

Empresas do Ano em Comunicação Empresarial



Banco do Brasil
Centro - Oeste / Leste

O TEMPO TODO COM OS BRASILEIROS

Aos 196 anos, o Banco do Brasil é uma empresa ágil, moderna e competitiva, ainda mais comprometida com a sociedade brasileira. A Empresa conta com a confiança de cerca de 21 milhões de clientes, maior base de clientes do País. Hoje com um volume aplicado de R\$ 85 bilhões, o BB vai manter sua liderança na concessão de crédito no Brasil. E é nesse cenário de crescimento econômico que o Banco do Brasil tem novas oportunidades de exercitar seu compromisso como Empresa socialmente responsável e agente de políticas públicas. O Brasil conta com o BB para financiar o seu desenvolvimento econômico e social, sobretudo nos programas de apoio às micro e pequenas empresas, ao comércio exterior, ao agronegócio e à “bancarização” da população do setor informal, por meio do Banco do Popular do Brasil que já conta com 1 milhão de clientes e cinco mil postos de atendi-

to. A preocupação social, sempre presente na cultura Empresa, se materializa por meio da Fundação Banco do Brasil e por 11 mil funcionários voluntários que se dedicam à inclusão social, cultural, educacional, de desenvolvimento regional sustentável e de geração de renda. Por tudo isso, o BB se orgulha de sua condição de banco completo, especializado em segmentos de mercado e que tem identidade com o cliente. Os 82 mil funcionários trabalham comprometidos com a missão de uma Empresa cujo diferencial responde, simultaneamente, aos interesses dos acionistas e da sociedade. O Banco do Brasil agrega valor ao acionista por investir no País por meio de uma atuação competitiva e rentável no mercado. Nosso desafio é continuar ter a capacidade de se renovar a cada dia, oferecer produtos e serviços de qualidade e contribuir cada vez mais para o desenvolvimento do País.





Fiat Automóveis MInas Gerais

FIAT, INOVAÇÃO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Compromisso com o Brasil, pioneirismo e inovação como características marcantes, produtos de alta qualidade e tecnologia, design admirado, respeito ao consumidor e responsabilidade social. Estes atributos compõem o perfil da Fiat Automóveis, uma das líderes do setor automobilístico e a maior empresa do Grupo Fiat no Brasil. Em 28 anos de operação no país, mais de 7,6 milhões de veículos já foram produzidos na fábrica de Betim-MG.

O desempenho da Fiat Automóveis é resultado de um trabalho que alia à sua atuação competitiva no setor, investimentos que alcançam toda a sociedade através da responsabilidade social. A postura adotada pela empresa se traduz no relacionamento ético e transparente com

empregados, fornecedores, concessionários, clientes, consumidores e governo, bem como numa atitude proativa para a preservação do meio ambiente e valorização da comunidade.

A partir de seus projetos socioculturais, foi criada uma sólida parceria da empresa com a sociedade em atividades que abrangem segurança no trânsito, meio ambiente, esporte, cultura, alfabetização, capacitação profissional, geração de trabalho e renda e cidadania. Esses projetos já alcançaram mais de 20 milhões de estudantes em todo o país e trazem a marca do protagonismo juvenil e da inclusão social.

É assim que a Fiat vem se diferenciando: na inovação dos seus produtos e serviços e na busca de uma melhor qualidade de vida para os brasileiros.



Fiat Stilo: introdução de vários avanços tecnológicos no mercado. Entre eles, o primeiro sistema de viva-voz para telefone celular com tecnologia Bluetooth



700 jovens do Aglomerado da Serra, em Belo Horizonte, participam do programa Esportista Cidadão promovido pela Fiat



Companhia
Vale do Rio Doce

Companhia Vale do Rio Doce Nordeste

A Companhia Vale do Rio Doce foi criada pelo Governo Federal em 1942, com o objetivo de explorar minério de ferro no estado de Minas Gerais. Privatizada em 1997, é a maior mineradora diversificada das Américas e a maior prestadora de serviços de logística do Brasil, além de participar do setor de energia elétrica, com geração voltada para consumo próprio. Atualmente, está presente em 13 estados brasileiros e em quatro continentes (Américas, Europa, África e Ásia), gerando, no Brasil mais de 90 mil empregos diretos e indiretos. Líder mundial no mercado de minério de ferro e pelotas, a Vale é também a segunda maior produtora integrada de manganês e ferro

ligas, além de beneficiar outros minerais, como cobre, bauxita, potássio e caulim. Em logística, a Companhia opera uma malha ferroviária de mais de 9 mil km de extensão, oito terminais portuários e realiza navegação costeira, desenvolvendo projetos para importantes segmentos da economia brasileira. Na área de energia, participa de consórcios de quatro usinas hidrelétricas em operação (Igarapava, Porto Estrela, Funil e Candonga) e de outras cinco em construção. Seu modelo de governança baseia-se na clareza de papéis, transparência e estabilidade, necessários para posicionar a empresa em nítida trajetória de crescimento. O objetivo da Companhia é estar entre as três maiores minerado-

ras diversificadas do mundo até o final desta década.

