

RELATÓRIO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL 2007

The logo features the word "NEXTEL" in a bold, white, sans-serif font with a registered trademark symbol. Below it, the slogan "BEM-VINDO AO CLUBE" is written in a smaller, white, sans-serif font. The text is centered on a blue arrow that points to the right, which is part of a larger graphic design consisting of a blue arrow and a maroon star-like shape.

NEXTEL[®]
BEM-VINDO AO CLUBE



NEXTEL[®]
BEM-VINDO AO CLUBE



Índice

Contents

Palavra do Presidente / Chairman´s Foreword.....	6
Introdução / Introduction	8
O compromisso de fazer a coisa certa / We are committed to doing the right thing.....	13
O compromisso com nossos colaboradores / We are committed to our workforce.....	17
O compromisso com nossos Clientes / We are committed to our customers.....	25
O compromisso com nossas comunidades / We are committed to our communities	31
Programa de Ação Social Nextel / Nextel Social Action Program	37
Instituto Nextel / Nextel Institute	49



2007

UM ANO A SER CELEBRADO

O ano de 2007 foi marcado por muitas conquistas e inovações na Nextel. Os resultados financeiros alcançados permitem afirmar que este foi o melhor ano desde o início de nossas operações no Brasil, em 1997.

Mas bons números são apenas a consequência do trabalho desenvolvido por uma empresa que se dedica a melhorar a cada dia a satisfação de seus clientes e colaboradores. Também nessas categorias, os resultados mostram que estamos no caminho certo.

Fomos eleitos pelo Instituto Ipsos como a operadora com o maior índice de recomendação do Brasil pelos clientes, e figuramos, pela segunda vez consecutiva, como uma das 150 Melhores Empresas para se Trabalhar no ranking da revista Exame / Você S/A.

Porém, só isso não basta para a Nextel!

Acreditamos que o segredo de uma trajetória sólida e bem-sucedida é estarmos comprometidos não somente com os negócios, mas com o ambiente e a sociedade da qual fazemos parte.

As empresas têm o dever de devolver à sociedade parte da riqueza obtida

por meio de suas operações. Por isso, é fundamental a adoção de um comportamento socialmente responsável, capaz de contribuir para a melhoria da condição de vida da população.

O conceito de Responsabilidade Social é prioritário para a Nextel, não somente porque ajuda a construir uma imagem favorável da companhia, mas porque este é o nosso dever como cidadãos corporativos do Brasil.

E, com o intuito de tornar cada vez mais sólida a atuação da empresa nessa área, criamos o Instituto Nextel como uma entidade realizadora de importantes iniciativas sociais, que acontecerão paralelamente às ações já promovidas pelo Programa de Ação Social Nextel ao longo dos anos.

Para 2008, queremos continuar a ser a operadora de Telecomunicações com os clientes e colaboradores mais satisfeitos do Brasil e temos como foco a consolidação do Instituto Nextel como uma organização respeitada, que se propõe a contribuir para o desenvolvimento da cidadania em nosso país.

Bem-vindo ao clube da solidariedade!

Sergio Chaia

Presidente da Nextel Brasil

2007 – A YEAR TO CELEBRATE

The year 2007 was markedly a year of achievement and innovation at Nextel. Our financial results indicate it was the Company's best year since the beginning of our operations in Brazil back in 1997.

The good figures are but the outcome of the work of a Company that endeavors to increase, day after day, the satisfaction of its customers and employees. And the satisfaction indicators have shown that we are on the right track.

We were appointed by Instituto Ipsos as the carrier with the highest customer recommendation rate in Brazil. Also, for the second consecutive year, we were featured in the Exame-Você S/A Guide as one of the 150 Best Companies To Work For.

And yet Nextel is up to much more!

We believe the secret of our successful track record is that in addition to our commitment to the business, we also have a commitment to the environment and to the communities we are a part of.

A Company must give back to society part of the wealth it acquires through its operations. It is therefore

essential that it leads the socially responsible behavior that can contribute to an improved quality of life for the population.

Social Responsibility is a priority for Nextel, not only because it helps to build a positive image for the Company, but also because it's the right thing to do and that's what being a corporate citizen is all about.

It was with the objective of further enhancing our community outreach that we created the Nextel Institute to undertake a number of important social initiatives in parallel with those already pursued through Nextel Social Action Program over the years.

Our aim for 2008 is to continue to be the telecommunications carrier of choice for our customers and our workforce and to keep a focus on the strengthening of Nextel Institute as a well-respected organization intended to contribute to the development of good citizenship values in our country.

Welcome to the solidarity club!

Sergio Chaia

President - Nextel Brazil



O ano de 2007 pode ser considerado o melhor ano da história da Nextel no Brasil, desde quando a empresa se instalou no país, em 1997.

No ano passado, estivemos entre as 150 Melhores Empresas para Você Trabalhar, segundo a revista Você S/A e Exame. Além disso, ocupamos a segunda posição no ranking do especial Valor Carreiras, entre as Melhores Empresas em Gestão de Pessoas, na categoria de empresas entre 2 mil e 4 mil colaboradores.

Em abril de 2007, atingimos a marca de 1 milhão de assinantes em nossa base, com taxas de crescimento constantes que chegaram ao fechamento do ano com cerca de 1,3 milhão de usuários.

The year 2007 can be considered the best year in the history of Nextel in Brazil, since its arrival in the country back in 1997.

We were featured among the 150 Best Companies To Work For in 2007, according to the ranking published by the Você S/A - Exame guide. Additionally, we ranked second in the Valor Carreiras listing of Companies with the Best People Management, in the companies with 2,000 – 4,000 employees category.

In April 2007, we reached the 1 million subscribers' milestone and continued to grow steadily, having closed the year with approximately 1.3 million users.



MISSÃO

Prover aos nossos clientes uma experiência superior em soluções de telecomunicações.

VISÃO

Ser a companhia de telecomunicações preferida dos nossos clientes, colaboradores, acionistas e da comunidade.

MISION

Provide our customers with a superior experience in telecom solutions.

VISION

Be the telecommunications company of choice for our customers, employees, shareholders and the community.

LINHA DO TEMPO / TIMELINE

1987

Mogarn E. O'Brien, profissional da Comissão Federal dos Estados Unidos, e Brian d.McAuley, consultor do setor financeiro, fundam a Fleet Call, empresa especializada em radiocomunicação, com o intuito de prover um serviço móvel especializado de alta qualidade e redução de custos operacionais.

Morgan E. O'Brien, a Federal Communications Commission attorney, and Brian D. McAuley, a financial consultant, found Fleet Call, a specialized mobile radio company, with the aim to provide a mobile radio service of high quality and reduced operating costs.

1990

Craig McCaw assume a diretoria da Fleet Call, o que resulta em alianças estratégicas com líderes de empresas de comunicação de primeira linha, como Motorola e Northern, que fornecem tecnologia para redes de telecomunicação móvel digital. A base de assinantes de rádio frequência era superior a 120 mil.

Craig McCaw becomes chairman of the Fleet Call board, which results in strategic alliances with leading providers of technology for digital communication networks, including Motorola and Northern. The Company's radio-frequency subscriber base grows to over 120,000 users.

VALORES

- Colocar o cliente no centro de tudo o que fazemos.
- Ter como conduta os mais altos princípios éticos.
- Ser uma empresa cidadã.
- Perseguir a excelência.
- Cumprir nossas promessas.
- Contratar, desenvolver e reter as melhores pessoas.
- Ter colaboradores com maior poder de decisão.
- Promover a comunicação aberta e o trabalho em equipe.
- Promover a inovação e ser aberto para novas idéias.
- Tratar uns aos outros com respeito e dignidade.
- Gerenciar com responsabilidade os recursos da companhia.

VALUES

- Place the customer at the center of all that we do.
- Base our conduct on the highest ethical principles.
- Be a valued corporate citizen.
- Strive for excellence.
- Deliver our promises.
- Hire, develop and retain the best people.
- Further empower our workforce.
- Promote teamwork and open communications.
- Champion innovation and welcome new ideas.
- Treat others with dignity and respect.
- Manage company resources responsibly.

