

Balanço Social 2006



Mensagem do Presidente

A telefonia móvel tem desempenhado um importante papel de transformação social no Brasil. Nossa atividade está possibilitando a inclusão digital, por meio da oferta de serviços de comunicação a pessoas que jamais tiveram acesso a um telefone ou a um microcomputador. Nosso compromisso com a sociedade brasileira, em toda a sua complexidade, traduz-se na oferta de serviços e soluções adequados a todos os perfis de Clientes, na geração de empregos, nos investimentos de longo prazo no país e no respeito ao meio ambiente.

O investimento nas pessoas tem sido fundamental para a sensível melhoria no desempenho geral da Claro ao longo de 2006. A Empresa está crescendo graças à força de seu capital humano. Acreditamos no trabalho como meio para o desenvolvimento das pessoas, especialmente no que diz respeito a valores e crenças morais. A Claro conta com um ambiente que estimula a geração de resultados para o negócio e de benefícios fundamentais para a sociedade.

O ano de 2006 marcou o esforço contínuo da Claro em atender cada vez melhor o Cliente. O respeito, a ética, a transparência e a agilidade no relacionamento são os pilares nos quais temos sustentado nossas ações para alcançarmos a meta de ser a Empresa com o melhor atendimento do Brasil.

Priorizamos, em todas as atividades, a construção de uma relação ética, solidária e responsável tanto com nossos Clientes como com nossos funcionários, fornecedores, parceiros comerciais, governo e comunidades onde atuamos. Como signatária do Pacto Global da ONU – Organização das Nações Unidas –, a Claro tem sua atuação pautada pela defesa dos direitos humanos e do trabalho, da ética e do meio ambiente.

Comprometidos com a transparência, vimos, mais uma vez, convidá-lo a conhecer, neste Balanço Social, os detalhes de como temos desempenhado nossa missão e procurado vencer os desafios, a fim de tornar o Brasil um país menos desigual, onde cada vez mais pessoas tenham oportunidade de produzir para o bem de todos.

João Cox
Presidente





Perfil do Empreendimento 7

- > Qualidade 10
- > Tecnologia 10
- > Serviços 11
- > Setor da Economia 13

A Empresa 15

- > Missão e Visão 16
- > Princípios e Valores 17
 - > Estrutura e Funcionamento 19
 - > Desenvolvimento de Pessoas 20
- > Ações de Integração e Comunicação Interna 20
 - > Gestão Estratégica ou Participativa 21
 - > Relações Sindicais 21
 - > Relações com Trabalhadores Terceirizados 22
 - > Governança Corporativa 22
 - > Diálogo com Partes Interessadas 23

A Claro e o Pacto Global 25

- > Direitos Humanos 25
- > Instituto Bola Pra Frente 26
 - > Claro no Cinema 28
 - > Cinema na Roça 28
- > Mangueira do Amanhã 29
 - > Futebol Solidário 29
 - > ABRINQ 30
 - > Núcleo Voluntário 31
 - > Relações de Trabalho 37
- > Qualificação Profissional e Contratação de Pessoas com Deficiência Física 38
- > Qualificação Profissional e Contratação de Jovens em Situação de Risco Social 39

Meio Ambiente 40

- > Rede de Acesso/Compartilhamento 40
- > Irradiação Eletromagnética 40
 - > Parcerias Ambientais 41
 - > Poluição Sonora 41
- > Programa Reciclar Claro 41

Ética 42







Além de infra-estrutura e cobertura digital com a tecnologia GSM, a Claro destaca-se por oferecer serviços diferenciados, além de manter acordos de roaming em mais de 150 países dos cinco continentes. Juntas, estas operadoras movimentam mais de 90% do tráfego mundial de ligações. A operadora também tem parcerias em cerca de 90 países para a oferta de roaming de dados.

A Claro tem o maior portfólio de celulares do mercado, com modelos para todos os perfis de clientes, incluindo aparelhos com câmera digital, MMS, MP3, internet via Wap, GPRS, EDGE, Bluetooth e Quadriband.





A Claro em 2006

O ano de 2006 foi um marco importante para a Claro. Sob o comando do presidente João Cox, à frente da Claro desde agosto do ano passado, a companhia manteve-se alinhada às estratégias do Grupo América Móvil para o Brasil: alcançar a liderança de participação de mercado e de lucratividade.

A companhia promoveu mudanças em sua estrutura de negócios e implantou um novo posicionamento para a sua marca, estabelecendo um conceito aspiracional para ela. Sob o conceito “Claro. A vida na sua mão”, a operadora inaugurou uma fase que destaca seus principais atributos: ampla cobertura, referência em tecnologia e oferta de serviços exclusivos para os seus assinantes. Foi então criado o projeto Claro A, um serviço customizado que associa a marca Claro a outras que são referências de padrão de qualidade e sofisticação, além de fornecer aparelhos celulares com serviços diferenciados e atendimento exclusivo (*Personal Mobile* e *Concierge*).

Criada no Brasil, a marca Claro foi adotada pela América Móvil em empresas de outros sete países da América Latina: Chile, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicarágua, Peru e República Dominicana.



Perfil do Empreendimento

A Claro é uma das principais operadoras de telefonia celular do Brasil. Fundada em setembro de 2003, atua nacionalmente em 21 estados e no Distrito Federal, além de estar presente em mais de 2.300 cidades, o que representa cerca de 24 milhões de clientes.

A Claro é controlada pela América Móvil, a maior operadora de telefonia móvel da América Latina e quinta no mundo, que ao fim de 2006 contava com aproximadamente 125 milhões de clientes e atuava diretamente em 15 países (Argentina, Chile, Colômbia, El Salvador, Equador, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua, Paraguai, Peru, República Dominicana e Uruguai, além do Brasil).





> Qualidade

O foco na qualidade de atendimento e de serviços já se fez notar em 2006. Em dezembro, segundo dados da Anatel, agência reguladora do setor, a Claro foi a operadora que registrou o mais baixo índice de reclamações entre as companhias de abrangência nacional: 0,1987 reclamações por mil usuários no SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente) da Anatel. No período de maio a dezembro, a média de reclamações ficou em 0,269 por mil usuários. Tais resultados fizeram a Empresa passar do quinto para o sétimo lugar no ranking de reclamações da agência, a melhor colocação entre as maiores operadoras de abrangência nacional.

A Claro tem investido fortemente na qualidade de atendimento e de serviços. Em 2006 houve a unificação de processos, melhorias no SAC, nas ferramentas internas e na infra-estrutura da rede e de sistemas.

> Tecnologia

A Claro oferece cobertura 100% digital em todo o país com tecnologia GSM, a mais utilizada no mundo e imune à clonagem. A operadora, além de ter lançado serviços de transmissão de dados via Wi-Fi, que permite acesso à web banda larga a uma velocidade de até 11 Mbps, investe constantemente na expansão de sua rede, que já nasceu com compatibilidade EDGE, serviço que trafega dados a uma velocidade de até 236 Kbps, quatro vezes superior à velocidade comumente utilizada.



> Serviços

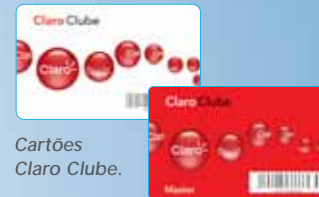
A Claro atua com foco na fidelização de seus clientes, por meio de pesquisas de satisfação, e desenvolve ações de relacionamento tendo o Claro Clube como a sua principal ferramenta.

A Claro possui planos e serviços diferenciados para todos os perfis de cliente: de jovens a executivos, de pessoas físicas a grandes empresas. A Claro destaca-se por ser a operadora com maior variedade de conteúdos. O **Claro Idéias**, por exemplo, é um conceito inovador de serviços de telefonia móvel voltados especialmente ao público jovem. A iniciativa inclui serviços, interatividade, relacionamento, conteúdo exclusivo, mídia e eventos para os clientes da operadora.



