



O MERCADO

Em 2006, os Correios distribuíram 8,6 bilhões de objetos postais, com um crescimento nominal de sua receita de vendas de 10,6% em relação ano anterior.

CONQUISTAS

Em 2007, com o Banco Postal, os Correios venceram, na categoria Responsabilidade Social, o World Mail Awards 2007, uma espécie de Oscar do mundo postal. A entrega ocorreu em Londres. O prêmio, criado em 2000, é concedido anualmente às melhores práticas desenvolvidas pelas empresas prestadoras dos serviços de correio, público e privado, em todo o mundo. O correio brasileiro foi vencedor também em 2002, na categoria Consumidor, pela distribuição anual, antes do início do ano letivo, de cerca de 100 milhões de livros didáticos para 150 mil escolas do ensino fundamental, como parte do Programa Nacional do Livro Didático - PNLD.

Em 2006, os Correios receberam o prêmio Top of Mind na categoria Empresa Eficiente. Considerado o mais importante prêmio de marketing do Brasil, é reconhecido por sua metodologia de análise de dados, onde se estabelece um ranking das marcas mais lembradas em quesitos como preocupação com o meio ambiente e investimento em cultura.



HISTÓRIA

O desenvolvimento dos serviços postais no Brasil começou com a chegada de Pedro Álvares Cabral em 1500 e a primeira carta escrita por Pero Vaz de Caminha. A partir daí, os serviços postais foram prestados por Correios-Mor do Reino, até 1797. Em 1798, instala-se no Rio de Janeiro a Administração do Correio. Durante o período da Regência do Príncipe Dom João, entre 1808 a 1821, ocorreu o estabelecimento dos serviços de correios no interior do país e sua ligação com o Rio de Janeiro.

Após a Revolução de 1930, Getúlio Vargas instituiu a Direção-Geral dos Correios como repartição Geral dos Telégrafos, dando origem ao Departamento de Correios e Telégrafos – o DCT –, que a partir de 1969 passou a se chamar Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos.

Instituída em 20 de março de 1969 como empresa pública vinculada ao Ministério das Comunicações, a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos completou 38 anos em 2007.

PRODUTOS/SERVIÇOS

Com uma extensa linha de produtos e serviços, a empresa se consolida como referencial e exemplo de qualidade. Para cada cliente, para cada necessidade, os Correios oferecem uma solução personalizada. No setor de encomendas expressas, por exemplo, o SEDEX lidera o segmento no Brasil e já conta com outras modalidades, como o e-SEDEX, o SEDEX 10, o SEDEX Hoje e o SEDEX Mundi.

Outros serviços facilitam a vida das empresas e dos clientes. A Logística Reversa possibilita a remessa de mercadorias ou documentos em devolução, sem ônus para o consumidor; o Correios Log é ideal para atender às necessidades de logística das empresas; o Correios Entrega Direta introduziu



Saíra Sodré

um novo conceito de distribuição de publicações periódicas no país, e o Disque Coleta abrange a coleta de encomendas.

No setor de importação e exportação, os destaques são o Exporta Fácil, um grande aliado dos empresários que buscam acesso ao mercado exterior para seus produtos, e o Importa Fácil, pelo qual pessoas físicas ou jurídicas de qualquer cidade do Brasil podem importar suas mercadorias.

No comércio eletrônico, os Correios criaram o CorreiosNet Shopping, uma solução completa



para pequenas e médias empresas que queiram hospedar sua loja na internet.

O Banco Postal, numa parceria com o Bradesco, leva serviços financeiros até as pequenas localidades, graças à extensa rede de agências dos Correios.

Para fazer frente a toda essa diversidade de produtos e serviços, os Correios contam com 52 mil carteiros, entregando cerca de 35 milhões de objetos por dia. São 12.343 agências, 25.379 caixas de coletas e uma agência virtual no site da empresa (www.correios.com.br), segundo maior do mundo no setor, com 9 milhões de usuários únicos por mês, atrás apenas do correio americano. Além disso, conta com mais de 44 mil veículos entre aviões, caminhões, vans, motos e bicicletas.

