



Balanço Social 2004



Acreditar é investir em um mundo melhor.

A Claro é uma empresa direcionada para o desenvolvimento tecnológico e humano. Talvez pouca gente se lembre, mas foi ela a iniciadora de um processo comercial que promoveu a democratização da telefonia celular no País. Além de investir em estratégias comerciais vencedoras e em novas tecnologias no mercado de telefonia móvel, a Claro tem uma especial vocação para promover idéias, atitudes e ações para o bem-estar social de seus funcionários e da sociedade como um todo.

Nesta publicação você vai conhecer um pouco das ações de Responsabilidade Social que estamos levando às diversas partes do Brasil. São projetos de diferentes dimensões, porém todos revestidos com as mesmas características: a promoção do respeito aos direitos e liberdades das pessoas com ênfase na educação, na cultura e no trabalho.

Conheça mais sobre o lado social da Claro, uma empresa que acredita numa sociedade justa para todos.

Índice

04 Demonstrativo do balanço social

07 Pacto Global

10 Visão, missão e valores

13 A empresa

Histórico

Acionista

Tecnologia e cobertura

Perfil dos clientes

Serviços comercializados

Diálogo com as partes interessadas

17 O mercado

19 A Claro e o Pacto Global

A Claro e os direitos humanos

A Claro e o trabalho

A Claro e o meio ambiente

A Claro e a ética

34 Instituições beneficiadas

35 Parceiros comerciais solidários

Mensagem do presidente

Nos últimos anos, as expectativas sobre o papel empresarial na sociedade impulsionaram o conceito da boa cidadania corporativa. Isso porque os líderes de grandes organizações tomam decisões importantes diariamente que afetam não apenas suas próprias comunidades, mas também o mundo como um todo – tanto sua população atual quanto a futura.

O desenvolvimento sustentável, a fome e a pobreza, os direitos humanos e a degradação ambiental são questões que exigem abordagens globais articuladas e compartilhadas pelos diferentes agentes sociais, não podendo ser olhadas apenas sob a perspectiva das políticas públicas locais. O desafio é gigantesco, mas cada um de nós desempenha um papel na mudança do mundo. E, embora isso possa parecer intimidador, poderá também ser uma fonte de energia coletiva.

É assim que a Claro encara sua responsabilidade social. Acreditando no seu poder de levar prosperidade econômica, aumentar padrões sociais, transferir tecnologia, gerar novos empregos e inserir comunidades em redes globais de produtos e serviços, a Claro vem orientando suas ações de responsabilidade social para o cumprimento dos dez princípios estabelecidos pela ONU no Pacto Global. Nosso propósito é catalisar os investimentos sociais e esforços de nossos funcionários e estagiários em ações que traduzam princípios aceitos internacionalmente. Dessa forma, garantimos nossa contribuição com valores universalmente sustentados e endossados.

Nas páginas seguintes estarão retratadas as contribuições econômicas, sociais e ambientais da Claro em suas áreas de atuação. Todas se relacionam, de alguma forma, com o Pacto Global, que norteou as ações da companhia durante o ano de 2004 e permeará de ponta a ponta as ações em 2005. É com essa expectativa que buscamos contribuir com a construção de uma sociedade mais justa, inclusiva e igualitária.

Luis Cosío

Presidente

Demonstrativo do balanço social modelo Ibase

1. BASE DE CÁLCULO	2004 Valor (mil reais)	2003 Valor (mil reais)
Receita líquida (RL)	5.230.000	2.990.000
Receita operacional (RO)	19.300	623.000
Folha de pagamento bruta (FPB)	359.108	258.559

2. INDICADORES SOCIAIS INTERNOS	Valor (mil reais)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (mil reais)	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentação	16.493	4,6%	0,3%	9.273	3,6%	0,3%
Encargos sociais compulsórios	114.664	31,9%	2,2%	60.733	23,5%	2,0%
Previdência privada	3.088	0,9%	0,1%	1.767	0,7%	0,1%
Saúde	12.274	3,4%	0,2%	7.144	2,8%	0,2%
Segurança e medicina do trabalho	483	0,1%	0,0%	819	0,3%	0,0%
Educação	0	0,0%	0,0%	0	0,0%	0,0%
Cultura	0	0,0%	0,0%	0	0,0%	0,0%
Capacitação e desenvolvimento profissional	9.070	2,5%	0,2%	4.258	1,6%	0,1%
Creches ou auxílio-creche	786	0,2%	0,0%	253	0,1%	0,0%
Participação nos lucros ou resultados	38.176	10,6%	0,7%	18.248	7,1%	0,6%
Outros	14.580	4,1%	0,3%	14.236	5,5%	0,5%
Total – Indicadores sociais internos	209.615	58,4%	4,0%	116.732	45,1%	3,9%

3. INDICADORES SOCIAIS EXTERNOS	Valor (mil reais)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil reais)	% sobre RO	% sobre RL
Educação	498	2,6%	0,0%	462	0,1%	0,0%
Cultura	7.339	38,0%	0,1%	946	0,2%	0,0%
Saúde e saneamento	240	1,2%	0,0%	0	0,0%	0,0%
Esporte	7.096	36,8%	0,1%	768	0,1%	0,0%
Combate à fome e segurança alimentar	0	0,0%	0,0%	0	0,0%	0,0%
Outros	139	0,7%	0,0%	8	0,0%	0,0%
Total das contribuições para a sociedade	15.312	79,3%	0,3%	2.184	0,4%	0,1%
Tributos (excluídos os encargos sociais)	0	0,0%	0,0%	0	0,0%	0,0%
Total – Indicadores sociais externos	15.312	79,3%	0,3%	2.184	0,4%	0,1%

4. INDICADORES AMBIENTAIS	Valor (mil reais)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil reais)	% sobre RO	% sobre RL
Invest. relacionados com a produção/operação da empresa	0	0,0%	0,0%	0	0,0%	0,0%
Investimentos em programas e/ou projetos externos	0	0,0%	0,0%	0	0,0%	0,0%
Total de investimentos em meio ambiente	0	0,0%	0,0%	0	0,0%	0,0%
Quanto ao estabelecimento de “metas anuais” para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa:	<input checked="" type="checkbox"/> não possui metas <input type="checkbox"/> cumpre de 51% a 75%		<input checked="" type="checkbox"/> não possui metas <input type="checkbox"/> cumpre de 51% a 75%			
	<input type="checkbox"/> cumpre de 0% a 50% <input type="checkbox"/> cumpre de 76% a 100%		<input type="checkbox"/> cumpre de 0% a 50% <input type="checkbox"/> cumpre de 76% a 100%			

5. INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL	2004	2003
Número de empregados ao final do período	11.400	8.437
Número de admissões durante o período	2.228	1.597
Número de empregados terceirizados	4.893	2.641
Número de estagiários	244	192
Número de empregados acima de 45 anos	293	206
Número de mulheres que trabalham na empresa	3.423	3.065
% dos cargos de chefia ocupados por mulheres	41,0%	38,0%
Número de negros que trabalham na empresa	667	N/A
% dos cargos de chefia ocupados por negros	3,0%	N/A
Nº de portadores de deficiência ou necessidades especiais	30	35

6. INFORMAÇÕES RELEVANTES QUANTO AO EXERCÍCIO DA CIDADANIA EMPRESARIAL	2004			Metas 2005		
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa	65			N/A		
Número total de acidentes de trabalho	58			49		
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção	<input checked="" type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos os empregados	<input type="checkbox"/> direção	<input checked="" type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos os empregados
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	<input checked="" type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos os empregados	<input type="checkbox"/> todos + Cipa	<input checked="" type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos os empregados	<input type="checkbox"/> todos + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos trabalhadores, a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> segue as normas da OIT	<input checked="" type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT	<input type="checkbox"/> não se envolverá	<input type="checkbox"/> seguirá as normas da OIT	<input checked="" type="checkbox"/> incentivará e seguirá a OIT
A previdência privada contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos os empregados	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos os empregados
A participação nos lucros e resultados contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos os empregados	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos os empregados
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade ambiental adotados pela empresa	<input type="checkbox"/> não são considerados	<input type="checkbox"/> são sugeridos	<input checked="" type="checkbox"/> são exigidos	<input type="checkbox"/> não serão considerados	<input type="checkbox"/> serão sugeridos	<input checked="" type="checkbox"/> serão exigidos
Quanto à participação de empregados em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apóia	<input checked="" type="checkbox"/> organiza e incentiva	<input type="checkbox"/> não se envolverá	<input type="checkbox"/> apoiará	<input checked="" type="checkbox"/> organizará e incentivará
Número total de reclamações e críticas de consumidores	na empresa 1.320.810	no Procon N/A	na Justiça N/A	na empresa 10%*	no Procon N/A	na Justiça N/A
% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas	na empresa 100%	no Procon N/A	na Justiça N/A	na empresa 100%	no Procon N/A	na Justiça N/A
Valor adicionado total a distribuir (mil reais)	Em 2004: N/A			Em 2003: N/A		
Distribuição do valor adicionado (DVA)	— % governo — % acionistas	— % colaboradores — % terceiros	— % retido	— % governo — % acionistas	— % colaboradores — % terceiros	— % retido



Pacto Global

Lançado em 1999 pelo secretário-geral da Organização das Nações Unidas (ONU), Kofi Annan, o Pacto Global é um programa que tem como objetivo mobilizar a comunidade empresarial internacional na promoção de valores fundamentais nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e ética.

O Pacto Global defende dez princípios universais, derivados da Declaração Universal dos Direitos Humanos, da Declaração da Organização Internacional do Trabalho sobre os Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho, da Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e da Convenção das Nações Unidas Contra a Corrupção:

Princípios de Direitos Humanos

- Respeitar e proteger os direitos humanos;
- Impedir a violação dos direitos humanos;

Princípios de Direitos do Trabalho

- Apoiar a liberdade de associação no trabalho;
- Abolir o trabalho forçado;
- Abolir o trabalho infantil;
- Eliminar a discriminação no ambiente de trabalho;