Página Claro Idéias no site da Claro.

ClaroClube



Cartões Claro Clube.

Página Claro Clube no site da Claro.

O conteúdo é constantemente atualizado e tem foco em três grandes temas: música, cinema e jogos no celular. Engloba vídeo, hits, jogos, foto, torpedo, imagens e notícias. A operadora oferece acesso aos vídeos dos gols do Campeonato Brasileiro pelo celular e a conteúdos de filmes por meio de parcerias com renomados estúdios. São oferecidos mais de 7 mil hits, entre MP3 (Music Hits), monofônicos e polifônicos, resultado de parcerias com grandes gravadoras, como Sony BMG, Warner Music, Universal Music, EMI e Building Records.

A Claro é uma companhia que prima pela inovação. E saiu na frente criando o Idéias TV, um serviço inovador de conteúdo multimídia, que oferece programações dos canais Bloomberg Television, Cartoon Network, CNN International, Discovery Móvel, ESPN Móvel, Fashion TV, The History Channel®, Maxx Esportes, A&E, Climatempo e Nickelodeon.

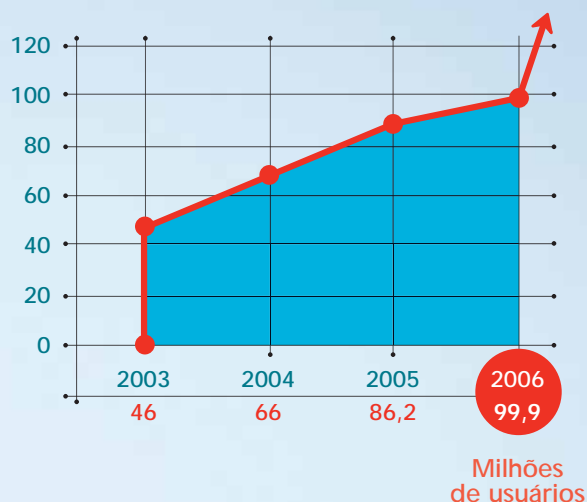


A Claro disponibiliza diversos serviços para clientes que desejam transmitir dados por intermédio de sua rede móvel, por celular, *palm* ou *notebook*. Além disso, a Claro é a operadora pioneira no Brasil a oferecer pacote ilimitado GPRS/EDGE para o tráfego de dados, além de planos adequados ao perfil de consumo. O serviço permite acesso a internet e e-mail móvel, em alta velocidade e com a mobilidade de um celular.

A Claro conta com o portfólio mais completo de smartphones e soluções de e-mail móvel, voltados não só a empresas de todos os portes mas também a profissionais liberais e usuários domésticos. Para empresas, a operadora disponibiliza atendimento personalizado, planos flexíveis e gestão total de uso e custos com ligações, além de tarifas diferenciadas.

> Setor da Economia

A telefonia móvel é um dos principais meios de comunicação do brasileiro. E o número de usuários não pára de crescer, segundo dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel):



Com quase 100 milhões de usuários em 2006, a telefonia móvel é um segmento altamente competitivo. A base de clientes da Claro, em 2006, aumentou 28% em relação a 2005, passando de 18,7 milhões para 86,2 milhões de usuários. Com isso, a Empresa assegurou uma participação no mercado crescente ao longo de todo o ano, chegando a 23,9% em dezembro, 2,3 pontos percentuais acima do registrado em 2005. Tanto a base de pós-pagos quanto de pré-pagos registrou crescimento.

No segmento pós-pagos, o incremento foi de 33,3%, passando de 3 milhões para 4 milhões, enquanto no pré-pago foi de 26,7%, subindo de 16 milhões para 20 milhões de assinantes.





> Missão e Visão

Em 2006, a Claro deu continuidade ao importante movimento de consolidação de sua identidade com a de seu principal acionista – o grupo América Móvil. Nesse processo, foi reforçada a disseminação dos novos valores e da nova missão da Empresa.

A missão da Claro é ser o grupo de comunicação móvel líder no Brasil. Por liderança entende-se ser o número 1 em rentabilidade e em número de clientes no mercado de comunicação móvel brasileiro. Os valores honestidade, trabalho e austeridade têm sido os pilares para a conquista dessa missão.

A Claro baseia-se ainda nas seguintes prioridades: criação de valor para seus acionistas, promoção da inovação através de produtos e serviços, valorização do cliente, motivação e comprometimento de seus funcionários, além de responsabilidade com a comunidade.

> Princípios e Valores

A Claro promove políticas e estratégias corporativas norteadas pela ética e transparência. Os valores honestidade, trabalho e austeridade são fundamentais nesse processo.

Acreditando no trabalho como meio para o desenvolvimento de pessoas, não só em termos profissionais mas também no que diz respeito a valores e crenças morais, a Claro busca ser um ambiente gerador de resultados para o negócio e para a sociedade no longo prazo.

A Empresa oficializa seu compromisso com a ética, a transparência e com o desenvolvimento de seus funcionários em seu **Código de Ética e Conduta**. Nele estão estabelecidos os valores éticos fundamentais da Claro: **respeito às diferenças de cor, sexo, idade, deficiência física, convicção política ou crença religiosa, compromisso com a responsabilidade social, respeito à liberdade de expressão e lisura nas relações comerciais.**

O Código de Ética e Conduta da Claro contém premissas e padrões de comportamento que devem ser rigorosamente seguidos por todos os funcionários, independentemente de cargo ou função. Para a Claro, todos os funcionários atuam em um sistema de interdependência e de responsabilidade pelas funções que desempenham.





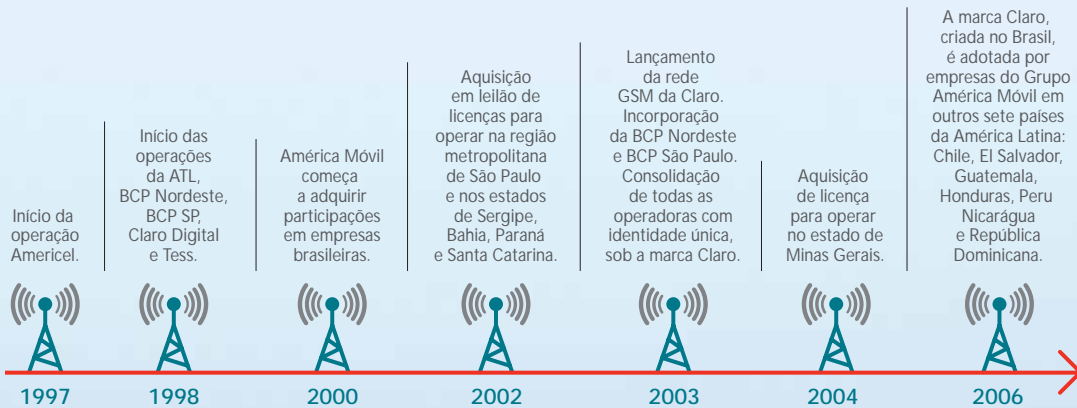
A Empresa

Histórico

A América Móvil, por meio de sua subsidiária Telecom Américas, começou a adquirir participações em empresas brasileiras do setor em 2000. **A Claro é o resultado da unificação de seis operadoras: Americel (Centro-Oeste e parte da região Norte), ATL (RJ e ES), BCP Nordeste, BCP SP, Claro Digital (RS) e Tess (interior e litoral do estado de SP).** Em 2002, foram adquiridas, em leilão, licenças para operar na região metropolitana de São Paulo e nos estados de Sergipe, Bahia, Paraná e Santa Catarina. Em maio de 2003, houve a incorporação da BSE S.A. (BCP Nordeste).

Em setembro de 2003 foi anunciada a consolidação de todas as operadoras com identidade única, sob a marca Claro. A BCP SP foi incorporada ao grupo em dezembro de 2003.