1994

Por meio da fusão com outras empresas de trunking, a empresa passa a ter 50 licenças nos principais pontos dos Estados Unidos. Nasce então a nova companhia: Nextel Communications, Inc.

The Company merges with other trunking companies, growing to have as many as 50 licenses in strategic US locations. The Company changes its name to Nextel Communications, Inc.

1996

A Nextel Communications, Inc. (NCI) – ex-proprietária exclusiva da NII Holdings, Inc. (NII) – apresenta a nova tecnologia iDEN da Motorola, a primeira a combinar telefonia móvel digital, rádio digital e pager alfanumérico em um só aparelho.

Nextel Communications, Inc. (NCI) – of which NII Holdings, Inc. was a wholly owned subsidiary – introduces Motorola's new iDEN technology, the first to combine digital mobile telephony, alphanumeric paging, and two-way radio service into a single device.





QUEM SOMOS

A Nextel Brasil iniciou suas operações com o sistema de trunking digital em 1998, nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Hoje, é uma empresa totalmente dedicada ao público corporativo e oferece a mais completa solução de comunicação móvel integrada, adaptada às necessidades de cada usuário.

WHO WE ARE

Nextel Brazil started operations in 1998 with the digital trunking system in São Paulo and Rio de Janeiro. Today, it is totally dedicated to the corporate public and offers the most complete integrated wireless communication solutions, adapted to meet each user's individual needs.

1997

A Nextel Communications, Inc. chega ao Brasil, investindo 3 bilhões de reais no país. Adquire 20 empresas que possuíam pontos de trunking analógico em várias localidades.

Nextel Communications, Inc. arrives in Brazil, investing R\$ 3 billion in the country, and buys 20 companies with analog trunking in several locations.

1998

A NII lança o serviço wireless digital iDEN no Brasil e na Argentina.

NII Holdings, Inc. launches wireless digital iDEN in Brazil and Argentina.

2002

A NII converte-se em uma companhia de capital aberto.

NII goes public.

2004

Em maio, a Nextel Brasil expande o serviço de Conexão Direta Internacional para a Argentina, Estados Unidos, Peru e México. No mês de setembro, é inaugurada a nova sede própria da companhia.

In May, Nextel Brazil expands its International Direct Connect service to Argentina, Peru, Mexico and the United States. In September, the Company opens its own headquarters, in São Paulo.

IDEN

Integrated Digital Enhanced Network

Todos os serviços da Nextel estão baseados nesta tecnologia desenvolvida pela Motorola. O iDEN é um sistema de trunking digital de alta capacidade, que permite aliar os recursos de rádio digital, telefonia móvel digital e transmissão de dados numa mesma rede.

IDEN

Integrated Digital Enhanced Network

All Nextel services use the iDEN technology, developed by Motorola. The iDEN solution is a high-capacity digital trunking system that allows a single network to support multiple digital services, digital radio, digital mobile telephone and data transmission.

SERVIÇOS QUE OFERECEMOS

- Telefonia Móvel Digital (nacional e internacional), incluindo recursos avançados para chamadas, tais como viva-voz, conference call, correio de voz, reencaminhamento de chamadas e serviço de linha adicional;
- Conexão Direta, o Nextel Direct Connect®, que permite ao usuário falar imediatamente com sua equipe, fornecedores ou clientes, ao simples toque de um botão, inclusive entre cidades e Estados, sem custo de interurbano;

SERVICES WE PROVIDE

- Digital mobile telephone (national and international), including advanced calling features such as speakerphone, conference calling, voicemail, call forwarding and additional line service;
- Nextel Direct ConnectSM, which allows users to instantly talk to their teams, customers, or suppliers in or between any of the cities and states in our network, on a push-to-talk basis, without additional long-distance cost;

2006

Lançamento do serviço de Conexão Direta Internacional com o Chile. Neste ano, foi inaugurada a nova sede da Nextel no Brasil.

Nextel rolls out its International Direct Connect to Chile. In the same year, Nextel Brazil opens its second headquarters building in São Paulo.

2006

Em janeiro, a Nextel Brasil anuncia seu novo presidente, Sérgio Chaia. No mês de abril, a empresa comemora a conquista de 1 milhão de clientes. Em junho, Alejandro Raposo assume o posto de VP de Customer Operations e Comercial, momento que marca a fusão de duas grandes áreas da empresa.

In January, Nextel Brazil announces its new President and CEO, Sérgio Chaia. In April, the Company reaches the 1 million customers' milestone. In June, Alejandro Raposo is appointed VP of Customer Operations and Sales, marking the joining of two large areas.



- Conexão Direta Internacional, o International Direct Connect[®], serviço de Conexão Direta com Argentina, Canadá, Chile, Estados Unidos, México e Peru, sem custo de ligação internacional;
- Serviços de Mensagens Nextel (Nextel Torpedo e Mensagens de Mão Dupla);
- Soluções de Dados (Transmissão de Dados por Pacote, padrão 2,5G, Gerenciamento de Equipes em Campo, GPS integrado nos aparelhos da nova plataforma Falcon, NextelMail, Mapas & Rotas e outros).
- Recursos de roaming internacional, que no mercado são chamados de “Nextel WorldwideSM.”

Os serviços digitais da Nextel cobrem 169 milhões de pessoas nos mercados em que atuamos. Atualmente, temos 4,73 milhões de assinantes nas Américas.

No Brasil, nossos serviços digitais cobrem um total de 65 milhões de pessoas.

Em 2007, atingimos o patamar de cerca de 1,3 milhão de assinantes, número que representa um crescimento de 43% da nossa base de usuários e 11% da população coberta em relação ao ano anterior. Para crescer sem prejudicar a qualidade do nosso atendimento aos clientes, inauguramos dezoito novas lojas em nossas áreas de atuação no ano de 2007, sempre com foco na prestação de serviços.

Nossa cobertura digital engloba atualmente 52% do total do PIB brasileiro, com presença em 204 cidades do País.

- International Direct ConnectSM, which allows users to communicate instantly across national borders with Argentina, Chile, Peru, Mexico, Canada and the United States, without additional long-distance cost;
- Nextel mobile messaging services (Nextel Torpedo and Two-Way Messaging);
- Data Solutions (Transmission of Data Packets (2.5G), Management of Field Teams, new Falcon platform handsets with integrated GPS, Nextel Mail, Maps & Routes and others).
- International roaming capabilities, which are marketed as “Nextel WorldwideSM.”

Nextel digital solutions cover 169 million people in the markets we serve. We currently have 4.73 million subscribers in the Americas.

More than 65 million people are covered by our digital services in Brazil alone.

