dessa preocupação é o apoio financeiro que a empresa concede à Fundação Cultural Joinville (SC), responsável pela Escola do Teatro Bolshoi no Brasil. Graças aos recursos destinados pelos Correios, a instituição oferece 100 bolsas de estudos a alunos da rede municipal de ensino. Outras dez são dadas a filhos de empregados da empresa que demonstram talento para o balé.

## Benefícios Sociais

Um dos maiores empregadores do país, os Correios abrigaram em seu quadro fixo, em 2000, um total de 82.426 profissionais, o equivalente à população de uma pequena cidade brasileira. Até pelas características desse setor de atividade, o sucesso da empresa está fortemente vinculado à motivação e à integração de sua força de trabalho. Ciente de sua responsabilidade em relação a centenas de milhares de brasileiros (somando-se os empregados e suas famílias), os Correios mantêm uma política de investimentos consistentes em seu principal patrimônio - as pessoas. Mais do que oferecer benefícios como vale-refeição, cesta básica ou vale-transporte, o objetivo é estimular os indivíduos a buscar melhor qualidade de vida - nas relações familiares, no ambiente corporativo e na comunidade. Com uma tradição de serviços prestados, o Sistema de Assistência Médico-Hospitalar e Odontológica (SAMHO) dos Correios contabilizou, ao longo do ano, cerca de 800 mil consultas em clínicas médicas especializadas, mais de 1,6 milhão de exames e 35.655 internações. Na área de saúde bucal, mais de 245 mil tratamentos foram realizados. O elevado volume de atendimentos exige que os Correios mantenham respeitável estrutura específica: são 252 profissionais de saúde no quadro permanente da empresa, que mantêm ativos 66 ambulatórios próprios em todo o país. A rede credenciada compõe-se de cerca de 12 mil entidades de saúde, que disponibilizam os serviços de mais de 100 mil profissionais para os beneficiários vinculados ao SAMHO. As ações de saúde preventiva também marcaram o ano de 2000, proporcionando melhor qualidade de vida aos empregados e seus familiares: o Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional registrou 65 mil exames. Além das conquistas asseguradas por lei, acordos coletivos entre empresa e empregados têm permitido aos quadros dos Correios usufruir benefícios especiais. Um dos mais inovadores é o auxílio a filhos/dependentes portadores de necessidades especiais. Empregados que tenham filhos ou dependentes nessa condição podem recorrer ao benefício, que reembolsa despesas de tratamento e educação. Em 2000, o auxílio atendeu em média a 422 dependentes por mês.

## REEMBOLSO-CRECHE

Outra modalidade especial é um reembolso-creche bem mais abrangente do que o garantido pela legislação. Além de mães, a empresa inclui na lista de beneficiados os empregados solteiros e viúvos com a guarda legal dos filhos. O auxílio consiste no reembolso de despesas da criança (até sete anos de idade) em estabelecimentos de ensino privado. Em 2000, beneficiou 2.476 crianças. Trazer a informação para dentro do ambiente corporativo e disseminá-la por meio de campanhas de sensibilização é uma praxe nos Correios. Por meio de palestras e uma série de outras ações, são abordados grandes temas relativos à saúde preventiva e à qualidade de vida. A meta é que os empregados não só apliquem as lições dos especialistas no dia-a-dia, mas também repercutam esses ensinamentos em suas respectivas comunidades. A área que mais mereceu ações do gênero em 2000 foi a de saúde preventiva. Reunidos em torno do programa Valorizando a Vida, temas como vida saudável, reeducação alimentar, prevenção ao álcool, drogas, doenças sexualmente transmissíveis e Aids foram abordados em eventos que contaram com 223 mil participações. Já o programa Vida Nova (que aborda os temas preparação de menores para o

mercado de trabalho, aposentadoria, empregabilidade, integração familiar e cidadania) atingiu 43 mil empregados e dependentes.

## **CONSCIENTIZAÇÃO**

Tanto pela dimensão do quadro de pessoal quanto por sua profunda inserção social, os Correios sempre realizam no ambiente de trabalho ações de conscientização popular, incentivando a comunidade, por exemplo, a aderir à doação de sangue e de órgãos para transplante. Reconhecido como um dos principais instrumentos da política de recursos humanos da empresa, o Instituto de Seguridade Social dos Correios e Telégrafos (Postalís) assegura aos empregados perspectivas de um futuro tranqüilo. Sólido e com situação de pleno equilíbrio em suas contas, o Postalís figura como o terceiro maior fundo de pensão fechado do Brasil em número de participantes, assistidos e pensionistas. Com patrimônio de R\$ 1 bilhão, o Postalís classifica-se também como o 22º maior plano de previdência complementar do país entre outras 350 instituições de mesmo perfil. Ao longo de 2000, o Postalís e os Correios iniciaram estudos para o lançamento de um novo plano de benefícios, baseado no modelo de contribuição definida - mais moderno e que oferece tanto ao fundo quanto aos participantes maior transparência no acompanhamento das contribuições e dos resultados.