Maranhão – a Vale opera a Estrada de Ferro Carajás, o Terminal Marítimo de Ponta da Madeira, segundo porto em movimentação de cargas do país e a Usina de Pelotização São Luís, mais moderna e de maior capacidade de produção do mundo. Em 2005 a ferrovia completará 20 anos transportando minérios, cargas gerais, ferro-gusa e grãos, além de passageiros. Além das operações, a empresa desenvolve projetos sociais, beneficiando milhares de crianças, jovens e adultos, entre eles o Educação nos Trilhos, Escola que Vale, Trem da Cidadania, Vale Alfabetizar, Vale Informática/CDI, Educação para Limpeza Urbana etc.



Companhia Vale do Rio Doce: trem de minério na ponte sobre o Rio Tocantins (Estrada de Ferro Carajás)



Companhia Vale do Rio Doce: Terminal Marítimo de Ponta da Madeira, onde estão localizados três píeres, seis silos de estocagem de grãos, além de uma área para desembarque e armazenamento de ferro-gusa, em São Luís/MA

Ser a maior empresa do Brasil, a que mais gera empregos, mais contribui com impostos e mais efetua compras no mercado interno, diz muito sobre o seu papel no desenvolvimento do País. Contudo, os atributos que renderam à Petrobras, em 2004, os títulos de Empresa do Ano (ABERJE) e Empresa Latino-Americana mais Respeitada no Mundo (Financial Times), vão muito além dos indicadores econômicos. O reconhecimento de hoje é resultado de 51 anos superando desafios em busca da excelência. Desenvolvendo tecnologia para exploração em águas profundas, a Petrobras tornou-se líder mundial. Empenhando-se em aumentar a produção, abriu caminho à auto-suficiência em petróleo, prevista para 2006. Aprimorando produtos e serviços, instituiu o programa de qualidade pioneiro De Olho no Combustível, desenvolveu a gasolina mais avançada do mundo e faz parte, há sete anos, do seleto clube da Fórmula 1. No âmbito da responsabilidade ambiental e social, a Empresa já coleciona recordes. De 2000 a 2004, destinou R\$ 6,1 bilhões para programas ambientais e de segurança operacional, reduzindo o risco de acidentes aos rigorosos níveis de exigência internacionais. Para a edição 2004/2005 do Programa Petrobras Cultural, foram reser-

**DE TODAS AS COISAS QUE
A PETROBRAS FEZ EM 50 ANOS,
SONHAR FOI A
QUE DEU MAIS TRABALHO.**

Uma das maiores realizações da humanidade é a exploração do espaço. O Brasil, ao enviar o primeiro brasileiro ao espaço, tornou-se o primeiro país latino-americano a fazer isso. Mas quando se fala em espaço, não se trata apenas de sonhos. Trata-se de um desafio que exige tecnologia, inovação e trabalho. A Petrobras, ao desenvolver a tecnologia de exploração em águas profundas, tornou-se líder mundial. Empenhando-se em aumentar a produção, abriu caminho à auto-suficiência em petróleo, prevista para 2006. Aprimorando produtos e serviços, instituiu o programa de qualidade pioneiro De Olho no Combustível, desenvolveu a gasolina mais avançada do mundo e faz parte, há sete anos, do seleto clube da Fórmula 1. No âmbito da responsabilidade ambiental e social, a Empresa já coleciona recordes. De 2000 a 2004, destinou R\$ 6,1 bilhões para programas ambientais e de segurança operacional, reduzindo o risco de acidentes aos rigorosos níveis de exigência internacionais. Para a edição 2004/2005 do Programa Petrobras Cultural, foram reser-

Uma das maiores realizações da humanidade é a exploração do espaço. O Brasil, ao enviar o primeiro brasileiro ao espaço, tornou-se o primeiro país latino-americano a fazer isso. Mas quando se fala em espaço, não se trata apenas de sonhos. Trata-se de um desafio que exige tecnologia, inovação e trabalho. A Petrobras, ao desenvolver a tecnologia de exploração em águas profundas, tornou-se líder mundial. Empenhando-se em aumentar a produção, abriu caminho à auto-suficiência em petróleo, prevista para 2006. Aprimorando produtos e serviços, instituiu o programa de qualidade pioneiro De Olho no Combustível, desenvolveu a gasolina mais avançada do mundo e faz parte, há sete anos, do seleto clube da Fórmula 1. No âmbito da responsabilidade ambiental e social, a Empresa já coleciona recordes. De 2000 a 2004, destinou R\$ 6,1 bilhões para programas ambientais e de segurança operacional, reduzindo o risco de acidentes aos rigorosos níveis de exigência internacionais. Para a edição 2004/2005 do Programa Petrobras Cultural, foram reser-