EVOLUÇÕES RECENTES

Para manter toda sua estrutura funcionando de forma eficiente, com o grau de confiabilidade exigido pelo mercado, os Correios investem em novas ferramentas tecnológicas.

No campo da infraestrutura de TI, a empresa conta com a Rede Corporativa de Dados, Voz e Imagem, integrando unidades de atendimento e operacionais.

Na área de logística e transporte, os Correios operam com moderno e abrangente sistema de rastreamento de objetos. Assim, o cliente pode acompanhar, pela internet, o trajeto da sua encomenda ou correspondência registrada, até a entrega ao destinatário.

COMUNICAÇÃO

Os Correios adotam uma comunicação alinhada com as expectativas das pessoas com as quais se relacionam. Seu modelo administrativo é baseado em princípios éticos, voltados para o crescimento da empresa, dos empregados, dos consumidores e da comunidade, por meio de um posicionamento



sustentável. Além disso, comunica seus produtos e serviços, ações institucionais e sociais por meio de um mix integrado que engloba propaganda e publicidade, relações públicas, patrocínios, eventos, ações promocionais e comunicação interna.

No marketing esportivo, as ações de patrocínio estão voltadas para os esportes aquáticos – há 16 anos – e para o futsal – desde 2004 –, por meio do apoio às respectivas confederações. Graças ao patrocínio dos Correios, as modalidades aquáticas foram as que mais obtiveram medalhas para o País. Nos últimos quatro Pan-Americanos, surgiram ídolos como Gustavo Borges (recordista de medalhas em Jogos Olímpicos), Fernando Scherer e, recentemente, Thiago Pereira (recordistas de medalhas em Pan-Americanos). No futsal, esporte genuinamente brasileiro que conta com patrocínio oficial dos Correios, o Brasil também se destaca no cenário mundial, com uma das melhores seleções, contando com a presença do ídolo Falcão, eleito pela Fifa o melhor jogador de futsal do mundo, em 2004.

Em relação à cultura, os Correios apóiam e patrocinam projetos e manifestações artísticas, tendo como principal proposta a democratização dos bens culturais e a preservação da integridade e da identidade social da nação. A empresa também mantém dois centros culturais, um na cidade do Rio de Janeiro e outro em Salvador, com previsão de inaugurar outros dois centros, em Recife e São Paulo. Em Brasília, existe o Museu Nacional dos Correios que, após reforma, abrigará a história postal num espaço de 4 mil metros quadrados.

VALORES DA MARCA

Quando o assunto é confiança nas instituições, os Correios continuam na frente, pois a empresa tem uma profunda ligação com o Brasil. O vínculo da empresa com a população é parte da história da organização em seus longos anos de prestação de serviços à sociedade. Considerada uma das instituições mais admiradas do País e uma das mais identificadas com o povo brasileiro, está presente nos mais diversos pontos do País.

Sinônimo de confiança, credibilidade e seriedade, os Correios estão cada vez mais preparados para enfrentar os desafios do mercado



Abel Fragata

e atender às demandas da sociedade, graças à execução de projetos de modernização da infraestrutura, ampliação da qualidade e expansão dos serviços.

A 6ª edição da pesquisa Marcas de Confiança, realizada recentemente pela Revista Seleções e pelo IBOPE, revelou que os Correios têm 81% de aprovação da população em confiança. O levantamento é feito todos os anos desde 2002 e destaca as marcas mais confiáveis do mercado, escolhidas pelos quase dois milhões de leitores da revista. A pesquisa avalia 36 tipos de produtos, seguindo critérios como credibilidade, atendimento ao consumidor e responsabilidade social.

A pesquisa conduzida pelo Instituto Vox Populi, em 2005, também aponta os Correios como a instituição de maior credibilidade do Brasil, com 90,2% de confiança popular, sendo superada apenas pela Família.



Satiro Sodré

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE CORREIOS

• Operação Logística do PAN

Os Correios foram contratados como operador logístico oficial dos XV Jogos Pan-Americanos Rio 2007, por sua condição de realizar operações dessa natureza com alto grau de complexidade. Toda a movimentação de cargas nos locais dos jogos e a logística reversa, após o evento, ficaram sob a responsabilidade do CorreiosLog, numa operação que envolveu mais de 800 profissionais.