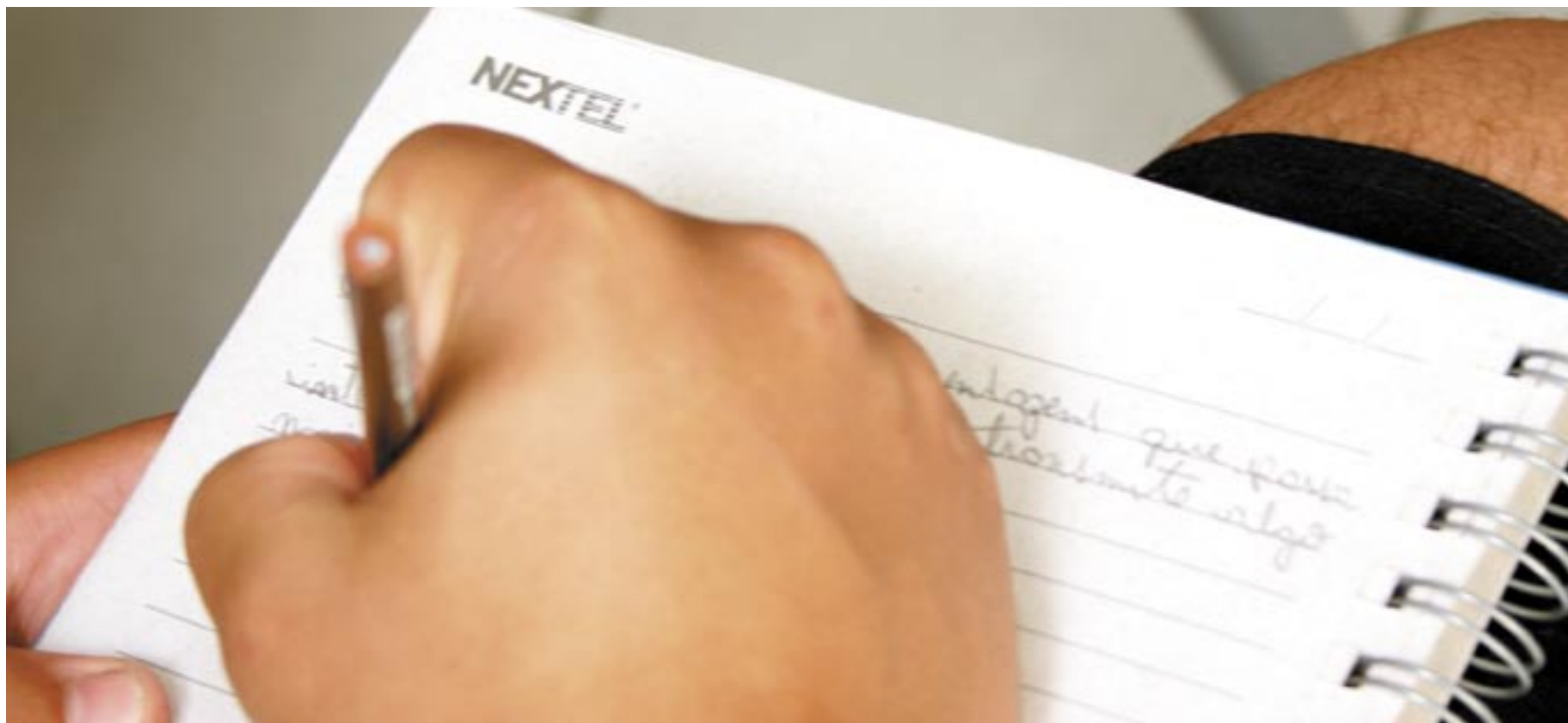
In 2007, our subscriber base grew to over 1.3 million, which represents a rise of 43% in user base and 11% in population coverage vis-à-vis 2006. In order to grow without compromising the quality of the services we provide, 18 new stores were opened in 2007 in the areas we serve, always with a focus on keeping up our high standards of customer service.

Our digital operation currently covers 52% of Brazil's GDP, with presence in 204 cities.

EM 2007, 16 NOVAS CIDADES FORAM INCLUÍDAS EM NOSSA ÁREA DE COBERTURA DIGITAL

IN 2007, 16 NEW CITIES WERE INCLUDED IN OUR DIGITAL COVERAGE AREA





O COMPROMISSO DE FAZER A COISA CERTA

WE ARE COMMITTED TO DOING THE RIGHT THING



Por tratar-se de uma companhia norte-americana de capital aberto, a NII Holdings está sujeita ao cumprimento de leis como a Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) e a Sarbanes-Oxley Act de 2002 (SOX). E a Nextel Brasil, como subsidiária da NII, também deve cumprir legislações e regras específicas.

Somos cientes de que o cumprimento dessas legislações é importante para o nosso negócio. Além disso, instituímos nosso próprio Código de Conduta, pois fazemos questão de ir além das exigências da lei ao assegurar relações justas e transparentes com todos os envolvidos em nossas operações.

As a US public company, NII Holdings is required to comply with the Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) and the Sarbanes-Oxley Act regulations. And Nextel Brazil, being a NII subsidiary, is also required to comply with these and other specific rules and legislations.

Ensuring compliance with the law is an important part of our business. Additionally, we have established our own Code of Conduct, designed to ensure that we abide by and even exceed the law as we endeavor to maintain fair and transparent relations with all our stakeholders.

Assim, exigimos o cumprimento das seguintes práticas:

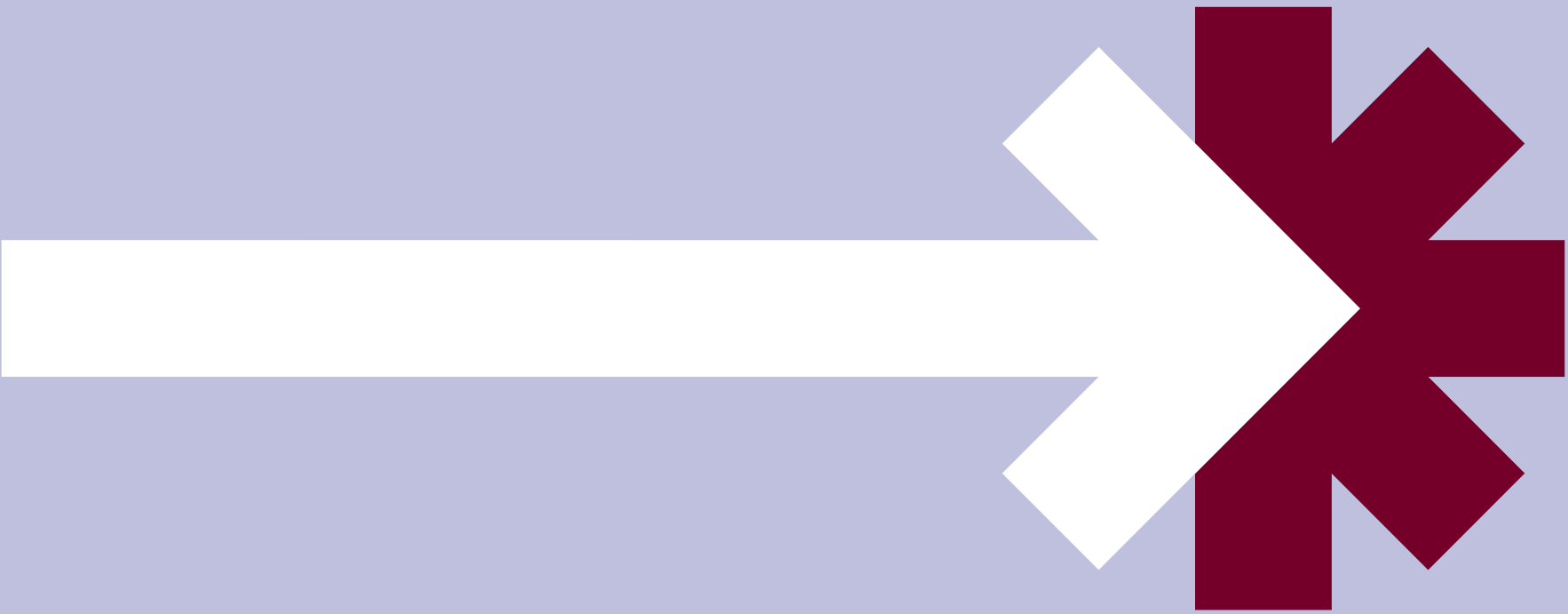
- Todos os colaboradores que estiverem envolvidos em negociações substanciais com fornecedores, oficiais públicos ou profissionais que ocupam cargos de autoridade devem assinar um certificado de cumprimento da FCPA;
- Todos os colaboradores devem ler e assinar o Código de Conduta;
- Todos os colaboradores devem passar por um treinamento anual sobre ética;
- Nossos livros, arquivos e práticas devem ser auditados por um profissional certificado e independente, que atestará a precisão de nossas demonstrações financeiras e se as mesmas estão em conformidade com a SOX;
- Tanto o vice-presidente de Finanças como o presidente da companhia devem assinar demonstrações financeiras trimestralmente, certificando a conformidade das mesmas com a SOX ou indicando quaisquer discrepâncias significativas;
- Um disque-denúncia deve ser disponibilizado e divulgado na companhia para que todos os colaboradores possam denunciar quaisquer irregularidades de terceiros ou eventos não-usuais anonimamente;
- Qualquer colaborador que cometer um ato ilegal ou violar a FCPA deve ser imediatamente desligado da empresa.

Além das exigências citadas, temos uma política operacional totalmente transparente para nossos clientes, colaboradores e fornecedores, conforme descrito nas próximas seções.