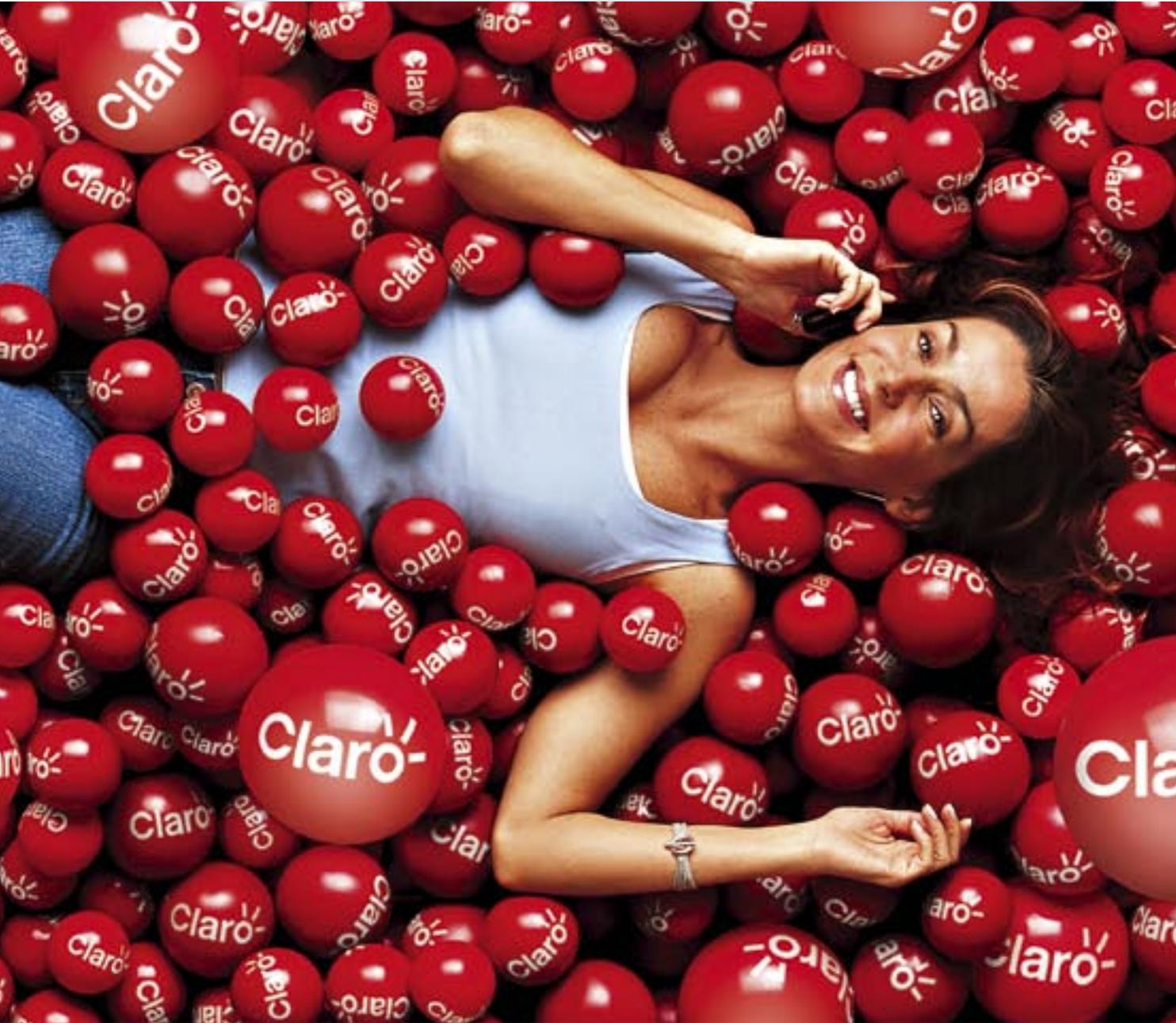
Princípios de Proteção Ambiental

- Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;
- Promover a responsabilidade ambiental;
- Incentivar tecnologias que não agredam o meio ambiente;

Princípio contra a Corrupção

- Combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.







Visão

Ser a marca de telefonia celular preferida por sua inovação, transparência, qualidade e proximidade ao cliente.

Missão

A Claro presta serviços de comunicação móvel de alta qualidade, em âmbito nacional, com uma rede integrada globalmente. É uma empresa sólida, confiável, fácil de fazer negócio e que gera consistentemente resultados superiores para seus acionistas.

Valores

- › Foco no cliente
- › Equipes e pessoas competentes e empreendedoras
- › Ética, integridade e transparência
- › Soluções em tecnologia voltadas às necessidades do cliente
- › Responsabilidade social e ambiental
- › Valorização de parceiros e fornecedores
- › Resultados superiores com custos competitivos



A empresa

Histórico

A Claro é resultado da união das operadoras ATL, Tess, Americel, Claro Digital, BCP São Paulo, BCP Nordeste e novas licenças adquiridas pelo grupo.

A empresa é controlada pelo grupo mexicano América Móvil, maior operadora de telefonia celular da América Latina. A América Móvil começou a adquirir participações em empresas brasileiras do setor em 2000. A consolidação das participações e a integração das operadoras foram realizadas por meio de sua subsidiária Telecom Américas. 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 agosto de 2003, foi anunciada a consolidação de todas as operações com identidade única, sob a marca Claro. A BCP SP foi incorporada ao grupo em dezembro de 2003. A Claro anunciou, em setembro de 2004, a aquisição de licença para operar no estado de Minas Gerais.

A Claro encerrou o ano de 2004 cobrindo uma área com 136 milhões de habitantes e presença em 20 estados (AC, AL, BA, CE, ES, GO, MG, MS, PB, PE, PI, PR, RJ, RN, RO, RS, SC, SE, SP e TO) e no Distrito Federal.

Acionista

A América Móvil é o principal acionista da Claro. É líder do mercado de telefonia celular na América Latina com sede no México. Tem 61,1 milhões de clientes de telefonia móvel no México, Argentina, Uruguai, Equador, Colômbia, Honduras, Nicarágua, Guatemala, El Salvador, Estados Unidos e Brasil. Na Nicarágua, na Guatemala e em El Salvador, a América Móvil tem também 1,9 milhão⁽¹⁾ de clientes na telefonia fixa.

(1) Relatório América Móvil (4Q04).

Tecnologia e Cobertura

A Claro utiliza as tecnologias GSM e TDMA. A tecnologia GSM (Global System for Mobile Communications) está presente em mais de 200 países e tem mais de 1 bilhão de clientes no mundo. A tecnologia TDMA oferece cobertura 100% digital em todos os estados do Brasil.

A operadora triplicou sua rede GSM ao longo do ano de 2004, oferecendo uma cobertura competitiva em todas as regiões em que atua. Em menos de dois anos, a cobertura GSM da Claro se tornou maior que a oferecida pela tecnologia TDMA. Além de investir na ampliação e melhoria da rede, a Claro levou telefonia celular para cidades que não contavam com esse tipo de serviço. A operadora encerrou o ano de 2004 com cobertura em mais de 1.520 cidades em todo o Brasil, o equivalente a 90% da população urbana das regiões atendidas pela empresa.

Perfil dos Clientes

A Claro atende pessoas físicas e jurídicas, com planos e serviços para todos os perfis de clientes. No mercado corporativo, a Claro possui clientes em todas as regiões em que atua, incluindo grandes, médias e pequenas empresas e entidades governamentais.

Serviços Comercializados

Além dos serviços pós-pago e pré-pago, a Claro oferece as inovações a seguir:

EDGE

A tecnologia EDGE, lançada pela Claro no primeiro semestre de 2004, garante aos clientes tráfego de dados a uma velocidade quatro vezes superior à disponível atualmente, chegando até 236 Kbps. A conexão é comparável à velocidade do acesso à Internet via banda larga e permite também acompanhar notícias de TV e assistir a filmes no celular. Toda a rede GSM Claro é compatível com a tecnologia EDGE, um avanço em direção ao sistema 3G, e sua implementação está sendo feita em etapas. Os estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Paraná e Santa Catarina foram os primeiros a usar a tecnologia.

Serviços diferenciados

O 'Claro Idéias' é um conceito inovador de serviços de telefonia móvel voltados especialmente para o público jovem. A iniciativa inclui serviços, interatividade, relacionamento, conteúdo exclusivo, mídia e eventos para os clientes da operadora nas tecnologias TDMA e GSM. A Claro mantém diversas parcerias para oferecer novos conteúdos aos clientes, como os serviços Hits, Hits Polifônicos, Hits MP3, Download de Jogos, Papéis de Parede, Protetores de Tela e Vídeo Download.