Criada no Brasil, a marca Claro foi adotada, em 2006, pela América Móvil em empresas de outros sete países da América Latina.



O código serve como um balizador para minimizar a subjetividade de interpretações pessoais sobre princípios morais e éticos em todas as atividades da Empresa. Os princípios gerais desse código são:

>> 1 A Claro tem absoluta convicção de que, para se consolidar, desenvolver e ser a primeira no ranking do serviço móvel pessoal, deve partir de objetivos empresariais e princípios éticos precisos que sejam compartilhados por acionistas e funcionários;

>> 2 A Claro persegue a reputação de empresa sólida e confiável, consciente de sua responsabilidade social e empresarial;

>> 3 Todas as diretrizes devem ser sempre marcadas pela confiança, integridade e lealdade, bem como pelo respeito e valorização do ser humano;

>> 4 São fortemente repudiadas pela Claro atitudes guiadas por preconceitos relacionados a origem, religião, classe social, sexo, cor, idade, deficiência física e quaisquer outras formas de discriminação;

>> 5 A Claro será líder no mercado de comunicação móvel no Brasil atendendo às expectativas da sociedade, servindo-a conforme o interesse comum e respeitando a legislação vigente;

>> 6 A Claro não participa nem apóia movimentos ou campanhas políticas de quaisquer ordens.

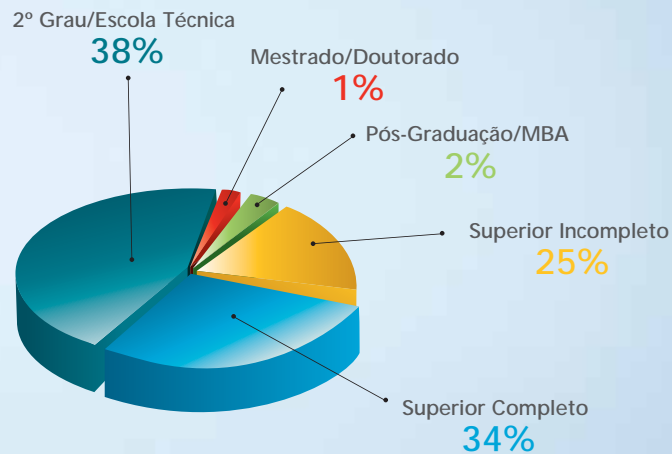
O Código de Ética e Conduta da Claro está publicado em sua Intranet Corporativa. Este documento contém os procedimentos que devem ser adotados pelos funcionários no caso de dúvidas, sugestões ou registro de ocorrências.

Para assegurar a qualidade de sua governança corporativa e garantir a transparência das informações contábeis, administrativas e financeiras, a Claro adotou o modelo da lei americana Sarbanes Oxley (SOX). A lei prevê um controle rigoroso de processos internos e estabelece formatos de divulgação e emissão de relatórios financeiros, aumentando a transparência do setor e do mercado como um todo.

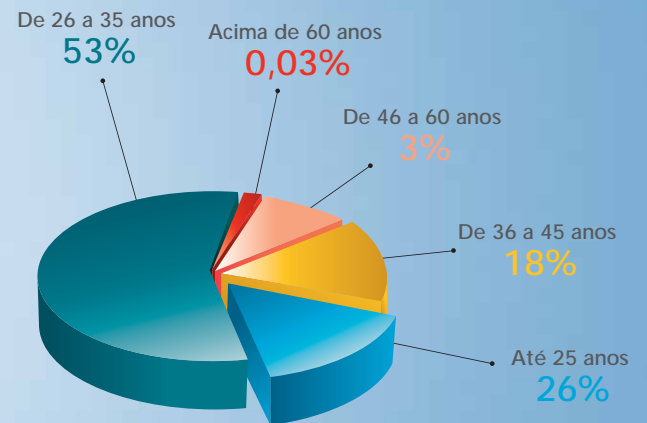
> Estrutura e Funcionamento

Em 2006, a Claro empregou diretamente cerca de 8.000 pessoas. Considerando os prestadores de serviço, foram mais de 18.000 empregos gerados. Ao longo do ano, as estruturas organizacionais começaram a ser adaptadas a um novo modelo de negócios, em que as áreas comerciais são fortalecidas nas regionais e as áreas de suporte ao negócio centralizadas na matriz. Em conjunto com a adaptação das estruturas foram revisitados os programas de mapeamento de talentos e avaliação de desempenho, bem como o plano de capacitação.

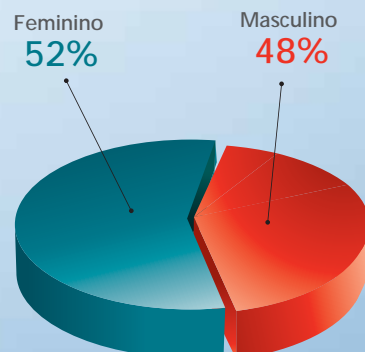
>> Escolaridade



>> Faixa Etária



>> Sexo



No fim de 2006, 79% dos funcionários da Claro tinham até 35 anos, 38% possuíam curso superior completo e 52% eram do sexo feminino.

> Desenvolvimento de Pessoas

As ações de treinamento e desenvolvimento na Claro visam a criação de um ambiente de aprendizagem continuada, promotor de desempenho de alta performance, gerador de resultados para o indivíduo, a Empresa e a sociedade. **Em 2006, o investimento em ações de treinamento e desenvolvimento correspondeu a uma média de 78 horas per capita.**

Entre os destaques, encontra-se a implantação, no fim do ano, do e-learning, que possibilitou maior abrangência, capilaridade e agilidade das ações de treinamento. **Para 2007, o desafio está na promoção contínua deste ambiente, que estimula e suporta a vontade das pessoas de se autodesenvolver, aprimorando suas competências de forma alinhada com a filosofia organizacional da Claro.**

Remuneração

A remuneração dos funcionários, independentemente do nível hierárquico, é composta de uma parcela fixa e outra variável, que busca estar sempre em linha com o mercado, retendo e atraindo os melhores profissionais. **A remuneração variável é gerida através do PPR – Programa de Participação nos Resultados, vinculado ao cumprimento de metas organizacionais.**

Benefícios

São vários os benefícios oferecidos aos funcionários da Claro, além dos estipulados em lei:
**Plano de Previdência Privada;
Seguro de Vida para os funcionários e seus dependentes;
Plano de Assistência Médica e Odontológica para os funcionários e seus dependentes.**

> Ações de Integração e Comunicação Interna

Em 2006 a Claro deu continuidade às ações voltadas ao fortalecimento da cultura organizacional da América Móvil em suas operações no Brasil, estimulando um ambiente cooperativo focado em resultados que beneficiem a todos. Nesse sentido, o objetivo da comunicação foi dar ampla visibilidade às metas e resultados alcançados pela Empresa, estimulando o pensamento crítico e voltado para o cliente, suas necessidades e a melhor forma de servi-lo.

A Responsabilidade Social também faz parte desse processo, sendo apresentada internamente como um componente relevante da estratégia organizacional para gerar retorno no curto, médio e longo prazo.

> Gestão Estratégica ou Participativa

A Claro adotou em 2006 um modelo de gestão baseado no empresariamento – “**cada um deve agir como dono do negócio**”. Nesse modelo, a hierarquia é entendida somente como uma forma de organização, sendo fundamental que cada funcionário tenha total compreensão da função que desempenha e compromisso com o autodesenvolvimento. **Cada um é visto como o principal responsável por suas atividades e, portanto, como um componente imprescindível para o objetivo maior que é servir ao cliente com eficiência, gerando resultados positivos para todos.**

Relações Sindicais

- > A Claro mantém negociações sindicais em todo o país, guiando essas relações sempre de forma amistosa e harmônica, a fim de conciliar seus interesses com os de seus funcionários. No ano de 2006 foram fechados mais de 20 acordos coletivos negociados com sindicatos de todo o Brasil.