With this mindset, we make sure that the following requirements are met:

- All employees involved in substantial dealings with suppliers, government officials or authorities must sign an FCPA compliance certificate;
- All employees must read and sign the Code of Conduct;
- All employees must attend annual ethics training;
- Our accounting books, files and practices must be audited by an independent certified accountant, who will audit the accuracy of our financial statements and verify their conformity with SOX;
- Both the VP of Finance and the President and CEO of Nextel Brazil must sign quarterly financial reports, attesting their conformity with SOX or indicating any significant discrepancies;
- The Company must provide a dedicated phone line through which employees can anonymously report incidents and violations;
- Any employee found to have committed an illegal act or violated the FCPA must be terminated immediately from the Company.

In addition to the requirements, we have an operational policy that is totally transparent to our customers, employees and suppliers. We will describe the policy in the following sections.





O COMPROMISSO COM NOSSOS COLABORADORES
WE ARE COMMITTED TO OUR WORKFORCE



A Nextel tem uma postura transparente frente a seus colaboradores, fornecedores e clientes. Queremos que todos os envolvidos com o nosso negócio estejam satisfeitos, pois acreditamos ser este o segredo de uma trajetória sólida e bem-sucedida.

Para alcançar este objetivo, adotamos uma estratégia baseada em quatro pilares:

Recrutamento

Nosso objetivo é recrutar os melhores e mais qualificados profissionais e oferecer uma política de oportunidades igualitária. Na Nextel, não há qualquer discriminação por raça, religião, orientação sexual ou necessidades especiais. Inclusive, possuímos um programa de atração e inclusão de pessoas com necessidades especiais e nossas instalações foram adaptadas para oferecer a estes profissionais um ambiente de trabalho dotado de respeito, segurança e comodidade. Para favorecer a conscientização de nossos colaboradores sobre a importância da inclusão, em 2007 rea-

lizamos diversas palestras e workshops relacionados ao tema.

E, dentro de nossas ações de recrutamento, promovemos o Job Posting, programa de remanejamento interno que garante a todos os colaboradores a oportunidade de concorrer às vagas disponíveis antes de divulgá-las fora da companhia. Em 2007, cerca de 32% das vagas foram fechadas internamente, a maioria delas referente a cargos de áreas técnicas, média gerência e supervisão.

Remuneração

Para que a remuneração de nossos profissionais esteja compatível com a praticada pelo mercado, uma vez ao ano todas as posições são avaliadas e comparadas com as de companhias de tamanho e segmentos semelhantes. Além disso, oferecemos o PPR (Programa de Participação nos Resultados), assistência médica e odontológica, vale-refeição, planos de previdência privada, convênios com universidades e escolas de idiomas, estacionamento para todos

os colaboradores ou vale-transporte, seguro de vida, auxílio-creche, auxílio funeral e auxílio doença para até 180 dias de ausências qualificadas.

Treinamento e desenvolvimento

Oferecemos cerca de 55 cursos ao longo de 2007 e nos empenhamos em disponibilizar uma média de 40 horas anuais de treinamento para pelo menos 90% dos colaboradores.

O treinamento oferece aulas expositivas; estudos de casos interativos sobre nossa estratégia e temas ligados à ética e ao código de conduta; apresentação do desempenho da companhia no primeiro quadrimestre do ano e discussão de um tópico importante, geralmente relacionado aos nossos produtos ou à nossa tecnologia. Além disso, todos os novos colaboradores recebem treinamento por no mínimo três dias. No caso de determinadas funções, os profissionais passam por um mês de treinamento antes de começarem a exercê-las.

Gerenciamento de desempenho

Uma vez ao ano, todos os colaboradores se reúnem com os respectivos gestores para identificar possíveis oportunidades e potencialidades, assim como seus planos futuros. O conteúdo dos encontros é documentado para futuramente ser utilizado em nossos programas de treinamento. Além disso, nossos gerentes respondem a pesquisas periodicamente por meio de um instrumento 360°, que lhes permite receber retorno direto de seus superiores, supervisores, clientes internos e pares.

Também incentivamos a integração e a transparência na divulgação das informações por meio das seguintes ferramentas:

Reuniões de resultados da companhia

Três vezes ao ano, os executivos se reúnem pessoalmente com todo o quadro de colaboradores para apresentar os resultados da companhia e mostrar o papel de cada um nos resultados da empresa. A reunião inclui uma seção de



Nextel maintains transparent relationships with its employees, customers and suppliers. We strive to deliver satisfaction to all of our stakeholders and believe this to be the secret of our sound and successful track record.

To this end, we have embraced a strategy that is founded on four pillars:

Recruitment

Our objective is to attract the best and most qualified professionals and offer an equal opportunity policy. At Nextel, we do not allow any discrimination on the basis of race, religion, sexual orientation or disabilities. We have a program in place for the attraction and inclusion of people with special needs, and our premises have been adapted to provide these professionals with a safe, respectful, and comfortable workplace. In 2007, with the aim to raise our collaborators' awareness of the importance of social inclusion, we held a number of lectures and workshops about this important theme.

Furthermore, through our "Job Posting" internal placement program, all employees have the opportunity to apply for available positions before these are advertised outside the Company. In 2007, about 32% of the vacancies were filled internally, mostly for technical, supervisory and mid-management jobs.

Compensation

To ensure that our people's compensation is market competitive, pay data for all positions are benchmarked against those of similar size companies in the same industry. Nextel's total compensation policy includes a Profit Sharing Program, health and dental care, meal tickets, private pension plans, partnerships with universities and language schools, free parking or transportation vouchers for all employees, life insurance, day-care nursery allowance, funeral allowance, and paid sick leave for up to 180 days of qualified absence due to illness.

Training and development

We offered some 55 courses in 2007 as part of our endeavor to provide no less than 90% of our employees with an average of 40 hours/week training per year.

Our training program includes traditional classroom training; interactive case studies focusing on our strategies as well as on ethics-related issues and our code of conduct; a state-of-the-company address for the first quarter of the year and discussion of a significant topic, generally relating to our products or technology. Also, all newcomers receive three days' training at a minimum. For some positions, new hires are given a full month's training before starting on the job.

Performance Management

Once a year, each employee gets together with their manager to identify areas of opportunity and potentialities

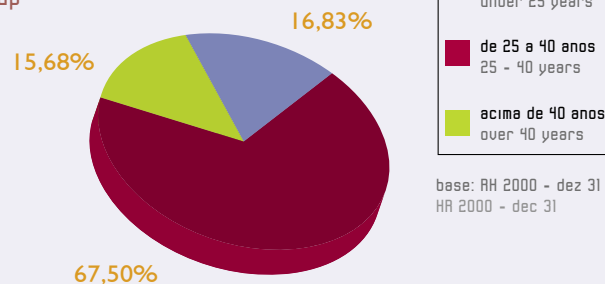
as well as discussing future plans. The results of these assessments are documented, providing valuable input that will help us offer increasingly relevant training programs. In addition, our managers periodically answer a 360° survey that allows them to receive full-circle feedback from superiors, peers, direct reports, and internal clients.

We also champion the integration and transparency of our communications. To this end, we have a number of practices in place, including:

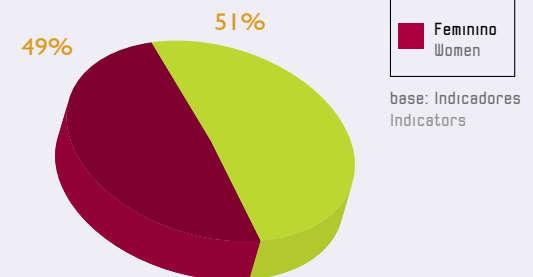
Company results meetings

Three times a year, the company officers meet with the whole staff to present the company results and point out each one's role in the achievement of these results. The meeting includes a session of questions and answers. More than 15 meetings are held in order to ensure that every employee will have the opportunity to participate.

Faixa Etária Age group



Sexo Sex



perguntas e respostas. Para que todos tenham a oportunidade de participar, são realizadas mais de 15 reuniões.