Serviços corporativos

Para o segmento corporativo, a operadora oferece o serviço Claro Direto, que utiliza a tecnologia Push to Talk over Cellular (PoC) para permitir que os usuários se comuniquem ao toque de um botão – tornando mais fácil e rápido o compartilhamento de informações também em grupo. O serviço complementou a oferta para o segmento corporativo e tem como alvo empresas que desejam agilizar o trabalho e incrementar a produtividade de suas equipes e de seus profissionais de campo nas mais diversas áreas – vendas, marketing, logística, segurança, manutenção, entre outras.

Diálogo com as Partes Interessadas

A Claro utiliza vários instrumentos para o diálogo com seus clientes, como mala-direta, encartes em conta, telemarketing, mensagens de texto, call center e outros.

Para entender o comportamento do cliente bem como do mercado, também são realizadas diversas pesquisas, tais como trackings de imagem e de satisfação.





Claró

O mercado

A telefonia móvel já é um dos principais meios de comunicação do brasileiro. Os números da Anatel confirmam essa tendência quando são contabilizados 66 milhões de usuários em dezembro de 2004. Em 2003, o número de assinantes era de 46 milhões.

O crescimento na telefonia móvel também é expressivo quando se fala em cobertura. O número de cidades cobertas em 2004 teve um acréscimo de quase 10%, um percentual significativo quando comparado com anos anteriores.

Compondo esse cenário, o mercado oferece inúmeros serviços de valor agregado que estão cada vez mais difundidos, graças às redes de GPRS/EDGE, tecnologia oferecida pela Claro, em que é possível uma transmissão maior para os inovadores serviços lançados pela operadora.

Fonte: Anatel e Atlas Teletime.



A Claro e o Pacto Global

A Claro e os Direitos Humanos

Os direitos humanos influenciam as ações da Claro desde o relacionamento com seus funcionários e estagiários até o seu investimento social na sociedade.

Na Empresa

Como parte de seu compromisso interno com o Pacto Global, a Claro promove políticas e estratégias corporativas que servem de apoio à prática dos direitos humanos.

A Claro oficializa sua atenção a esses direitos ao exigir que todos os gestores assinem e divulguem amplamente em sua equipe o Código de Ética e Conduta da Empresa. O conteúdo desse código tem como objetivo minimizar a subjetividade das interpretações pessoais sobre princípios morais e éticos.

O conteúdo do Código de Ética e Conduta da Claro será detalhado ao longo de todos os tópicos do Pacto Global. No entanto, considerando os valores fundamentais dos direitos humanos, vale destacar que a Claro, através desse código, garante a criação e manutenção de um ambiente de trabalho que assegure um clima de confiança e transparência na condução dos negócios da empresa e assume compromissos éticos com: funcionários e prestadores de serviços, comunidade em geral, clientes, sócios e acionistas e fornecedores de produtos e serviços.

O Código de Ética e Conduta da Claro está publicado em sua Intranet Corporativa, onde existe também uma ferramenta de Fale Conosco, por meio da qual os funcionários podem registrar suas opiniões e tirar dúvidas. Além disso, a Claro realiza anualmente uma pesquisa de Clima Organizacional. O resultado dessa pesquisa é material de trabalho da Diretoria para a elaboração do planejamento anual e para a constante revisão e aprimoramento do modelo de gestão da empresa.

A saúde e o bem-estar de seus funcionários e estagiários também é uma preocupação constante da Claro. Em 2004, foram realizadas as seguintes ações nessa área:

- › **Campanha de Saúde – Carnaval (fevereiro)**

Divulgação maciça de textos e dicas sobre DST (Doenças Sexualmente Transmissíveis), alimentação adequada para a folia, cuidados com exposição excessiva ao sol, bebida e direção etc.

- › **Dia Internacional da Mulher (março)**

Realização de uma semana da mulher com ações de conscientização sobre aleitamento materno, TPM, câncer de mama, útero, sexualidade e métodos contraceptivos.

- › **Dia Mundial da Saúde e da Luta Contra o Câncer e Dia Nacional de Prevenção e Combate à Hipertensão Arterial (abril)**

Ações interativas voltadas para assuntos como obesidade, sedentarismo, diabetes, técnicas de relaxamento, doenças respiratórias e alergias.

› **Dia Mundial Sem Tabaco (maio)**

Campanha de combate ao fumo, com realização do teste de Fagestrom e de capacidade pulmonar.

› **Perfil Saúde (junho)**

Divulgação maciça sobre doenças típicas do inverno e como preveni-las.

› **Combate ao Estresse (julho)**

Informações e demonstrações sobre terapias alternativas: técnicas de relaxamento, meditação, yoga, heiki, shiatsu, RPG etc.

› **Dia Nacional de Combate ao Colesterol e Dia Nacional de Combate ao Fumo (agosto)**

Medição de glicose e colesterol e divulgação de informações sobre a importância da alimentação equilibrada para uma vida saudável.

› **Campanha da Voz (setembro)**

Visita de fonoaudiólogos à Empresa a fim de orientar sobre cuidados com a voz e também com a audição.

› **Dia Mundial da Alimentação e Dia Nacional da Saúde Bucal (outubro)**

Divulgação maciça de informações sobre saúde bucal.

› **Dia Mundial e Nacional do Diabetes e Dia Nacional de Combate ao Câncer (novembro)**

Palestra e distribuição de material informativo sobre diabetes e prevenção do câncer.

› **Dia Mundial da Luta Contra a Aids (dezembro)**

Campanha institucional obrigatória sobre prevenção, tratamento e conscientização da Aids. Palestras com representantes de instituições não governamentais conhecidas.





Na Sociedade

O respeito à Declaração Universal dos Direitos Humanos é levado em consideração também para determinar os investimentos sociais da Claro.

Indicadores sociais externos da Empresa:

INDICADORES SOCIAIS EXTERNOS	2004 Valor (mil reais)	2003 Valor (mil reais)
Educação	498	462
Cultura	7.339	946
Saúde e saneamento	240	0
Esporte	7.096	768
Combate à fome e segurança alimentar	0	0
Outros	139	8
Total das contribuições para a sociedade	15.312	2.184



A seguir, a descrição de alguns projetos que buscam promover o respeito a esses direitos e liberdades por meio da educação, da cultura e do trabalho.

Instituto Bola Pra Frente

Localizado em Guadalupe, comunidade de baixa renda da zona norte do Rio de Janeiro, o Instituto Bola Pra Frente utiliza o fascínio do esporte e a imagem de atletas consagrados para atrair mais de 600 crianças e jovens, proporcionando a cada um deles, condições para um futuro melhor.