É importante registrar que, em 2006, a Claro migrou as posições do SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente) que ficavam no Rio de Janeiro para Campinas. Dois objetivos levaram a essa decisão: integrar a equipe responsável pelo contato direto com os clientes e garantir maior agilidade e controle dos processos de planejamento, organização e mobilização na busca pela excelência no atendimento.

Aos funcionários do Rio de Janeiro, desligados em decorrência dessa migração, foi oferecido um plano de desligamento voluntário, negociado com o sindicato. Entre outras coisas, esse plano garantia a extensão do plano de saúde por determinado período após o desligamento e oferecia suporte na confecção de currículos profissionais e na recolocação no mercado.



> Relações com Trabalhadores Terceirizados

Em 2006, a Claro implantou uma política de contratação e controle dos profissionais terceirizados na Empresa, padronizando seus procedimentos, tanto de contratação quanto de gestão desses recursos. Essa política visa garantir maior segurança jurídica nas relações com empresas terceirizadas, assim como verificar a idoneidade destas antes do estabelecimento de qualquer tipo de relação com a Claro.

> Governança Corporativa

Conforme já foi colocado, a Claro adotou o modelo da lei americana Sarbanes Oxley (SOX), também conhecida como lei de responsabilidade fiscal. Conforme previsto na lei, a Claro, por meio das empresas BCP S.A., Americel S.A. e Telet S.A., que a compõem, adota os princípios de governança corporativa, aumentando o conforto e a confiança de seus acionistas e possíveis investidores através de três princípios norteadores: transparência, prestação de contas e equidade.

Os Conselhos de Administração da Empresa – representantes dos acionistas – exercem papel de órgão gestor desse processo, verificando os objetivos, políticas e estratégias para os negócios da Empresa. Os conselhos são compostos de três membros titulares e três suplentes, eleitos pelos acionistas para mandato de dois anos (no caso da Americel S.A. e Telet S.A.) ou três anos (no caso da BCP S.A.).

Além dos Conselhos de Administração, tem também grande relevância para a gestão da Claro a Diretoria Estatutária de suas empresas, formada atualmente por três ou quatro membros, todos eleitos pelos conselhos para mandato de dois ou três anos.



> Diálogo com Partes Interessadas

A Claro acredita que sua imagem é o reflexo da satisfação de cada cliente e do bem-estar da comunidade em que está inserida. O diálogo com partes interessadas é um aspecto-chave nesse processo, pois é o que permite à Empresa identificar e maximizar seus acertos, além de reconhecer e corrigir rapidamente eventuais erros.

Para isso, a Empresa possui vários instrumentos de diálogo com diferentes agentes sociais. Com relação aos clientes, podemos destacar ferramentas como mala direta, central de atendimento, mensagens de texto, fale conosco via site, entre outras. Para mensurar a opinião dos clientes e a percepção da comunidade são realizadas, ainda, pesquisas de mercado, tais como trackings de imagem e de satisfação.







A Claro e o Pacto Global

O Pacto Global é um programa da ONU – Organização das Nações Unidas – voltado para o setor privado. O objetivo é mobilizar a comunidade empresarial internacional na busca por uma economia global sustentável e inclusiva, promovendo valores fundamentais nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e ética. A Claro é signatária do Pacto Global desde abril de 2005.

> Direitos Humanos

Investir no bem-estar das comunidades em que atua é parte da estratégia da Claro para se tornar líder em comunicação móvel no Brasil. Por isso, além de investir em tecnologia, a Claro promove idéias, atitudes e projetos que contribuem para o desenvolvimento social, econômico, tecnológico, empresarial e cultural do Brasil.

A seguir alguns exemplos dos investimentos sociais externos realizados pela Claro em 2006 com o objetivo de promover os direitos humanos na sociedade.





> Instituto Bola Pra Frente

Desde 2001 a Claro é a principal mantenedora do Instituto Bola Pra Frente. Iniciativa social dos tetracampeões mundiais de futebol Jorginho e Bebeto, o Instituto atende cerca de 800 crianças e adolescentes em situação de risco social da comunidade de Guadalupe, no Rio de Janeiro.

O Bola Pra Frente oferece, gratuitamente, diversas modalidades esportivas (futebol, futsal, caratê e vôlei), apoio pedagógico, palestras, atividades artísticas e culturais, informática e preparação para o mercado de trabalho, além de atendimento por especialistas nas áreas de psicologia, psicopedagogia, serviço social, saúde, odontologia e nutrição. Para participar do

instituto, a criança ou o adolescente precisa estudar, o que é devidamente verificado através de um acompanhamento pedagógico em parceria com escolas da região.

Em 2006, o Bola Pra Frente normatizou sua metodologia de trabalho – que leva a educação para o campo e o esporte para a sala de aula – no programa Esporte em Ação Social.

Por que o Esporte em Ação Social?

O esporte traz solidariedade, auto-estima, respeito ao próximo, facilidade na comunicação, sentido do coletivo, cooperação, disciplina, capacidade de liderança, respeito a regras, noções de trabalho em equipe e vida saudável.

Trabalhado no sentido da inclusão social, o esporte se torna uma poderosa ferramenta no combate a doenças, à evasão escolar, ao uso de drogas, à criminalidade e ao desemprego. O Programa Esporte em Ação Social utiliza a força catalisadora do esporte a fim de atrair crianças e adolescentes para um conjunto de projetos que perseguem o mesmo objetivo: promover atividades socioeducativas que permitam um desenvolvimento pleno e harmonioso das crianças e adolescentes atendidos, tornando-os agentes transformadores da sociedade.





Crianças em atividades no Instituto Bola Pra Frente.

Seguem os principais projetos do Instituto Bola Pra Frente:

Craque de Bola e de Escola

Focado em esporte e educação, esse projeto, que atende cerca de 150 crianças de 6 a 9 anos, visa despertar o interesse em aprender, apoiar a alfabetização e combater a evasão escolar.

ARTilheiro

Concentrado em esporte e cultura, esse projeto, que atende cerca de 540 crianças e adolescentes de 10 a 14 anos, visa estimular a criatividade e a liberdade de expressão, incentivar as manifestações artísticas e o acesso a bens culturais e promover a valorização da própria cultura.

Campeão de Cidadania

Focado em esporte e qualificação profissional, esse projeto, que atende cerca de 160 adolescentes, visa identificar e investir em competências, promover a qualificação profissional, incentivar o empreendedorismo e facilitar a inserção desses jovens no mundo de trabalho.

Considerando que a família e a escola são núcleos sociais fundamentais para o desenvolvimento de crianças e adolescentes, o Bola Pra Frente amplia o conceito de “craque” para abranger também esses ambientes.

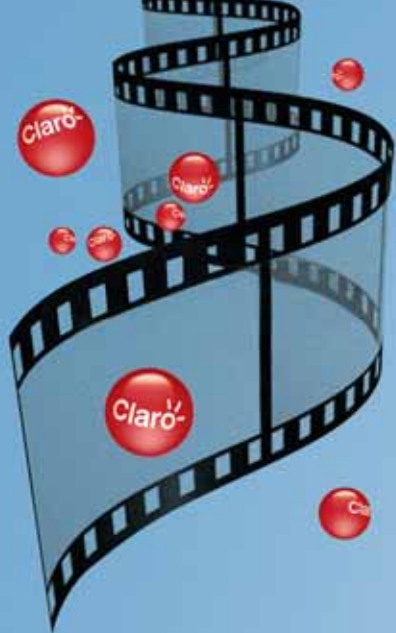
Craque dos Craques

Este projeto atende às famílias das crianças e dos adolescentes, envolvendo-as no processo de formação e transformação dos alunos. O projeto proporciona palestras, atendimento por profissionais de saúde, cursos e oficinas profissionalizantes, resgatando a auto-estima e criando possibilidades de geração de renda.