Cafés de Aniversário

A cada ano completado na empresa, os colaboradores se reúnem com o presidente e vice-presidentes da Nextel para um café de aniversário, durante o qual têm a oportunidade de fazer críticas e sugestões aos processos adotados pelas diferentes áreas da empresa. Na ocasião, há debates sobre temas específicos e as todas as propostas são analisadas para que futuramente possam ser colocadas em prática.

Conexão Direta com Você

Revista interna bimestral, que contém as notícias e os acontecimentos mais recentes ocorridos na companhia. A publicação também traz informações sobre o Programa de Ação Social, as

funções das áreas da empresa e outros temas relevantes.

INex

Intranet da Nextel, que provê conteúdo sobre todas as áreas da empresa e é mantida por representantes de cada departamento.

Jornal Mural

Informativo quinzenal, que divulga as ações de cada área da empresa, bem como atividades e os eventos mais recentes.

QATs

Os Times de Qualidade em Ação, que fazem parte do nosso programa de qualidade, são outro veículo de comunicação e integração. A equipe é formada por profissionais voluntários de diferentes áreas e trabalha temas específicos ou oportunidades de melhoria sob a orientação de um facilitador treinado, um líder do projeto e um patrocinador. Todos os resultados obtidos são

apresentados para o Time de Liderança, que, após aprovar as recomendações, monitora sua implementação.

Pesquisa de clima

É realizada uma vez por ano com o objetivo de apurar o nível de satisfação dos colaboradores. De acordo com os dados levantados, desenvolvemos práticas e planos de ação de melhoria para cada item sugerido.

COE

O Circle of Excellence é um programa de reconhecimento aos colaboradores que, durante o ano, se destacaram no Trabalho em Equipe, Satisfação do Cliente e Produtividade.

Café da manhã com fornecedores (Vendors Meeting)

Com o objetivo de aprimorar continuamente as parcerias firmadas entre a Nextel e nossos fornecedores, realizamos, duas vezes ao ano, um café da manhã com o presidente da empresa

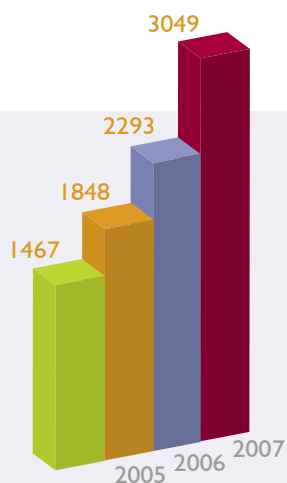
e o vice-presidente de finanças. Nesta ocasião, os fornecedores têm a oportunidade de fazer sugestões, expor seus questionamentos e seus pontos de vista, que são analisados e posteriormente respondidos pela Nextel.

Para oferecer oportunidades de trabalho e de geração de renda a jovens em situação de maior vulnerabilidade social, a Nextel implantou em 2007 o Programa Menor Aprendiz, realizado em parceria com o CIEE (Centro de Integração Empresa-Escola), por uma iniciativa do Governo Federal. Com duração de dois anos, o programa valoriza a diversidade na empresa, preparando os jovens para o mercado de trabalho ao proporcionar qualificação e atividades que possam despertar seu espírito empreendedor e desenvolver seu potencial de trabalho. Atualmente, a Nextel conta com 11 aprendizes em idade escolar, estudantes da rede pública de ensino, atuando em diferentes áreas da empresa.

Expansão

Expansion

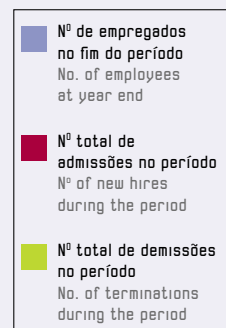
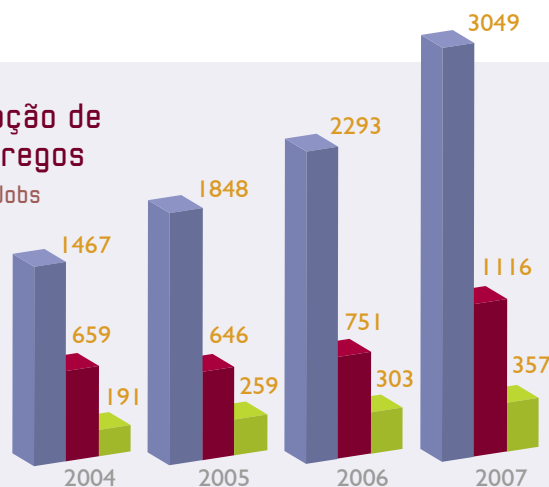
Nº de colaboradores
Nº of employees



nº de colaboradores não FTE / # of employees (Non-FTE)

Criação de empregos

New Jobs



base: Indicadores e HC não FTE
Indicators and HC (Non-FTE)

Anniversary Breakfast

Every month, employees completing another year with the Company will get together with the President for an anniversary breakfast, on which occasion they have opportunity to raise issues, express their views and make suggestions relating to the processes adopted by the different areas of the Company. Points of interest are brought up for discussion, and proposals are looked into so that promising ideas can be put in place in the future.

“Conexão Direta com Você”

Bimonthly internal newsletter with the Company’s latest news and events. The publication also features information on our Programa de Ação Social (Social Action Program), the activities of the different areas of the Company, and other relevant topics.

iNex

Nextel intranet, iNex provides content on all of the Company’s areas and is maintained by representatives of each department.

Bulletin Board

Fortnightly report on the actions pursued by each of the Company’s areas, as well as the latest activities and events.

QATs

The Quality Action Teams are a part of our quality program and represent yet another channel of communication and integration. The teams are comprised of volunteers from different areas, who, with the orientation of a trained facilitator, a project leader and a sponsor, will look into issues and identify opportunities for improvement. The results are submitted to the Leadership Team, who will also monitor the implementation of approved recommendations.

Satisfaction Survey

Conducted on an annual basis to assess the level of satisfaction of employees. Based on the survey findings, action plans are outlined and practices developed for improving identified weaknesses.

COE

The Circle of Excellence is an annual recognition program that awards outstanding performers for their Teamwork, Productivity, and delivery of Customer Satisfaction.

Breakfast with Suppliers [Vendors Meeting]

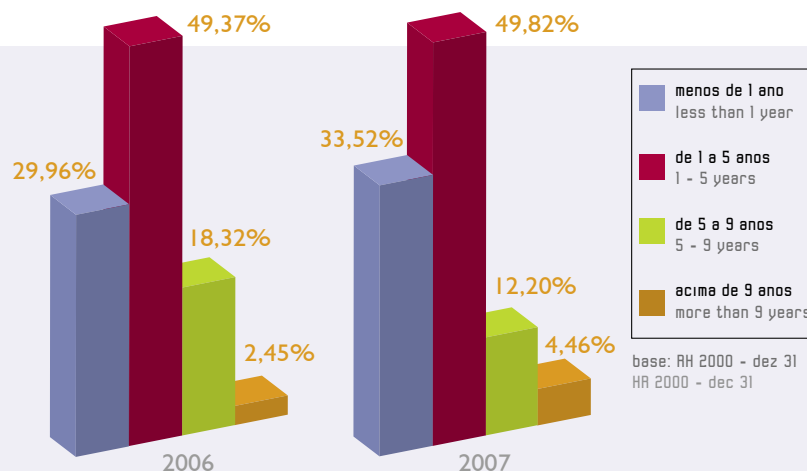
with the aim to continually improve Nextel relationship with its suppliers, twice a year the Company invites these important partners to a breakfast with the President and the VP of Finance. On this occasion, suppliers have the opportunity to make suggestions and

express their views and concerns, which will be analyzed and responded by Nextel at a later time.