Iniciativa dos tetracampeões Bebeto e Jorginho, o instituto oferece, gratuitamente, diversas modalidades esportivas (futebol, futsal, caratê e vôlei), apoio pedagógico, preparação para o mercado de trabalho, aulas de informática, palestras e atividades culturais, além de atendimento por especialistas nas áreas de psicologia, serviço social, entre outras. Além de Jorginho e Bebeto, reforça o time do Bola Pra Frente a bicampeã mundial de caratê, Ciça.

Para participar do instituto, a criança ou jovem deve freqüentar regularmente a escola, o que é devidamente verificado por meio um acompanhamento pedagógico em parceria com as escolas da região. Com isso, o Bola Pra Frente garante educação em período integral e cumpre sua missão, que é a de "tirar a criança da rua e a rua da criança".



Mangueira do Amanhã

A Claro apóia esse projeto que tem como objetivo amparar a juventude da comunidade da Mangueira (Rio de Janeiro) desenvolvendo tendências artísticas através de cursos profissionalizantes de criação de fantasias, alegorias de veículos, estudos de percussão, para que, no futuro, esses jovens possam ser absorvidos dentro da própria Escola de Samba ou pelo mercado de trabalho.

Mangueira, teu Cenário é uma Beleza

Esse projeto, que oferece cursos profissionalizantes de Guia de Turismo Cultural, preparando os jovens da comunidade para o atendimento aos turistas brasileiros e estrangeiros que visitam a Mangueira (Rio de Janeiro), também recebe o apoio financeiro da Claro. Os guias treinados pelo projeto contam aos visitantes a história da Estação Primeira, seus personagens e vitórias.

Pedrinho do Cavaco

Em 2004, a Claro manteve o seu patrocínio à formação musical do jovem Pedro do Vale Bernardo, o Pedrinho do Cavaco. Pedrinho, jovem músico de talento promissor, é auxiliado pela Empresa através de patrocínio às aulas de piano, cavaquinho, canto, cursos de teoria musical e acompanhamento fonoterápico. O patrocínio será mantido no ano de 2005.

Núcleo Voluntário

O voluntariado empresarial é um compromisso quase intuitivo para a Claro, diante da sua capacidade e interesse crescente em desenvolver políticas e práticas socialmente responsáveis.

Por isso, a Claro lançou oficialmente seu Núcleo Voluntário no ano de 2004. O programa foi desenvolvido a fim de promover a doação do tempo e talento dos funcionários e estagiários da empresa, sem prejuízo de suas atividades profissionais.

Considerando que solidariedade e cidadania são valores que se completam e se reforçam, a Claro adotou duas frentes de trabalho através desse programa: campanhas de arrecadação de donativos e ações voluntárias na comunidade.



Arrecadação de Donativos

A Claro promove bimestralmente campanhas de arrecadação de donativos. As doações são realizadas pelos funcionários e estagiários dentro dos escritórios e lojas da Claro em todo o Brasil.

Tudo que é arrecadado é doado para alguma instituição de caridade local. A indicação de instituições pelos funcionários e estagiários é constantemente incentivada, pois a Claro entende que essa é a melhor maneira de garantir a idoneidade dos estabelecimentos e de aumentar o comprometimento e a participação de todos.

No ano de 2004 foram realizadas 15 campanhas, beneficiando 51 instituições em mais de 12 cidades. Com essas campanhas foram arrecadados:

Alimento	10.483,93	kg
	240,10	litros
	232	cestas de chocolate
Roupas e cobertores	3.348	peças
Material escolar/de informática	2.431	itens
Artigos domésticos e de higiene pessoal	1.260	itens
Livros, cartilhas e vídeos	809	itens
Brinquedos	512	itens

Vale ressaltar que a Claro convida seus parceiros comerciais e fornecedores a participarem de suas campanhas de arrecadação de donativos. A contribuição dessas empresas nos resultados das campanhas é sempre muito significativo, comprovando o poder de disseminação da prática social empresarial.

A Claro apoiou ainda, no Rio de Janeiro, o Mc Dia Feliz, promovendo a venda dos produtos da campanha em seus escritórios. Realizou também uma série de doações de aparelhos celulares e de brindes para instituições e escolas da rede pública das comunidades em que atua.

Em 2004, a Claro se tornou oficialmente voluntária do Inca (Instituto Nacional de Câncer), no Rio de Janeiro, e doou 5 cadeiras para a realização de quimioterapia no hospital HC3, especializado em câncer de mama. Por sua aproximação e parceria com o hospital, a Claro recebeu do Inca uma homenagem de Voluntário de Destaque em 2004.

Em Porto Alegre, a Claro ajudou também no financiamento da reforma da capela do Complexo Hospitalar da Santa Casa de Porto Alegre, que comemorou, em 2003, dois séculos de assistência à saúde como uma organização em sintonia com a vanguarda da medicina.

Ações Voluntárias na Comunidade

A Claro promove mensalmente, durante meio dia de expediente, ações voluntárias na comunidade, com a participação de seus funcionários e estagiários. O objetivo maior desse projeto é promover e estimular a experiência do trabalho voluntário entre os colaboradores da Claro.



Em 2004 foram realizadas inúmeras ações na comunidade, como:

› **Leitura para Deficientes Visuais (Rio de Janeiro)**

Voluntários ensaiaram e realizaram a leitura dramatizada de uma peça de teatro para crianças com deficiência visual do Instituto Benjamin Constant.

› **Campanha do Agasalho (Porto Alegre)**

Voluntários distribuíram roupas, agasalhos e cobertores arrecadados internamente no Albergue dos Mendigos.

› **Gincana Matuto Cidadão (Recife)**

Gincana entre os funcionários para a arrecadação e doação de roupas, alimentos e materiais de higiene pessoal.

› **Combate à Hanseníase (Rio de Janeiro)**

Os voluntários participaram ativamente de uma campanha de conscientização e combate à hanseníase na comunidade de Belford Roxo. A campanha foi promovida pelo Morhan (Movimento de Reintegração das Pessoas Atingidas pela Hanseníase).

› **Olimpíadas da Solidariedade (Ceará)**

Competição entre os funcionários e estagiários para a arrecadação e doação de alimentos.