Uma das maiores realizações da humanidade é a exploração do espaço. O Brasil, ao enviar o primeiro brasileiro ao espaço, tornou-se o primeiro país latino-americano a fazer isso. Mas quando se fala em espaço, não se trata apenas de sonhos. Trata-se de um desafio que exige tecnologia, inovação e trabalho. A Petrobras, ao desenvolver a tecnologia de exploração em águas profundas, tornou-se líder mundial. Empenhando-se em aumentar a produção, abriu caminho à auto-suficiência em petróleo, prevista para 2006. Aprimorando produtos e serviços, instituiu o programa de qualidade pioneiro De Olho no Combustível, desenvolveu a gasolina mais avançada do mundo e faz parte, há sete anos, do seleto clube da Fórmula 1. No âmbito da responsabilidade ambiental e social, a Empresa já coleciona recordes. De 2000 a 2004, destinou R\$ 6,1 bilhões para programas ambientais e de segurança operacional, reduzindo o risco de acidentes aos rigorosos níveis de exigência internacionais. Para a edição 2004/2005 do Programa Petrobras Cultural, foram reser-

Uma das maiores realizações da humanidade é a exploração do espaço. O Brasil, ao enviar o primeiro brasileiro ao espaço, tornou-se o primeiro país latino-americano a fazer isso. Mas quando se fala em espaço, não se trata apenas de sonhos. Trata-se de um desafio que exige tecnologia, inovação e trabalho. A Petrobras, ao desenvolver a tecnologia de exploração em águas profundas, tornou-se líder mundial. Empenhando-se em aumentar a produção, abriu caminho à auto-suficiência em petróleo, prevista para 2006. Aprimorando produtos e serviços, instituiu o programa de qualidade pioneiro De Olho no Combustível, desenvolveu a gasolina mais avançada do mundo e faz parte, há sete anos, do seleto clube da Fórmula 1. No âmbito da responsabilidade ambiental e social, a Empresa já coleciona recordes. De 2000 a 2004, destinou R\$ 6,1 bilhões para programas ambientais e de segurança operacional, reduzindo o risco de acidentes aos rigorosos níveis de exigência internacionais. Para a edição 2004/2005 do Programa Petrobras Cultural, foram reser-

vados mais de R\$ 60 milhões e, até 2006, os investimentos sociais do Programa Petrobras Fome Zero somarão R\$ 303 milhões, beneficiando comunidades carentes em todo País. Enfim, mais que uma história de sucesso, a Petrobras é uma das molas propulsoras da imagem do Brasil no exterior. Daí o grande passo que foi sua adesão, em 2003, ao Pacto Global da ONU, selando o compromisso com

a defesa dos Direitos Humanos, o respeito à força de trabalho e à preservação ambiental. E a Petrobras faz tudo isso por um motivo muito simples: ela acredita que cada novo desafio é uma oportunidade para mobilizar energias em favor da contínua superação, contribuindo não apenas para o crescimento da Empresa, mas para a construção de um Brasil melhor.

VOLVO: SEGURANÇA, QUALIDADE E RESPEITO AO MEIO AMBIENTE

A Volvo é um dos maiores fabricantes de veículos comerciais do mundo, com mais de 76 mil empregados e presente em mais de 130 países. O Grupo tem atuação destacada nos segmentos de caminhões, ônibus, equipamentos de construção, motores e serviços financeiros. Um perfil natural para uma empresa cujo nome significa “Eu Rodo” em Latim. A partir da instalação da fábrica da Volvo no Brasil em 1977, em Curitiba – PR, a marca mudou o perfil do trans-

porte de cargas e passageiros no continente através do desenvolvimento de veículos de grande capacidade, como caminhões pesados e semipesados. Em ônibus, destaque para o desenvolvimento de sistemas de transporte baseados em veículos articulados e biarticulados, como os utilizados em Curitiba e Bogotá (Colômbia). Além da planta do Paraná a Volvo conta ainda com uma unidade de produção de equipamentos de construção em Pederneiras – SP. No Rio de Janeiro está a Volvo Penta, unidade que importa e comercializa motores marítimos e industriais. O investimento do Grupo Volvo em comunicação é entendido como ferramenta estratégica. A Volvo promove sua comunicação através de princípios norteados pela consistência de suas ações e mensagens, pela continuidade de seus relacionamentos com seus diversos públicos e pelo fortalecimento da sua credibilidade. Comunicação pautada em todos os níveis de ação pelos valores essenciais da marca: qualidade, segurança e respeito ao meio ambiente.

mos e industriais. O investimento do Grupo Volvo em comunicação é entendido como ferramenta estratégica. A Volvo promove sua comunicação através de princípios norteados pela consistência de suas ações e mensagens, pela continuidade de seus relacionamentos com seus diversos públicos e pelo fortalecimento da sua credibilidade. Comunicação pautada em todos os níveis de ação pelos valores essenciais da marca: qualidade, segurança e respeito ao meio ambiente.



Volvo: qualidade, segurança e respeito ao meio ambiente



A Volvo é um fornecedor global de soluções para transporte comercial