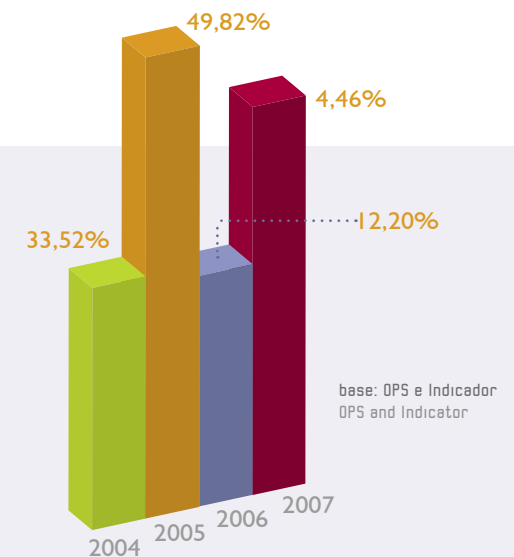
With the purpose to provide job opportunities and a source of income for youths from underprivileged social backgrounds, Nextel implemented the Underage Apprentice Program in 2007, in partnership with the CIEE-Centro de Integração Empresa-Escola (Company-School Integration Center). In alignment with a social initiative of the federal government, this two-year program values diversity in the workplace, qualifies young workers and provides them with opportunities to unleash their enterprising spirit and develop their potential, thus preparing them for the job market. Nextel currently has 11 underage apprentices, who go to public school and do work in several areas of the Company.

Permanência na empresa

Time with the company



Job Posting



Responsabilidade Social Corporativa

Disseminar internamente o conceito da Responsabilidade Social Corporativa é uma de nossas prioridades. Utilizamos todos os canais de comunicação interna para informar nossos colaboradores sobre os benefícios e as ações voltadas para a área de Responsabilidade Social e promovemos diversas iniciativas, como reuniões e palestras sobre o tema, campanhas sobre preservação do meio ambiente e desperdício e ações realizadas em parceria com o Instituto GEA.

Para estimular o trabalho voluntário em 2007, todos os colaboradores foram convidados a participar de diferentes atividades, como mutirões em escolas públicas para a melhoria da infra-estrutura das instalações; ações de recreação; festas realizadas em ONGs; campanhas de arrecadação de brinquedos, de materiais pedagógicos e de kits de Natal.

Outras ações são promovidas com foco no colaborador, como o Dia do Bem-Estar. Em 2007, o evento aconteceu em São Paulo e no Rio de Janeiro e envolveu um total de 600 colaboradores. O intuito principal foi divulgar a questão da qualidade de vida, bem como mostrar a relevância deste tema para a empresa.

Como forma de reconhecimento, em 5 de dezembro, dia internacional do voluntário, todos os nossos colaboradores que atuam em ações de voluntariado receberam um certificado de participação assinado pelo presidente da empresa. Atualmente, a Nextel conta com 198 voluntários ativos.

Corporate Social Responsibility

To disseminate the concept of Corporate Social Responsibility internally is one of our priorities. We use all our internal communication channels to inform our people of our Social Responsibility actions and the benefits they bring about. We carry out a number of initiatives, including meetings and lectures on related topics, campaigns promoting environmental awareness, and actions in partnership with Instituto GEA, a civil organization for ethics and the environment.

With a view to encouraging volunteer work in 2007, all employees were invited to join in various activities, such as rallies for improving the infrastructure of public school facilities; recreation; parties held at NGOs, campaigns to collect toys, educational material and Christmas kits for distribution to the underprivileged.

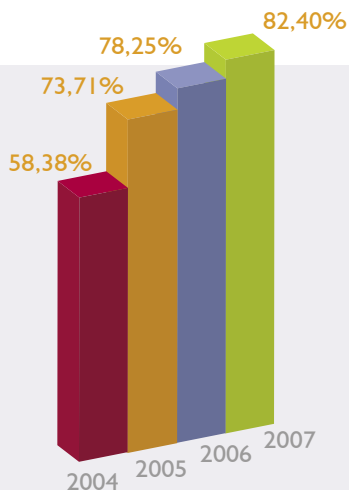
Another effort that is focused on our people is Wellness Day, whose chief intent is to spread the word of quality of life and show how it impacts the business. In 2007, the event was held in São Paulo and Rio de Janeiro and involved 600 employees.

As a token of our recognition, on December 5, International Volunteer Day, we presented each one of our employees who are engaged in volunteer actions with a certificate signed by our President, attesting to their commitment and involvement. Nextel currently counts 198 active volunteers.

Pesquisa de satisfação

Satisfaction Survey

Índice de favorabilidade
Favorability index



Horas de treinamento / Hours of Training

	2004	2005	2006	2007
Atendimento ao Cliente / Customer Service	56.000	58.000	67.000	54.366
Comercial / Commercial	43.000	43.000	33.000	19.820
Outras áreas / Other areas	25.000	25.000	44.000	81.837

Processos de Qualidade / Quality processes

	2004	2005	2006	2007
Atendimento ao Cliente / Customer Service	56.000	58.000	67.000	54.366
Comercial / Commercial	43.000	43.000	33.000	19.820
Outras áreas / Other areas	25.000	25.000	44.000	81.837





O COMPROMISSO COM NOSSOS CLIENTES
WE ARE COMMITTED TO OUR CUSTOMERS



Nosso maior diferencial é colocar os clientes no centro de todas as nossas atividades. Assim, as iniciativas e processos adotados pela Nextel são criados para oferecer uma experiência superior aos usuários dos nossos produtos e serviços. Trabalhamos continuamente para não somente atender às necessidades, mas superar suas expectativas. Desta forma, oferecemos um serviço de alta qualidade a um preço justo, sempre guiados por nossa Visão: ser a empresa prestadora de serviços de comunicação móvel preferida em nossa área de atuação.

E, para que isso seja uma realidade, promovemos pesquisas constantes para identificarmos as dimensões do serviço que o usuário mais valoriza na área de comunicação móvel, para que então possamos desenvolver processos capazes de satisfazê-los.

As dimensões são:

Contratação

Esta etapa diz respeito a todas as atividades relacionadas à aquisição do cliente. Por meio de uma equipe de vendas altamente capacitada, damos assistência ao cliente ao longo de todas as transações, garantindo a escolha do plano de serviços mais adequado para o seu perfil. Trabalhamos com base na simplicidade da oferta de planos, na comunica-

ção transparente (disponibilizamos explicações detalhadas sobre nossa cobertura e o sistema de cobrança) e na compreensão das reais necessidades dos clientes (fazemos uma análise profunda sobre a utilização que pretendem fazer do produto).

Também realizamos a chamada de garantia da qualidade – serviço exclusivo da Nextel – por meio da qual os clientes são contatados por um departamento de qualidade antes da ativação do seu plano. Na ocasião, os termos e as condições do contrato são novamente comunicados e esclarecidos, além de serem divulgadas outras informações, como o valor da primeira fatura e demais pontos importantes para que o cliente entenda todos os detalhes sobre o acordo mútuo.

Instalação

Está relacionada à entrega dos aparelhos e qualquer instrução necessária aos clientes. Como resultado do nosso empenho constante para a diminuição do prazo de entrega dos aparelhos, conseguimos uma redução de 50% nos últimos dois anos.

Aparelhos

Temos como diferencial oferecer o Programa de Locação Nextel, em que o cliente tem a certeza de que sempre terá um aparelho funcionando e que

trocias de peças e reparos podem não acarretar em custo para ele. Por trabalharmos em parceria com a Motorola, oferecemos os melhores e mais inovadores aparelhos do mercado.

Pós-vendas

Outro grande diferencial de mercado da Nextel, que conta com um departamento exclusivamente dedicado ao pós-venda. Também somos os únicos do segmento a dispor de um Call Center 100% composto por colaboradores internos da empresa, o que nos possibilita oferecer um serviço totalmente diferenciado, de alta qualidade, 24 horas por dia, todos os dias da semana.

Isso faz com que sejamos capazes de solucionar cerca de 95% dos problemas dos nossos clientes logo na primeira ligação, e 98% dentro de dois dias. Quanto à taxa de abandono, somos referência na indústria nacional, já que ela atualmente se encontra abaixo de 3%.

Qualidade da comunicação

Nossos clientes têm a possibilidade de realizar chamadas de telefonia celular e utilizar o mesmo aparelho como rádio. Nossa rede iDEN é dotada de uma sólida estrutura, que também nos caracteriza como referência no mercado em todos os indicadores referentes a esta dimensão.

What's most distinctive about Nextel is that we really place the customer at the center of all our activities. Nextel's processes and initiatives are designed to provide a superior experience for the users of our products and services. We continually strive to not only meet our customers' needs but also exceed their expectations. As a result, we offer high quality services at fair prices, always driven by our Vision of being the wireless communications company of choice in the markets we serve.