› **Ninho dos Sonhos (Porto Alegre)**

Os voluntários foram à comunidade distribuir cestas de Páscoa para crianças em situação de risco social.

› **Futebol Solidário (Rio de Janeiro)**

Torneio de futebol dos funcionários e estagiários da Claro que acontece anualmente nos campos do Instituto Bola Pra Frente. Além do campeonato de futebol, os participantes disputam uma gincana solidária que arrecada centenas de quilos de biscoito e achocolatados para o lanche das crianças e adolescentes que participam do projeto. Em 2004 foram mais de 20 times inscritos, garantindo a integração dos funcionários com o instituto.

› **Dia das Crianças (Campinas e Porto Alegre)**

Voluntários doaram brinquedos e realizaram atividades de recreação com crianças de comunidades carentes.

› **Saúde Bucal (Porto Alegre)**

Voluntários, junto com dentistas, realizaram palestras para pais e alunos da creche Lar da Criança e Pastoral sobre a importância da saúde bucal.

› **Festa de Natal (Rio de Janeiro)**

Voluntários realizaram atividade de recreação com as crianças soropositivas que participam do projeto ConvHIVendo, do Hospital Universitário Gafree Guinle.

› **Natal sem Fome (Porto Alegre, Brasília e Porto Velho)**

Voluntários montaram e distribuíram cestas básicas em localidades carentes das cidades.

A Claro acredita que o voluntariado empresarial é uma rota estratégica que traz ganhos para a empresa, a comunidade e os funcionários. Do lado social, permite reduzir problemas que atingem verdadeiramente a comunidade, resultando em melhorias na qualidade de vida e ajudando a construir uma sociedade mais saudável. No âmbito dos negócios, programas de voluntariado empresarial auxiliam no desenvolvimento de habilidades pessoais e profissionais, promovem a lealdade e a satisfação com o trabalho e ajudam a atrair e a reter funcionários qualificados.

A Claro e o Trabalho

Os quatro princípios do Pacto Global referentes às relações de trabalho são baseados na Declaração de Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho, da Organização Internacional do Trabalho (OIT).

Na Empresa

A Claro cumpre todas as exigências da legislação trabalhista e previdenciária do Brasil, assim como os acordos da Organização Internacional do Trabalho (OIT) homologados pelo governo brasileiro.

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

Além das exigências legais, a Claro oferece a seus funcionários inúmeros benefícios. Seguem as informações do total da folha de pagamento da Claro e seus principais indicadores sociais internos:

FOLHA DE PAGAMENTO	2004 Valor (mil reais)	2003 Valor (mil reais)
Folha de pagamento bruta (FPB)	359.108	258.559

INDICADORES SOCIAIS INTERNOS	2004 Valor (mil reais)	2003 Valor (mil reais)
Alimentação	16.493	9.273
Encargos sociais compulsórios	114.664	60.733
Previdência privada	3.088	1.767
Saúde	12.274	7.144
Segurança e medicina no trabalho	483	819
Educação	0	0
Cultura	0	0
Capacitação e desenvolvimento profissional	9.070	4.258
Creches ou auxílio-creche	786	253
Participação nos lucros ou resultados	38.176	18.248
Outros	14.580	14.236
Total – Indicadores sociais internos	209.615	116.732

A Claro, através de seu Código de Ética e Conduta, garante proporcionar iguais oportunidades de emprego a todas as pessoas qualificadas, sem nenhum tipo de discriminação por raça, cor, religião, nacionalidade, sexo e condição social. As oportunidades de emprego incluem o recrutamento e contratação, condições e privilégios de emprego, compensações, benefícios, treinamento, avaliação, promoção e movimentos laterais. É considerado antiético, ilegal e reprovável, sob todos os aspectos, o preconceito, o assédio ou constrangimento de colegas ou pares para obter benefício de qualquer espécie.

Nesse código, a Claro se compromete ainda a exigir que o relacionamento entre seus funcionários, independentemente do cargo ou função que ocupam, seja de respeito mútuo, sinceridade e coleguismo, a fim de manter o bom clima organizacional. E caracteriza como antiético o emprego de parentes em condições que denotem parcialidade e possível conflito de interesses.

INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL	2004	2003
Número de empregados ao final do período	11.400	8.437
Número de admissões durante o período	2.228	1.597
Número de empregados terceirizados	4.893	2.641
Número de estagiários	244	192
Número de empregados acima de 45 anos	293	206
Número de mulheres que trabalham na empresa	3.423	3.065
% dos cargos de chefia ocupados por mulheres	41,0%	38,0%
Número de negros que trabalham na empresa	667	N/A
% de cargos de chefia ocupados por negros	3,0%	N/A
Nº de portadores de deficiência ou necessidades especiais	30	35

N/A - número não apurado no período.



› **Qualificação de Pessoas Portadoras de Deficiência Física**

A garantia de acesso ao trabalho para pessoas portadoras de deficiência é prevista tanto na legislação internacional como na brasileira. No Brasil, as cotas de vagas para pessoas com deficiência foram definidas pela Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991.

No entanto, a falta de vagas para pessoas portadoras de deficiência física é um problema social e cultural grave no Brasil. Como causa principal, pode ser destacada a falta de acesso à escolaridade formal, visto que a preparação de profissionais em educação especial é precária e deve ser melhorada em diversos aspectos e que os recursos didáticos e tecnológicos adequados ainda não são de domínio das redes de educação pública.

Além disso, a falta de projetos de desenvolvimento profissional voltados especificamente para este público também os coloca em situação de desvantagem na competição por espaços no mercado de trabalho e dificulta enormemente a tarefa das empresas na contratação de profissionais devidamente qualificados.

É um compromisso de Responsabilidade Social interferir nesse cenário. Por isso, a Claro, em parceria com o Ministério do Trabalho e com o Ministério Público do Trabalho, criou um programa de capacitação profissional específico para pessoas portadoras de deficiência física. Em 2004, a Claro capacitou 96 profissionais. Por esse projeto, a Claro recebeu o prêmio TOP RH da APRH Campinas.

Na Sociedade

Segundo o IBGE, o Brasil tem mais de 26 milhões de adolescentes, com idade entre 10 e 17 anos. Isso representa aproximadamente 16% da população brasileira. E o momento em que esses jovens chegam ao mercado de trabalho não é exatamente animador.