Toque de Mestre

O projeto atua em escolas próximas às áreas atendidas pelo instituto, proporcionando a troca de informações e percepções sobre as crianças e adolescentes, além do acompanhamento da frequência e do desempenho escolar. O objetivo é valorizar a educação formal e consolidar uma importante parceria com os professores da rede pública de ensino.





> Claro no Cinema

Programa idealizado em parceria com o Portal Claro Idéias. O objetivo é difundir a cultura como alternativa de lazer, através da primeira experiência de assistir a um longa-metragem na tela grande. Crianças e jovens de baixa renda são os convidados especiais da Claro para o lançamento de filmes apoiados pela Empresa. O Claro no Cinema levou, em 2006, mais de 350 crianças e adolescentes para assistir aos filmes “O Bicho Vai Pegar”, “Carros”, “Os Sem-Floresta” e “A Era do Gelo 2”. Houve sessões em Brasília, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo.

> Cinema na Roça

Iniciado em agosto de 2005, o Cinema na Roça exhibe produções cinematográficas nacionais em localidades com baixo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e que não possuem salas de cinema ou videolocadoras. As projeções acontecem no começo da noite, ao ar livre, e sempre no interior de alguma propriedade particular. Toda estrutura é montada em cima do veículo do projeto, adaptado para transformar-se em um cinema ambulante com tela de 150 polegadas.

O Cinema na Roça não se restringe a projetar filmes em comunidades carentes desses equipamentos culturais. Sua proposta é, através do entretenimento, estimular a reflexão a respeito da situação social do Brasil.

Ao longo de 2006, o Cinema na Roça percorreu mais de 7 mil quilômetros, passando pelos municípios de Silva Jardim, Trajano Moraes, Santa Maria Madalena, São José do Vale do Rio Preto, Sumidouro e Duas Barras, no estado do Rio de Janeiro. Mais de 2 mil espectadores assistiram às projeções.





> Mangueira do Amanhã

Desde 2004, a Claro apóia essa escola de samba mirim do Rio de Janeiro. O objetivo da Mangueira do Amanhã é manter viva a tradição do samba no morro da Mangueira e estimular crianças e adolescentes a sonhar e construir um mundo melhor através da arte. Todos os componentes da Mangueira do Amanhã estão regularmente matriculados na escola. Todas as fantasias dessa escola de samba mirim são doadas pela Escola Estação Primeira de Mangueira.

> Futebol Solidário

Pelo terceiro ano consecutivo, o Núcleo Voluntário da Claro de Campinas promoveu o Futebol Solidário com o Centro Cultural Louis Braille, entidade que atende deficientes visuais com atividades esportivas e capacitação profissional para integração na sociedade. O objetivo desta ação é incentivar as relações sociais e valorizar a diferença entre os indivíduos, além de arrecadar fundos para o Centro Cultural.



No jogo de futebol entre funcionários Claro e o time Louis Braille é utilizada uma bola especial, que tem em seu interior guizos ou placas de metal que produz ruído semelhante ao de um chocalho. Dessa forma, o jogador deficiente visual pode se posicionar em campo por intermédio do som. No primeiro tempo da partida, os funcionários da Claro jogam normalmente contra os adversários do Louis Braille. Já no segundo tempo, os jogadores da Empresa são vendados, equiparando-se ao time oponente.

O Núcleo Voluntário doou camisetas, pares de tênis esportivos e meias para o time do Centro Cultural Louis Braille. Também foram doados materiais de escritório e educacionais para os assistidos da instituição.

Em setembro foi a vez dos funcionários da Claro do Rio de Janeiro participarem da 5ª edição do Futebol Solidário, disputado nos campos do Instituto Bola Pra Frente. Além do campeonato de futebol, envolvendo mais de 20 times, os jogadores disputaram uma gincana solidária que arrecadou centenas de latas de leite em pó para o lanche das crianças e adolescentes integrantes do projeto.





> ABRINQ

Em 2006, a campanha de marketing de Natal da Claro se inspirou no tema: “As melhores coisas de 2007 na sua mão”. Nela, foram abordadas mensagens positivas, que remetiam ao conceito de fazer o bem.

Imbuída desse conceito, a Claro doou R\$ 1 pela habilitação de cada celular na promoção Celular de Graça para a Fundação ABRINQ. Além de apoiar os projetos promovidos pela ABRINQ, essa campanha buscou compartilhar com nossos clientes a visão da Claro de que responsabilidade social é um componente-chave de posicionamento e de estratégia organizacional.

A Fundação ABRINQ é uma organização sem fins lucrativos, fundada em 1990, ano da promulgação do Estatuto da Criança e do Adolescente. A Fundação tem como missão “promover a defesa dos direitos e o exercício da cidadania da criança e do adolescente”.





> Núcleo Voluntário

A Claro entende que seus funcionários devem buscar constantemente a melhoria de sua qualidade de vida e a das pessoas das comunidades em que atua.

Em funcionamento desde 2004, o Núcleo Voluntário da Claro trabalha com esse objetivo. Através de ações que permitam a doação do tempo e do talento de seus funcionários e estagiários, sem prejuízo dos resultados de suas atividades profissionais, o núcleo promove e estimula a experiência do voluntariado empresarial.

O voluntariado empresarial traz ganhos para a organização, seus funcionários e para a comunidade. Do lado social, permite amenizar problemas que atingem a sociedade. No âmbito dos negócios, auxilia no desenvolvimento de habilidades pessoais e profissionais – como a criatividade e o poder de adaptação a novas realidades –, além de ajudar na promoção de um ambiente de trabalho próspero e atrativo, o que aumenta a lealdade e a satisfação com o trabalho.

O Núcleo Voluntário da Claro promove campanhas periódicas de arrecadação de doativos e realiza ações sistemáticas na comunidade durante meio dia de expediente. A Claro encerrou o ano de 2006 com mais de 800 voluntários ativos em todo o Brasil.

Nas campanhas de arrecadação de doativos, foram doados pelos funcionários ao longo do ano:

Alimentos	9.897 kg 252 litros
Brinquedos	3.761 itens
Higiene Pessoal e Limpeza	2.469 itens
Materiais Escolares	7.377 unidades
Roupas	4.111 unidades



Em 2006, foram realizadas inúmeras e variadas ações voluntárias na comunidade por todo o Brasil. Seguem alguns exemplos das ações realizadas:

Campanhas de Conscientização

No mês de janeiro, o Núcleo Voluntário do Rio de Janeiro foi ao Instituto Bola Pra Frente ajudar na distribuição de cestas básicas às famílias da comunidade de Guadalupe. Os voluntários aproveitaram a visita para ministrar palestras, esclarecer dúvidas e levantar sugestões para os programas sociais oferecidos pelo instituto.



Em fevereiro, o Núcleo Voluntário de Pernambuco esteve à frente da Campanha “Preserve”, que buscou esclarecer a importância da reciclagem correta de resíduos, principalmente, do papel. Os voluntários arrecadaram revistas, jornais, papelões e outros tipos de papel, que foram vendidos para cooperativas de reciclagem. A verba reverteu em benefício do Hospital Infantil Maria Lucinda.

Em abril, os voluntários de Recife participaram da reunião do Instituto Ação Empresarial, Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) que trabalha para promover o desenvolvimento social em Pernambuco e no Nordeste em parceria com as empresas da região. O objetivo do encontro foi comunicar e discutir as ações previstas para o ano.

No mês de março, os voluntários de São Paulo, acompanhados de um voluntário da faculdade de Geografia da USP, foram à Associação Monte Azul para a realização de atividades educativas relacionadas à geografia brasileira e ao meio ambiente. As crianças ganharam bombons e pirulitos, além de material escolar.

No mês de junho, o Núcleo Voluntário de São Paulo apresentou uma palestra sobre sexualidade para adolescentes da instituição Gotas de Flor com Amor, que atua em favelas e cortiços dos bairros do Brooklin e Campo Belo, na Zona Sul de São Paulo.