In order to make that possible, we are constantly carrying out surveys to identify what dimensions of mobile communication service are the most valued by the user, so that we can develop customer relevant processes and products that meet their lifestyles and needs.

The service dimensions are as follows:

Subscription

This phase involves all steps relating to a customer's contracting our services. Our very capable sales teams assist the customer through all steps of the transaction, making sure they will select the service plan that best caters to their requirements.

The basis of our work includes offering plans that are simple to understand, transparent communication (we provide detailed information about our services and billing system) and understanding of customers' real needs (we make a thorough assessment of each customer's intended use for the product).

Additionally, through our "quality assurance call" – a Nextel exclusive service –, customers are contacted by the quality department prior to the activation of the contracted service plan. On this occasion, the terms and conditions of the agreement are confirmed and additional information on the first bill and other important points are provided to make sure the customer understands all the details of the agreement.

Installation

In this phase the customer receives the equipment and the necessary instructions. Through our continuous efforts we have achieved a reduction of 50% in equipment delivery times over the last two years.

Handsets

A differential aspect of our operation is the Nextel Lease Program, through

which customers can be assured that they will always have a device in good working conditions and that they won't incur additional costs in the event of repairs and replacement of parts. As we work in partnership with Motorola, we are in a position to offer the best and most innovative devices in the market.

After sales

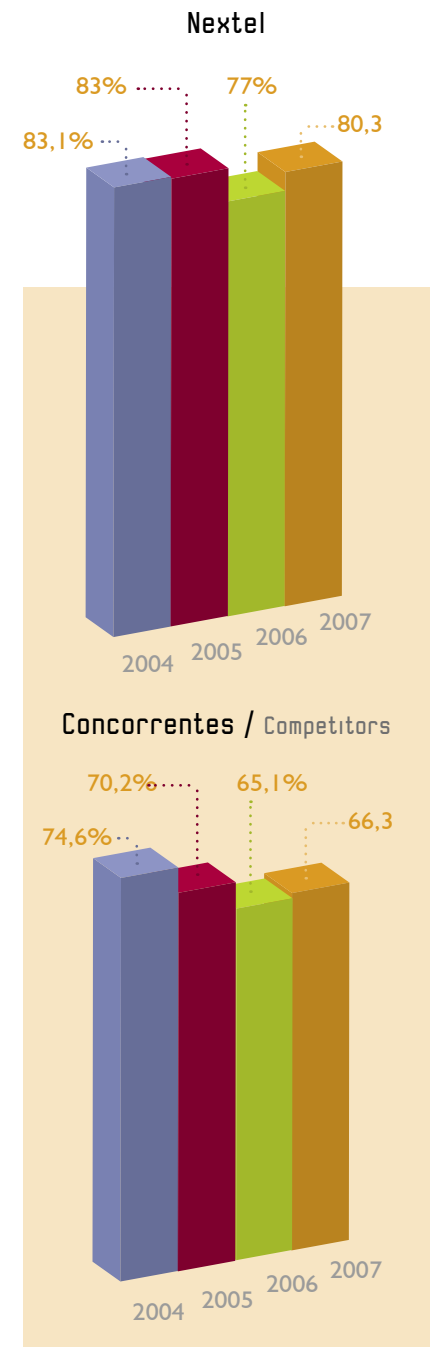
Another Nextel's significant market differentiator is the fact that it has a dedicated after-sales department. Likewise, we are the only carrier in the industry to have a Call Center 100% operated by our own employees, which allows us to provide superior service every day, 24 hours a day. This enables us to solve 95% of our customers' problems right in the first call, and 98% in up to 2 days. With an abandon rate below 3%, we are the industry's best performer in the country.

Quality of Communication

We offer the ability to use mobile phone and radio features with a single handset. Our iDEN network relies on a strong backbone that makes us a market benchmark in all related indicators.

Índice de satisfação do cliente

Customer Satisfaction Rate



Fatura

Nossas práticas de cobrança e a apresentação das faturas são consideradas muito boas pelos nossos usuários. As contas são formatadas com base nas informações fornecidas pelos clientes em focus groups e em pesquisas extensivas. Também disponibilizamos assistência completa via internet no caso de dúvidas, além do resgate online das faturas.

Preço

O valor fixo adotado pela Nextel para serviços de rádio, somado à vantagem dos nossos planos de pacote de minutos, são os responsáveis pelo sucesso de nosso sistema de preços. Nossos preços competitivos fazem com que os planos de serviços satisfaçam as demandas de nosso público-alvo.

O Programa de Qualidade da Nextel foi criado para aprimorar continuamente todas as dimensões já citadas. Para isso, contamos com diversos programas de segurança e verificação:

Programa Mystery User (ou Cliente Misterioso)

No decorrer do ano, clientes independentes testam, de maneira anônima, todas as atividades que envolvem contato direto com os nossos usuários.

Pesquisas de Satisfação dos Clientes

É realizada uma vez ao ano por uma empresa qualificada e devidamente especializada neste tipo de apuração de informações.

Road rallies

Duas vezes ao ano, uma empresa independente testa a qualidade de nosso sinal e a compara à de outras empresas do setor.

Monitoramento da satisfação dos clientes

A cada mês, uma parcela do total de usuários que contatam a Nextel são questionados sobre o nível de satisfação relacionado às interações com a companhia.

Café da manhã com clientes

Com o objetivo de compreender suas necessidades e mostrar como a Nextel pode ajudá-los em seus negócios, a liderança da empresa convida cerca de 500 clientes para exporem seus pontos de vista sobre os nossos produtos e serviços, bem como seus problemas e necessidades. Realizados a cada trimestre, os encontros contam com a presença de executivos da Nextel, que aplicam melhorias em suas áreas de acordo com as sugestões dos usuários.

Billing

Our billing practices are commended by our users. Our bills are formatted taking into account information provided by the user in focus groups and extensive surveying. Moreover, our website customer service offers a wide range of amenities to our customers, who can, for example, make inquiries or have their bills printed online.

Pricing

The combination of Nextel's flat-rate radio services and the advantage of our minute-based plans is the key to our successful pricing system. We have service plans at competitive prices that meet the demands of our target audience.

Nextel's Quality Program was designed to ensure the continuous improvement of all of these service dimensions. To this end, we rely on a number of security and verification programs:

Mystery User

Throughout the year, independent customers anonymously assess all our activities that require direct user interface.

Customer Satisfaction Survey

On an annual basis, a customer satisfaction survey is carried out by an independent consumer research firm.

Road Rallies

Twice a year, an independent firm tests and compares the quality of our signal against that of competing carriers.

Customer Satisfaction Monitoring

Each month a sample of users contacting Nextel is surveyed as to their satisfaction with the company's interfaces.

Breakfast with Customers (Customers' Meeting)

Aiming to better understand users' needs and show them how Nextel can help them with their business, the company leadership invites some 500 customers to tell us what they think of our products and services and share with us their problems and requirements. These meetings are held on a quarterly basis and are attended by Nextel executives, who use this important customer input to promote relevant improvements in their areas of influence.





O COMPROMISSO COM NOSSAS COMUNIDADES
WE ARE COMMITTED TO OUR COMMUNITIES





Ser uma empresa socialmente responsável é uma das prioridades da Nextel.

Por isso nos empenhamos em desenvolver, no decorrer do ano, diferentes ações de impacto positivo nas comunidades em que vivem nossos clientes e colaboradores.

Nosso compromisso baseia-se nas seguintes iniciativas:

Pagamento de impostos e taxas

Conscientes de nossas responsabilidades fiscais, pagamos diversos tributos para as autoridades governamentais: 28% de nosso faturamento é diretamente direcionado a impostos.

Geração de empregos

Sabemos que a qualidade de vida das comunidades melhora à medida em que o nível de emprego entre seus habitantes é maior. Além disso, nossos funcionários recebem salários e benefícios superiores à média de mercado.