O problema do elevado desemprego entre os jovens brasileiros insere-se num círculo vicioso que envolve o aumento do número de jovens no País, a baixa escolaridade ou baixa qualidade do ensino oferecido e a diminuição do número de oportunidades de emprego.

Essa situação impede a conquista do primeiro emprego por falta de experiência e impossibilita a experiência por falta de emprego.

Facilitar o ingresso do jovem no mundo do trabalho, como meio de transformar a sua realidade pessoal e social, é um dos grandes desafios do nosso tempo. Mas não se trata apenas de gerar empregos. Trata-se de permitir a formação profissional do adolescente, sem comprometer os seus estudos e contribuindo para o seu desenvolvimento como pessoa.

Isso porque, além dos direitos reservados a todos os seres humanos, as crianças e adolescentes possuem direitos especiais. Assim, qualquer programa de desenvolvimento profissional, envolvendo menores de idade, deve ser implementado e gerido de forma responsável e em conformidade com o Eca (Estatuto da Criança e do Adolescente).

Foi com essa filosofia que a Claro desenvolveu seus programas profissionalizantes para jovens talentos brasileiros:

› Patrulheiros

Em parceria com o Círculo de Amigos do Menor Patrulheiro (Camp), a Claro contrata jovens entre 15 e 18 anos, no Rio de Janeiro e em Campinas, para estágio em diversas áreas da companhia. O programa abrange acompanhamento escolar, cursos de apoio à formação acadêmica, palestras, eventos culturais e orientações para inserção no mercado de trabalho.

Em 2004, foram capacitados 85 jovens para a vida profissional e social. Destes, 53 estavam ativos no programa em dezembro de 2004. Dos 32 que atingiram a maioridade, 17 foram contratados como funcionários da Claro e 6 em parceiros comerciais da empresa, resultando numa taxa de emprego de 72%.

› Menor Aprendiz

Proveniente da Lei do Aprendiz (Lei nº 10.097 de 19 de dezembro de 2000), esse programa possibilita ao jovem de 14 a 17 anos, necessariamente matriculado em Ensino Fundamental ou Médio, a oportunidade de receber formação técnico-profissional, conciliando o desafio social de estudo e a qualificação profissional. A formação teórica dos jovens é realizada através de instituição do Sistema S de ensino. Dependendo do curso e do estado em que o adolescente participa do programa, a formação compreende também a teoria alternando com a prática na empresa.

Em 2004, participaram do programa 43 jovens. Destes, 30 estavam ativos no programa em dezembro de 2004. Dos 13 que completaram o programa, 3 já foram contratados em parceiros da Claro, resultando numa taxa de emprego de 23%.

› **Jovem Atendente**

Com este programa, a Claro oferece a jovens que participam dos programas Patrulheiros e Menor Aprendiz a oportunidade do primeiro emprego na própria Empresa. Após passarem por processo seletivo envolvendo exame fonoaudiológico, prova de português/matemática e entrevista, os jovens selecionados são contratados como Jovens Atendentes no SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente) ou em Lojas próprias, dando início a sua carreira profissional dentro da Claro.

› **Banco de Talentos**

A Claro busca, sempre que possível, oferecer boas oportunidades profissionais aos jovens que completam de modo satisfatório seus programas profissionalizantes. Entretanto, a Claro forma mais jovens nos programas do que o número total de oportunidades disponíveis na Empresa.

Foi a partir dessa constatação que nasceu o Banco de Talentos. Por meio desse banco de dados, os currículos dos jovens são encaminhados para vagas em empresas parceiras da Claro. Cada vez mais a Claro busca a adesão de novos parceiros comerciais para encaminhamento de currículos de jovens talentos, aumentando sua rede de relacionamento e proporcionando a um número maior de jovens a realidade do primeiro emprego.

A receptividade dos parceiros da Claro com os currículos encaminhados é muito boa, e o rendimento dos jovens nessas oportunidades é motivo de elogios aos programas sociais da empresa.

A Claro e o Meio Ambiente

Atualmente já é muito difundida a responsabilidade que cada indivíduo tem de proteger e trabalhar para a conservação do meio ambiente, assumindo compromisso com sua geração e com as gerações futuras.

A Claro, através de seu Código de Ética e Conduta, se compromete a manter a preocupação com a preservação do meio ambiente, bem como com o correto tratamento das questões ambientais, como uma constante na sua filosofia empresarial. Dessa forma, a Empresa garante o cumprimento da legislação vigente em todos os atos e operações da corporação.

Além disso, em 2004 foi realizado um levantamento que constatou que mais de 90% do resíduo descartado pela Claro é composto por material reciclável, sendo 70% papel. A reciclagem de papel reduz os poluentes liberados no ar e despejados na água, requer menos energia elétrica do que o processo de obtenção de papel da polpa de madeira, além de reduzir a necessidade de derrubar árvores.

Por isso, a Claro aumentou em 2004 o número de estados com programas de reciclagem. Atualmente, Rio de Janeiro, São Paulo, Campinas, Recife e Porto Alegre já reciclam seus resíduos.

O Programa Reciclar Claro prevê a criação de maior consciência entre os funcionários e estagiários da Empresa sobre desperdício e reciclagem de materiais. O programa é inteiro baseado nos 3Rs do consumo consciente: Reduzir, Reutilizar e Reciclar.

Considerando que a questão ambiental não pode ser desassociada da social, a Claro adotou a estratégia de comercializar o seu resíduo reciclável e doar a receita gerada para projetos sociais como:

› Rio de Janeiro

O projeto escolhido foi o Tecendo Rede, promovido pela ONG ConvHIVendo, que atua no Hospital Universitário Gafree Guinle. O projeto oferece cursos gratuitos de artesanato, gerando uma ocupação saudável, além de constituir uma opção de trabalho e renda para os portadores de HIV e seus familiares.

› Campinas

O projeto escolhido foi o Esperança e Vida, uma ONG fundada há 12 anos para prestar gratuitamente apoio nas áreas médica, psicológica e profissional a adultos soropositivos da comunidade onde a Claro atua.

› São Paulo

A receita da reciclagem é doada para apoiar crianças com câncer da Casa Maria Helena.

› Recife

Apoio ao GAC (Grupo de Ajuda à Criança Carente com Câncer). O GAC presta assistência ao Centro de Oncologia Pediátrica do Hospital Universitário Oswaldo Cruz.