Cultura e Lazer com Crianças e Adolescentes

Em janeiro, o Núcleo Voluntário de Brasília levou adolescentes das instituições Rita de Cássia e FALE – Fraternidade Assistencial Lucas Evangelista – para assistir ao show da Banda Calypso. Os jovens puderam ver o ensaio do grupo, conhecer os artistas e tirar fotos com eles.

No mês de março, os voluntários do Rio de Janeiro passaram a tarde com as crianças da Casa de Lázaro, no bairro do Méier, conciliando diversão e educação através da condução de jogos cooperativos.

Em março, o Núcleo Voluntário de Porto Alegre promoveu a festa de Páscoa Ninho dos Sonhos para as 40 crianças da Creche Lar da Criança. Cada uma recebeu de presente um ovo de chocolate e um livro infantil. Em Caxias do Sul, interior do estado do Rio Grande do Sul, também houve festa, com distribuição de chocolates, em outra creche.

No mês de maio, os voluntários do Rio de Janeiro fizeram a leitura dramatizada de uma adaptação da peça “A Bruxinha Que Era Boa”, de Maria Clara Machado, para as crianças com deficiência visual do Instituto Benjamin Constant. A leitura teve direito a sonoplastia e até “efeitos especiais” para aguçar os sentidos.

Em junho, os voluntários de Brasília convidaram os adolescentes da Instituição Picasso Não Pichava para participar de duas oficinas no evento Porão do Rock. A primeira oficina, ministrada pelo DJ Chocolatey (formador da maioria dos DJs da cidade), ensinou as técnicas básicas que um DJ utiliza. Já na segunda, realizada em uma tenda estilizada pela Claro, os adolescentes e artistas da instituição aplicaram, em frente ao público, técnicas de pintura em tablóide.

No mês de julho, o Núcleo Voluntário do Rio de Janeiro levou as crianças e jovens da ONG Luta Pela Paz a uma visita ao Quartel do Corpo de Bombeiros. O objetivo, além da diversão, foi apresentar essa profissão tão importante como uma opção para o futuro.



Mulheres

No mês de abril, os voluntários de Brasília levaram um grupo de dez mulheres para assistir ao show do cantor Roberto Carlos. Antes do evento, elas foram ao salão fazer unhas, escova no cabelo e maquiagem, além de jantar em uma churrascaria. As convidadas, fãs de Roberto Carlos, são reconhecidas nas instituições Rita de Cássia, FALE e Candango de Solidariedade como “supermães”.

Em agosto, as moradoras do Lar Assistência Vicentina Frederico Ozanam receberam uma visita do Núcleo Voluntário de Campinas para uma tarde com direito a manicure, cabeleireiro e lanche. Além disso, a consultoria Laborgym realizou uma sessão de alongamento para todos. Na visita, os voluntários doaram à instituição itens de higiene pessoal.

Idosos

No mês de fevereiro, os voluntários do Rio de Janeiro promoveram um grande baile carnavalesco para as 35 idosas moradoras da Mansão da Esperança, em Duque de Caxias. A sala de estar da instituição foi transformada em um verdadeiro salão de baile à moda antiga.

Em julho, voluntários da loja de São José do Rio Preto, São Paulo, fizeram uma visita ao Lar São Vicente de Paulo.



Saúde

No mês de junho, os integrantes do Núcleo Voluntário do Rio de Janeiro se reuniram na Clínica Hematologistas Associados para doação de sangue.

Em agosto, os voluntários de Brasília promoveram uma comemoração do Dia dos Pais com famílias assistidas pela FALE, que abriga portadores do vírus HIV.

No mês de outubro, o Núcleo Voluntário de Palmas, em parceria com a Liga Feminina de Combate ao Câncer, promoveu diversão e descontração para as crianças internadas no Hospital Padre Luso, em Palmas. As crianças se divertiram com palhaços, brincadeiras e pinturas em uma festa com direito a bolo, doces, picolé, refrigerante e brinquedos doados pelos voluntários.

Na Empresa

Em maio, o Núcleo Voluntário do Rio Grande do Sul abriu as portas do SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente) de Porto Alegre para receber o Grupo Pão da Vida, que ensina as profissões de confeitador e padeiro a adolescentes em situação de risco social. Toda a verba arrecadada com as vendas reverteu em benefício da instituição.

No mês de junho, inspirados no Dia do Voluntariado Social (6/7), os voluntários de Campinas abriram as portas do escritório da Claro durante sete dias para que as instituições Lar dos Velhinhos, Esperança e Vida, Cândido Ferreira, Creche Bento Quirino, Boldrini, Lam Campinense e Sorri Campinas pudessem expor e vender seus produtos.



Mobilização Social

Em janeiro, o Núcleo Voluntário da Bahia e Sergipe se empenhou para conseguir uma geladeira, um fogão, quatro ventiladores, além de alimentos para apoiar as instituições Mãe Preta, Lar Irmã Maria Luiza e Lar Pérola de Cristo. A mobilização envolveu funcionários e parceiros comerciais da Claro.

No mês de fevereiro, voluntários do Centro-Oeste lançaram a campanha de arrecadação de material escolar **Todos na Escola**. Para a criação das peças de divulgação da campanha, que aconteceu nos mais variados veículos de comunicação – jornal, revista, rádio, folhetos, outdoors, banners etc. –, o Núcleo Voluntário contou com o apoio de mais de 20 empresas parceiras. As instituições beneficiadas com os materiais escolares arrecadados foram: Creche Rita de Cássia (DF); Hospital Espírita Eurípedes Barsanulfo (GO); Centro de Educação Infantil Creche Dr. Henrique de Aquino (MT); Associação Obras Chico Xavier (RO); Escola de Ensino Fundamental Aracy Cerqueira (AC).



Ainda em fevereiro, voluntários da Bahia e Sergipe se mobilizaram para a arrecadação de cestas de alimentos para doação a famílias que vivem em Teixeira de Freitas, à beira da chamada “estrada da fome”. A idéia surgiu após a veiculação na TV de uma matéria sobre essa estrada. Com a ajuda de parceiros comerciais, os voluntários organizaram uma caminhada na orla com a finalidade de obter mais adesões à causa. Camisetas da campanha, que mobilizou cerca de 750 pessoas, foram trocadas por 2 quilos de alimentos. A arrecadação foi tanta que permitiu beneficiar também os idosos da instituição Lar Francisco de Assis.

Em julho, o Núcleo Voluntário de Campinas realizou uma festa junina na Casa Abrigo de Hortolândia. Para a festa, os voluntários mobilizaram também suas famílias. As crianças assistidas pelo abrigo receberam roupas, calçados e um DVD. Durante a festa, a instituição, que havia sofrido um incêndio, teve um cômodo adotado pelo grupo para ser redecorado.



Doações

Em janeiro, os voluntários de Recife entregaram brinquedos doados pelos funcionários da Claro à brinquedoteca do Hospital Infantil Maria Lucinda.

Também em janeiro, o Núcleo Voluntário de São Paulo doou cadernos e mochilas da Claro ao Instituto Assistencial José Menino, localizado na periferia de Guarulhos.

Em fevereiro, os voluntários do Rio Grande do Sul arrecadaram materiais escolares que foram doados às crianças da Escola São Pedro, do município de Portão. O Núcleo Voluntário de Campinas também arrecadou material escolar, que foi doado às instituições Cantinho Feliz e AMIC – Associação dos Amigos da Criança.

No mês de março, o Núcleo Voluntário de Campinas deu início a sua campanha de arrecadação de agasalhos e cobertores. Em maio foi a vez de os voluntários do Paraná e de Santa Catarina iniciarem essa mesma campanha, visando ajudar o Asilo Vovó Joana e uma favela da região metropolitana de Curitiba.

