



## MERCADO

A marca Correios é a expressão da atividade postal brasileira. Designa uma empresa cuja tradição se confunde com a história do País e do Estado brasileiro.

A marca está associada a relevantes ações de programas sociais do Governo. Por estar presente em todos os 5.560 municípios brasileiros é, em muitos desses pontos mais remotos, a única representação do governo federal.

A estrutura da empresa é composta por 12 mil agências, 314 mil caixas postais comunitárias, 23 mil caixas de coleta, 8 mil postos de vendas de produtos, 56 centros de tratamento, 849 centros de distribuição domiciliar e uma agência virtual (no site [www.correios.com.br](http://www.correios.com.br)).

Com 111 mil empregados, é a maior empregadora pública celetista do País e possui uma frota de 44 mil veículos, entre caminhões, vans, motos e bicicletas. Encaminha, diariamente, cerca de 36 milhões de objetos.

A busca por novas tecnologias e novos mercados, o investimento em capacitação profissional e a excelência no atendimento ao cliente levaram a empresa a alcançar, em 2007, o maior lucro líquido da década atual. Com isso, a empresa repassou, entre impostos e dividendos, um total de R\$ 1,152 bilhão à União. Em 2008, a estimativa de faturamento é de R\$ 10,7 bilhões.

## CONQUISTAS

A certeza de corresponder às necessidades de seus clientes é a principal conquista dos Correios. Essa certeza é comprovada pelos resultados das diversas pesquisas realizadas tanto no Brasil como no exterior. Em uma delas, conduzida pela Vox Populi, apurou-se um índice de satisfação de 90,6% entre as empresas usuárias de serviços de mensagem e marketing direto. Entre as pessoas físicas, os Correios aparecem como principal meio para "encaminhamento de docu-



mentos formais". Este ano, os Correios foram eleitos, pela sétima vez consecutiva, a instituição mais confiável do país na pesquisa 'Marcas de Confiança 2008', realizada pela Revista Seleções de Reader's Digest. A instituição lidera também



a pesquisa Top of Mind da revista Amanhã, em quesitos como "empresas preocupadas com o meio ambiente" e "empresas que mais investem em cultura". Os Correios ficaram ainda em primeiro lugar em respeitabilidade entre as empresas de correios de todo o mundo e em segundo lugar no ramo de logística, conforme ranking divulgado em 2008 pela revista norte-americana Forbes.

## HISTÓRIA

A história dos Correios brasileiros acompanha a história do Brasil desde o seu descobrimento. Foi por meio de uma carta, escrita por Pero Vaz de Caminha, em 1500, que o rei de Portugal tomou conhecimento da beleza natural da nova terra descoberta por Cabral. Desde então, as correspondências, oficiais ou não, passaram a fazer parte integrante dos momentos que marcaram o desenvolvimento do País.

Para preservar a história dos Correios está em desenvolvimento um projeto de recuperação e restauração da memória do serviço postal e telegráfico no Brasil. Brevemente, esse projeto resultará na reabertura do Museu Nacional dos Correios, localizado em Brasília.

## PRODUTOS E SERVIÇOS

Os Correios possuem hoje mais de mil produtos e serviços em seu portfólio. No setor de encomendas expressas, mantém uma destacada liderança com a marca SEDEX, que opera com a maior cobertura nacional e o mais alto grau de credibilidade, rapidez e segurança.

O serviço de Logística Reversa assegura a possibilidade de devolução da mercadoria ou documento, sem ônus para o consumidor. É muito utilizado, por exemplo, para produtos eletrônicos. Caso estes apresentem defeito, os Correios devolvem o produto à origem.

O CorreiosLog, serviço de logística integrada, oferece soluções, consultoria logística e gerenciamento completo da cadeia de valor (recebimento, armazenagem, expedição, transporte, distribuição e logística reversa).

Já o Exporta Fácil oferece facilidades para empresas e pessoas físicas (artesãos, agricultores etc.) que desejem exportar seus produtos de maneira mais simples para mais de 200 países. O Importa Fácil, por sua vez, oferece facilidades para cientistas, empresas e pessoas físicas que desejam importar produtos.