A Claro e a Ética

Ética, em simples palavras, pode ser entendida como a honestidade da conduta humana.

A Claro, assim como qualquer empresa, é constituída essencialmente por seus talentos humanos. Por isso, é o padrão de conduta destes que irá determinar seu posicionamento como uma empresa ética ou não.

O Código de Ética e Conduta da Claro estabelece que seus funcionários precisam, acima de tudo, zelar pela manutenção da ética nas relações interpessoais, nos negócios, nas relações com a sociedade e com o meio ambiente.

Estabelece ainda que a Empresa prima pelo respeito à legislação vigente em todas as suas operações, não pactuando com a ilegalidade em nenhuma circunstância, uma vez que determina formalmente que não existe alçada para aprovação de qualquer operação que contrarie os dispositivos legais.



Todos os registros dos negócios da Empresa devem ser preparados de forma exata, portanto:

- › É política da Empresa registrar todos os custos e encargos de acordo com os princípios de contabilidade aceitos;
- › Todos os registros e contas deverão ser suficientemente detalhados e refletir clara e precisamente as transações e disposição dos ativos da Empresa;
- › Todos os fundos ou ativos devem ser claramente declarados, e nenhum outro fundo ou ativo poderá ser mantido pela Empresa ou seu pessoal, para propósitos ilegais;
- › Nenhum pagamento ou obséquo poderá ser recebido em nome da Empresa, para nenhum outro propósito que não seja o descrito nos documentos de suporte e nos registros mantidos pela Empresa.

Ainda em relação aos pagamentos, a Empresa proíbe, de modo absoluto, o uso de fundos da empresa para pagamentos irregulares de qualquer natureza, a qualquer pessoa ou organização, a fim de obter vantagens em negócios ou influenciar suas decisões. Essa proibição formalmente inclui:

- › Quaisquer pagamentos a autoridades locais ou estrangeiras ou a empregados de agências governamentais que não sejam legalmente exigidos;
- › A concessão de qualquer tipo de vantagem ou a divisão de honorários com pessoas que representem os clientes ou os fornecedores da Empresa ou órgãos públicos.

Nas relações políticas, a Claro determina que seus funcionários têm o direito de apoiar o partido político ou candidato de sua preferência pessoal ou participar individualmente de quaisquer atividades políticas lícitas, já que se trata de decisão pessoal.

Contudo, a Empresa, enquanto entidade, deve sempre ser mantida eqüidistante de partidos políticos, sendo apenas incentivadora da democracia e da livre iniciativa. Portanto, qualquer contribuição a movimentos partidários ou comitês políticos e a candidatos ou ocupantes de cargos eletivos públicos em nome da Empresa é proibida.

Em suma, a Claro espera de todos os seus funcionários uma conduta irrepreensível, pautada na honestidade, seja no trabalho, seja nas suas relações pessoais, e considera antiético o uso de informações privilegiadas em benefício próprio. A Empresa considera transgressão a seu Código de Ética e Conduta qualquer ato contrário à Lei, praticado por qualquer de seus associados, dentro ou fora do horário de trabalho.

Instituições beneficiadas

Abrigo Cristo Redentor	Escola de Cadetes de Campinas
Ação da Cidadania	Escola E. C. Maria de Nazar
Apala (Associação de Pais e Amigos de Leucêmicos de Alagoas)	Escola Municipal Valdir Azevedo Franco
Arca (Amor e Respeito à Criança e ao Adolescente)	Fundação Bem-te-vi
Asilo de Idosos Vila Vicentina	GAC (Grupo de Ajuda à Criança Carente com Câncer)
Asilo Nossa Senhora do Carmo	Hospital Universitário Gafree Guinle
Asilo São Vicente de Paula	Inca (Instituto Nacional do Câncer)
Associação Aliança dos Cegos	Instituto Bola Pra Frente
Associação Beneficente O Pequeno Nazareno	Invest
Associação Projeto Roda Viva	Lar Assistência Vicentina Frederico Ozanan
Associação Servos da Restauração	Lar da Criança
Banco Rio de Alimentos	Lar da Criança Feliz
Casa Assistencial Maria Helena Paulina	Lar da Criança Padre Frank Nilmar
Casa da Criança de Sosas	Lar de Maria
Casa da Criança Dr. João de Moura	Lar Fabiano de Cristo
Casa do Abrigo de Hortolândia	OAF (Organização de Auxílio Fraternal do Recife)
Casa Lar Santa Catarina – Fundac RN	Orfanato Lar Maria de Lourdes
Casa Ronald McDonald	Pastoral da Criança
Centro Corsini	Posto de Assistência Chico Xavier
Centro de Recuperação Manaim	Pousada Interiorana Cristã
Centro Educacional Cantinho da Natureza	Pró Criança Cardíaca
Ceparh (Centro de Pesquisa e Assistência em Reprodução Humana)	Recanto da Criança
Cipó – Comunidade Interativa	Refazer
ConvHIVivendo	Ressurgir Escola de Família
Creche Comunitária Vila Esperança	Sociedade Pobres Servos da Divina Providência
	Spectaculu – Escola Fábrica de Espetáculos

Parceiros comerciais solidários

Aldeia	Montara
Alphapagers	Moretz
Apoio	Naju
BGT	Nova Ate
BIT 2000	Ocitel
Business Iguazu	Packvalle
Búzios Propaganda	Ponto Certo
Celular & Cis	Primus
Celular e Celular	Qualitynet
Clarity	Recorseg
Claro Service	Rede IP
Consultcom	Riclau
Contato Brasil	S&M
Corp Rio	Sigma & Quantum
Digite Serviços	SL Tecnologia
Elos Vantel	Soluções Claro
Estrela Digital	Star Nit
FJM	Take Sell
FRF	Technocell
Galwer	Three Quality
Giro Soluções	Topcom
Husby	TPNET
IEN	Unicel
KGTEL	V Pinheiro (Blue Life)
Lanport	V&E (CID SHOP)
LDG RIO	Valor Agregado
Lidexx	Viacell
Logical Systems	Vision Rio
Lotus	VTS
Macrotel	WW Rocha
Mobilink	

Coordenação geral

TH & Q Responsabilidade Social – Claro

Fotos

Arquivo Claro

Projeto gráfico

Gad'Design

Tiragem

1.500 exemplares

Editado em 2005



Claro que
você tem mais.