Em maio, o Núcleo Voluntário de Recife realizou uma festa de São João, em que toda a renda arrecadada reverteu em prol da compra de itens de higiene pessoal. Essa ação fez parte de uma campanha maior que, além de Recife, aconteceu em outros estados do Nordeste. Em junho, as doações foram entregues pessoalmente pelos voluntários às instituições: Casa dos Humildes (PE), Lar do Neném (PE), Lar Toca de Assis (CE) e Lar da Criança Jesus de Nazaré (PB).

No mês de junho, os voluntários do Rio Grande do Sul organizaram um arraial beneficente. O convite custou R\$ 5,00 + 1 quilo de alimento. Toda a renda obtida foi direcionada aos projetos sociais do Morro Santa Tereza. Ainda em junho, os membros do Núcleo Voluntário encerraram sua Campanha do Agasalho, doando os itens arrecadados para o Albergue Municipal de Porto Alegre e para a Campanha do Agasalho do Governo do estado.

Em agosto, camisetas originalmente produzidas para uma campanha de marketing da Claro foram adaptadas e transformadas em uniforme de crianças e adolescentes da Organização de Auxílio Fraternal do Recife.

Sabemos que as ações do Núcleo Voluntário representam somente uma pequena contribuição filantrópica diante do complexo quadro social brasileiro. Mas, para a Claro, elas fazem parte do processo de conscientização e mobilização na defesa dos direitos da cidadania. Isso porque solidariedade e cidadania são valores que se complementam e se reforçam, uma vez que sem a consciência, disponibilidade, motivação e o compromisso das pessoas não se faz nenhuma transformação social positiva.

> Relações de Trabalho

A Claro cumpre as exigências da legislação trabalhista e previdenciária do Brasil, assim como os acordos da Organização Internacional do Trabalho (OIT) homologados pelo governo brasileiro. A Empresa também cumpre todas as resoluções legais relacionadas à segurança do trabalho. As Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (CIPAs) têm uma forte atuação na Empresa e organizam as Semanas Internas de Prevenção de Acidentes do Trabalho (SIPATs).

Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos trabalhadores, a Claro também incentiva e segue as determinações da OIT.

Além das exigências legais, a Claro oferece a seus funcionários diversos benefícios e desenvolve iniciativas de qualidade de vida buscando prevenir doenças do trabalho e incentivando a consciência corporal, a movimentação, a boa postura física e o cuidado com a saúde para um bom desempenho profissional. Em 2006, podemos destacar algumas atividades, como a semana do atendente de SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente) e a semana da saúde.

A Claro se preocupa ainda com o seu ambiente organizacional. Por isso, através de seu Código de Ética e Conduta, a Empresa exige que o relacionamento entre seus funcionários, independentemente de cargo ou função, seja de respeito mútuo, sinceridade e coleguismo, de forma que mantenha o bom clima organizacional e prevaleça o espírito de equipe. Através desse código, a Empresa determina ainda que o mérito de cada um deva ser reconhecido e que haja igualdade de acesso às oportunidades de desenvolvimento profissional, segundo as características, competências e contribuições de cada funcionário e estabelece que preconceitos de qualquer espécie, constrangimentos e assédios sexual ou moral não são tolerados.

Através de seu programa de Responsabilidade Social, a Claro busca, além de cumprir, maximizar o poder de inclusão social de seus programas de cotas legais. Segue uma breve descrição desses programas:

Inclusão Social

A Claro não só cumpre como maximiza o poder de inclusão social de seus programas de cotas legais através de seu programa de Responsabilidade Social.



> Qualificação Profissional e Contratação de Pessoas com Deficiência Física

A garantia de acesso ao trabalho para deficientes é prevista tanto na legislação internacional como na brasileira. Mas não é só no mercado de trabalho que a pessoa com deficiência tem problema para ingressar. Ao longo de sua formação acadêmica, muito provavelmente terá de lidar com recursos didáticos e tecnológicos inapropriados ou mesmo incompatíveis com seu processo de aprendizagem.

Tudo isso dificulta a formação dessas pessoas e, conseqüentemente, a tarefa das empresas na contratação de profissionais com deficiência. Essa constatação, no entanto, não pode servir de justificativa para não atuar na questão. É um compromisso não só legal mas também de responsabilidade social interferir diretamente neste cenário. Por isso, a Claro, em 2006, manteve seu programa de qualificação profissional voltado exclusivamente para pessoas com deficiência física. O programa consiste em cursos profissionalizantes gratuitos, elaborados especificamente para esse público, com ênfase em atendimento e técnicas de vendas. Toda metodologia é baseada na inclusão social, sendo trabalhados também conceitos como diversidade, equidade, igualdade de direitos e cidadania. Em 2006, a Claro capacitou 194 profissionais através desse programa que visa não só a contratação posterior desses profissionais na própria Empresa como também melhorar as chances dos participantes de disputar em condições de igualdade uma vaga no mercado de trabalho.

Internamente, ao longo de 2006, a Claro realizou eventos de conscientização e sensibilização de suas equipes de recrutamento e seleção sobre a importância da contratação, desenvolvimento e retenção de profissionais com deficiência na Empresa.

A Claro também vem buscando utilizar seu próprio negócio para ampliar o acesso à informação e minimizar barreiras de comunicação de pessoas com deficiência. Um exemplo foi a iniciativa de uma atendente do Rio de Janeiro de promover um treinamento da Linguagem Brasileira de Sinais – Libras – para outros membros da equipe de loja. A ação foi um sucesso e, em 2007, será expandida para os demais estados onde a Claro atua.

> Qualificação Profissional e Contratação de Jovens em Situação de Risco Social

A Claro não só cumpre como maximiza o poder de inclusão social de seus programas de cotas legais através de seu programa de Responsabilidade Social. Diversos indicadores mostram que o maior índice de criminalidade ocorre entre jovens de baixa renda, de 14 a 21 anos, que não concluíram o ensino fundamental. Em parte, esse cenário se dá pela falta de perspectiva profissional. Portanto, investir na educação, qualificação profissional e ingresso do jovem no mercado de trabalho é um compromisso de responsabilidade social.

O desafio consiste em promover a formação profissional do adolescente, sem comprometer seus estudos e contribuindo para o seu desenvolvimento como cidadão. Conheça a seguir um pouco dos programas profissionalizantes para jovens em situação de risco social da Claro:

Jovem Aprendiz

Proveniente da Lei do Aprendiz (Lei 10.097/00), nesse programa o jovem de 14 a 24 tem a oportunidade de receber formação técnico-profissional, conciliando o desafio social de estudo e qualificação profissional. A formação teórica dos jovens é realizada através de instituição do Sistema S de ensino ou de organizações especializadas. Na Empresa, os Aprendizes, além da experiência prática do trabalho, têm acesso a cursos e palestras, eventos culturais e orientações para inserção no mercado profissional. Em 2006, 126 jovens participaram do programa.

Banco de Talentos

A Claro busca, sempre que possível, oferecer oportunidades profissionais dentro da Empresa aos jovens que completam com bom desempenho seu programa de Aprendiz. Entretanto, muitas vezes o número de jovens formados ultrapassa o total de vagas disponíveis na Empresa. Por essa razão, foi criado um banco de dados com os currículos desses jovens que são encaminhados para vagas em empresas parceiras da Claro.

Jovem Atendente

Através desse programa a Claro oferece aos jovens que completaram com bom desempenho o Programa Jovem Aprendiz a oportunidade do primeiro emprego na própria Empresa. Após passarem por processo seletivo, os jovens selecionados são contratados como **Atendentes no SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente)** ou em lojas próprias, dando início à sua carreira profissional dentro da Claro.



Meio Ambiente

Já é amplamente difundida a necessidade de cada indivíduo e das organizações de agirem de forma comprometida com o desenvolvimento sustentável. O setor de telecomunicações pode contribuir de variadas formas para esse processo. A transformação do formato tradicional de se fazer negócios, cada vez mais virtual – o que diminui o consumo de recursos e materiais físicos e a necessidade de deslocamento –, além do poder de geração de trabalho e renda que, principalmente, a telefonia móvel representa, são apenas alguns exemplos.