Outra solução de destaque é o Dinheiro Certo, utilizado para transferências financeiras internacionais.

Em sintonia com o mundo virtual, a ECT criou o CorreiosNet Shopping, solução de comércio eletrônico dirigida para pequenas e médias empresas interessadas em instalar lojas na internet, utilizando o serviço de entrega dos Correios.

O Banco Postal, presente nos mais longínquos municípios do País, possibilita a inclusão de milhões de brasileiros no sistema bancário. Desde a implantação do sistema, foram abertas 7,4 milhões de contas bancárias, com uma média de 1,2 milhão de transações por dia.



## EVOLUÇÕES RECENTES

A preocupação com a satisfação do cliente, a descoberta de novos mercados e o compromisso com o desenvolvimento sustentável são balizadores na criação de projetos nos Correios. De olho no futuro da organização, foi criado em 2007 o Departamento de Inovação Empresarial. Para enfrentar



um mercado cada vez mais abrangente e competitivo, o departamento de inovação dos Correios busca as melhores práticas para se adaptar e progredir mais rapidamente que seus concorrentes. O novo departamento é responsável pelo planejamento, a médio e longo prazos, nas áreas de tecnologia, processos produtivos, gestão empresarial, gestão de pessoas e novos negócios.

## COMUNICAÇÃO

Coerente com sua condição de empresa dotada de recursos públicos, parte significativa da verba de marketing dos Correios é alocada em projetos que beneficiam toda a comunidade.

Nos últimos oito anos, a empresa investiu na formação de novas gerações de esportistas, em modalidades como esportes aquáticos, futebol de salão e tênis. O patrocínio da ECT se faz por meio do apoio às confederações esportivas, propiciando benefícios, tais como: investimento no atleta desde as categorias de base, o que possibilita o surgimento de talentos; desenvolvimento de projetos sociais ligados ao esporte, promovendo a inclusão social, tirando o jovem da marginalidade;



e o apoio financeiro aos atletas de ponta, para que continuem levando o Brasil ao alto do pódio.

Os resultados: medalha de ouro nas Olimpíadas de Pequim para o nadador César Cielo e a conquista da medalha de ouro pela seleção brasileira, na Copa do Mundo de Futsal. A parceria com o Tênis começou este ano, mas promete bons frutos.

O incentivo à cultura é outra fonte de investimento dos Correios. Dois centros culturais localizados nas cidades do Rio de Janeiro e Salvador e dois espaços culturais em Fortaleza e Juiz de Fora abrigam espetáculos teatrais e de música, além de exposições de arte.

## VALORES DA MARCA

Há mais de 20 anos os Correios monitoram sistematicamente a sua imagem institucional, principalmente o nível de credibilidade depositado pelos seus clientes. Os Correios entendem que para uma marca se perpetuar é necessário que a confiança seja o alicerce do relacionamento com os clientes e com a sociedade.

Segundo pesquisas recentes, os Correios possuem uma percepção de alto desempenho e eficiência, aliada a componentes emocionais, que geram uma imagem bastante humanizada, de que os serviços são feitos por pessoas e selados por uma relação de confiança.

Os valores da marca Correios incluem, além da satisfação dos seus clientes, o respeito aos colaboradores, a ética nos relacionamentos, a competência profissional, a integração às diretrizes governamentais e a excelência empresarial.

## O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE OS CORREIOS

Os Correios operacionalizam todos os anos uma das maiores operações logísticas do mundo durante a execução do Programa Nacional do Livro Didático e do Programa Nacional do Livro Didático para o Ensino Médio. Em 2009, cerca de 34 milhões de alunos de 146 mil escolas públicas, em todo o País, receberão um kit contendo livros didáticos. São 103 milhões de livros, que correspondem à metade de toda a produção gráfica anual do Brasil.

Quando há situações de calamidade ou catástrofes no Brasil entra em ação o programa social Correios Solidariedade Expressa, que com a ajuda de voluntários, leva alimentos, roupas e cobertores aos desabrigados.

Desde que os Correios começaram a apoiar a Natação, em 1991, o número de medalhas conquistadas em pan-americanos e olimpíadas mais do que dobrou.