Mas é preciso também perseguir a sustentabilidade nas atividades operacionais da Empresa. A Claro, em seu Código de Ética e Conduta, formaliza a sua preocupação com a preservação do meio ambiente e estabelece o correto tratamento das questões ambientais como uma constante na sua filosofia empresarial. A Empresa busca o cumprimento da legislação ambiental referente ao seu setor e trabalha para promover o uso racional dos recursos naturais e reduzir o impacto de suas atividades no meio ambiente. Algumas iniciativas nesse sentido são:



> Rede de Acesso/Compartilhamento

Através de acordos com as demais operadoras, a Claro persegue o atendimento da Resolução 274/2001 da Anatel, que regula o compartilhamento de infra-estrutura. Visando diminuir a poluição visual, a Empresa busca maximizar o compartilhamento de pontos de localização para instalação de novas ERBs – Estações de Rádio-Base –, reduzindo a quantidade de antenas instaladas em locais próximos. Com o mesmo objetivo, a Claro, sempre que possível, desenvolve soluções criativas para integrar a antena ao ambiente, através de pinturas especiais e/ou escolha de modelos com dimensões reduzidas.

> Irradiação Eletromagnética

A Claro cumpre as normas estabelecidas pela Anatel, na Resolução 303, confeccionando laudos radiométricos para suas estações e realizando medições práticas de forma que garanta o cumprimento dos limites máximos de exposição eletromagnética.

> Parcerias Ambientais

Sempre que necessário, a Claro estabelece parcerias ambientais para a instalação de novas Estações de Rádio-Base, como ocorreu em Minas Gerais, onde foram plantadas 440 mudas de árvores em Belo Horizonte e cercas vivas em Barbacena e em Capitólio.

Em 2006, a Empresa se aproximou ainda mais dos organismos competentes para aumentar sua compreensão e atuar de forma participativa na aplicação da legislação ambiental. Exemplos foram a participação da Empresa na discussão sobre a legislação de Santa Catarina, onde foram licenciadas 76 ERBs; a participação no processo de licenciamento ambiental de Curitiba, o que incluiu a celebração de um Estudo de Impacto de Vizinhança que atenda às operadoras e a sociedade; e a negociação com o Instituto Ambiental do Paraná para revisão dos parâmetros de licenciamento ambiental.

> Poluição Sonora

A Claro instala abafadores de ruído em suas ERBs (Estações de Rádio-Base) que possuem ar-condicionado e ficam próximas a residências.

> Programa Reciclar Claro

Há alguns anos a coleta seletiva de resíduos faz parte do dia-a-dia dos funcionários dos principais escritórios da Claro em todo o Brasil. O programa de reciclagem da Claro, que é baseado nos 3Rs do consumo consciente – Reduzir, Reutilizar e Reciclar –, inclui a venda dos resíduos recicláveis e a doação da receita gerada para projetos sociais, sendo:

Campinas: o projeto escolhido foi o Esperança e Vida, uma ONG que oferece gratuitamente apoio na área médica, psicológica e profissional a adultos soropositivos da comunidade onde a Claro atua.

Recife: apoio ao GAC – Grupo de Ajuda à Criança Carente com Câncer. O GAC presta assistência ao Centro de Oncologia Pediátrico do Hospital Universitário Oswaldo Cruz.

Rio Grande do Sul: a receita gerada é aplicada nas comunidades através das ações do Núcleo Voluntário.

Rio de Janeiro: o projeto escolhido foi o Tecendo Redes, promovido pela ONG ConvHIVendo, que atua no hospital Gafrée e Guinle. O projeto oferece cursos gratuitos de artesanato, gerando uma ocupação saudável, além de uma opção de trabalho e renda, para os portadores de HIV e seus familiares.

São Paulo: a receita da reciclagem é doada para apoiar crianças com câncer da Casa Maria Helena.



Ética

Atualmente, o mundo enfrenta uma crise de confiança nos mecanismos tradicionais de controle e transparência das relações econômicas e governamentais. Nesse contexto, métodos e compromissos de manutenção da ética nas relações interpessoais e comerciais se fazem importantes.

Conforme já foi explicitado ao longo de todo o Balanço, visando assegurar a qualidade de sua governança corporativa e garantir a transparência de seus processos e de suas informações contábeis, administrativas e financeiras, a Claro adotou a lei SOX. Além disso, a Empresa possui um Código de Ética e Conduta próprio.

- 1** **Transparência nos Registros Contábeis:** os registros dos negócios da Empresa devem ser preparados de forma exata e confiável, com prioridade absoluta no que diz respeito à qualidade de suas informações, a fim de garantir o cumprimento de suas obrigações financeiras, legais e administrativas.
- 2** **Relação com o Meio Ambiente:** deve ser preconizada a preocupação com a preservação do meio ambiente, sempre que qualquer ação em nome da Claro cause impacto neste tema.
- 3** **Regras do Bom Convívio no Ambiente de Trabalho:** as ações e atitudes dos funcionários em posição de liderança devem ser exemplo de boa conduta. É fundamental reconhecer o mérito de cada um e propiciar igualdade de acesso às oportunidades de desenvolvimento profissional existentes, segundo as características, competências e contribuições de cada funcionário. A Claro não tolera o assédio sexual ou moral, discriminações ou constrangimentos.
- 4** **Práticas Não Permitidas:** prestar serviço, mesmo em caráter particular, ou ter participação societária em qualquer fornecedor, parceiro comercial, prestador de serviço ou cliente da Empresa; Realizar negócios em nome da Claro: em condições que denotem parcialidade e possível conflito de interesses; contribuir com movimentos partidários ou comitês políticos, candidatos ou ocupantes de cargos públicos em nome da Claro; usar ou copiar qualquer software não autorizado pela Claro; é proibido qualquer pagamento irregular em nome da Empresa, de qualquer natureza, com a finalidade de obter vantagens ou influenciar decisões.

Nele estão estabelecidos os principais procedimentos que devem ser adotados por todos os funcionários a fim de zelar pela manutenção da ética nas relações interpessoais, com a sociedade e com o meio ambiente e na condução dos negócios.

O código está publicado na íntegra na Intranet Corporativa da Empresa. Aqui estão registrados somente alguns tópicos que ajudam a compreender os princípios éticos que norteiam a Claro na condução de seus negócios:

- 5 **Relações com Clientes:** todos os clientes devem ser atendidos com eficiência, boa educação e com respostas claras, precisas e transparentes, de forma adequada e no prazo acordado; deve ser rigorosamente seguido o Código de Defesa do Consumidor.
- 6 **Relações com o Setor Público:** devem ser observados os mais elevados padrões de honestidade e integridade em todos os contatos com o setor público.
- 7 **Relações com Fornecedores:** a contratação de fornecedores deve sempre ser baseada em critérios técnicos, profissionais, éticos, com sinceridade, honestidade, cortesia, presteza e segundo as diretrizes estabelecidas na Política de Contratos; devem ser evitados negócios com fornecedores de reputação duvidosa, não sendo tolerada a contratação daqueles com suspeita de usarem mão-de-obra forçada, compulsória ou infantil.
- 8 **Relações com a Concorrência:** a Claro prima pela concorrência leal; as empresas concorrentes devem ser tratadas com o mesmo respeito com que a Claro deseja ser tratada.
- 9 **Relações com Acionistas:** deve ser mantido um relacionamento pautado na comunicação transparente e oportuna de informações que lhes permitam acompanhar as atividades e o desempenho da Claro, bem como buscar resultados que remunerem os investimentos, de acordo com as metas acordadas.

Coordenação Geral

RH Responsabilidade Social – Claro

Projeto Gráfico

Salem

Tiragem

1.000 exemplares

Editado em 2007



www.claro.com.br