Proteção ao meio-ambiente

Nossas ações operacionais não agri- dem o meio- ambiente e nossos sites

têm radiação inferior à recomendada. Para reduzir a poluição visual, 35,3% de nossos sites são compartilhados com outras companhias. Por meio do programa Serviço Total Nextel, promovemos uma campanha para recuperação de aparelhos e baterias. E, em parceria com o Instituto GEA, desenvolvemos um programa para reciclagem segura do material descartado e redução de desperdícios – que envolve ações educacionais para que nossos colaboradores se tornem cidadãos conscientes.

Iniciativas humanitárias e filantrópicas

Formado e dirigido por colaboradores, o Programa de Ação Social Nextel (ou PASN) foi criado para encorajar e consolidar o voluntariado entre os funcionários da companhia, além de angariar fundos para os programas sociais nas comunidades. O comitê responsável pelo programa atua com foco em quatro áreas: doações relacionadas a ações humanitárias; projetos focados na recreação; projetos educacionais e sociais; proteção ambiental.

Corporate social responsibility is a Nextel priority.

We strive to make a positive contribution to the communities in which our customers and employees live and work.

Following are but a few of the ways in which our commitment to communities is expressed:

Fiscal responsibility

Nextel's good corporate citizenship is demonstrated also through its role as a taxpayer; 28% of our income is headed directly to taxes.

Generation of jobs

Nextel is a large employer, and it is known that there is a direct relation between higher employment rates and better quality of life in a community. Furthermore, our employees are compensated with salaries and benefits that are above the market average.

Environmental responsibility

Our operations are not harmful to the environment, our sites' radiation

emissions are below the recommended levels and, to minimize visual pollution, 35.3% of our sites are shared with other companies. Also, through the Nextel Total Service Program, we have run a campaign to promote the collection of old wireless phones and batteries. And we partnered with Instituto GEA, an NGO for ethics and the environment, in a waste reduction and safe recycling program that includes educational actions intended to raise environmental awareness among our workforce.

Humanitarian and philanthropic initiatives

Led by a committee comprised of Nextel employees, the Nextel Social Action Program (also known as PASN) was created to encourage and solidify volunteerism among our workforce and at the same time raise funds for community social work. The program's initiatives focus on four main areas: donations to humanitarian causes; recreation projects; social and educational projects; environmental protection.



Desde a sua criação, em agosto de 2004, o trabalho desenvolvido pelo PASN já beneficiou mais de 10 mil crianças, de diferentes comunidades.

Em 2007, os eventos de assistência a organizações sem fins lucrativos contaram a participação de cerca de 198 voluntários.

Para a divulgação de todas as atividades e ações promovidas pelo PASN, nossos veículos de comunicação interna são amplamente utilizados ao longo do ano, levando informações sobre a evolução de cada iniciativa a todos os nossos funcionários.

Reaproveitamento dos aparelhos

Em 2007, a Nextel reconcionou 122.255 equipamentos, com um percentual de recuperação superior a 79%. Com essa iniciativa, a empresa colabora efetivamente para diminuir o impacto ao meio-ambiente, reduzindo o descarte de aparelhos por meio de um processo com alto padrão de qualidade.

Since it was created, in August of 2004, the PASN has already benefited more than 10,000 children in various communities.

In 2007, some 198 employees engaged in volunteer work for the sake of not-for-profit organizations.

Our internal communication channels are extensively used to spread the word of the Program, keeping all employees up-to-date with the progress of the projects and activities being pursued.

Equipment re-use

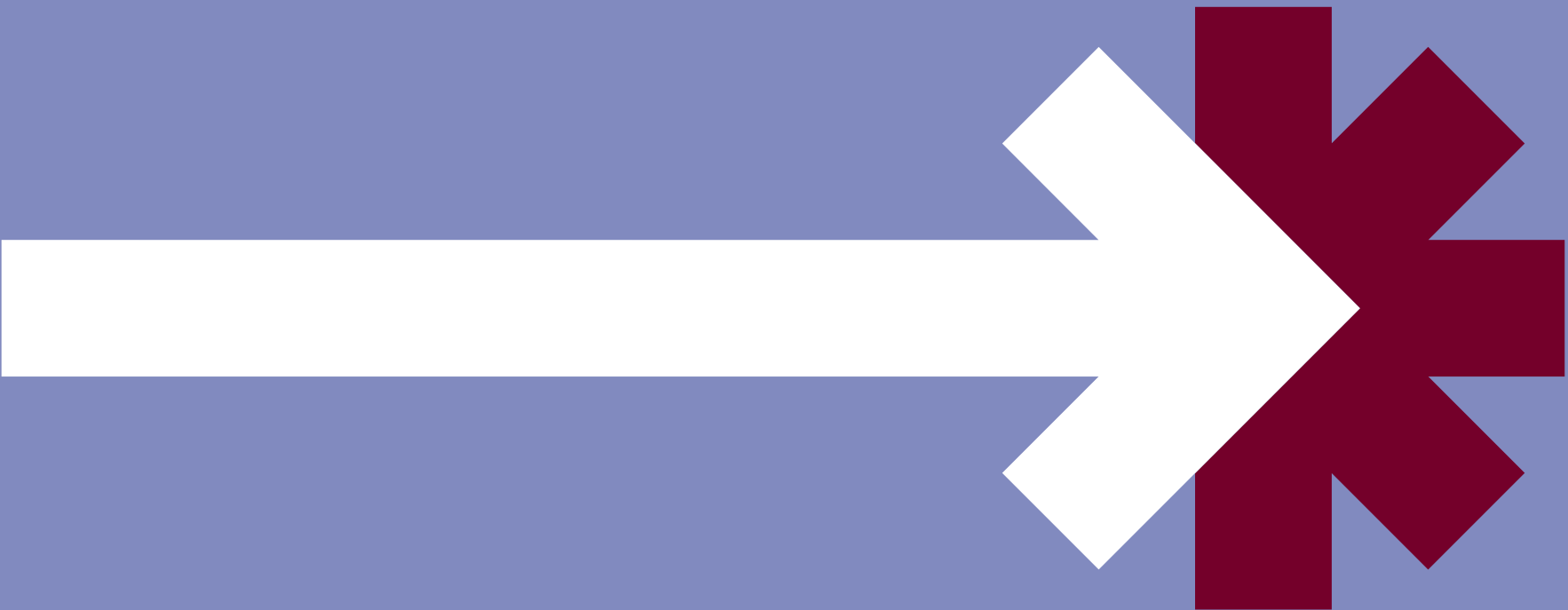
In 2007, Nextel Brazil recycled 122,255 handsets, more than 79% of which were repaired or refurbished. Through this initiative, the Company keeps large amounts of handsets out of the waste stream, contributing to effectively reduce environmental impact.

Criação de empregos

New Jobs

	2003	2004	2005	2006	2007
Nº de empregados no fim do período No. of employees at year end	1.001	1.467	1.848	2.293	3.049
Nº total de admissões no período No. of new hires during the period	251	659	646	751	1.116
Nº total de demissões no período No. of terminations during the period	234	191	259	303	357

base: Indicadores e HC não FTE / Indicators and HC (non FTE)





PROGRAMA DE AÇÃO SOCIAL NEXTEL
NEXTEL SOCIAL ACTION PROGRAM



Sua missão é criar a cultura da cidadania participativa, responsável e comprometida nos mercados onde a Nextel atua.

Por meio da ação de colaboradores voluntários, o Programa de Ação Social Nextel promove iniciativas de desenvolvimento pessoal e educacional relacionadas à comunidade interna e externa da empresa, diminuindo a distância entre essas duas realidades.

Para atingir esses objetivos, foi criado, em 2004, o Comitê Social da Nextel. Atualmente, o grupo reúne 15 colaboradores selecionados pelo Time de Liderança da empresa, que têm como responsabilidade propor e acompanhar a gestão e otimização dos recursos destinados à operacionalização do Programa de Ação Social.

Os projetos da área de Ação Social estão divididos em 4 grandes temas:

1. Ação humanitária e campanhas de doação

Em 2007, foram promovidas diversas iniciativas, entre elas, o “Projeto Mãos à Obra”, mutirões de colaboradores para reforma, limpeza e pintura de escolas públicas e instituições de ensino de São Paulo e do Rio de Janeiro; a campanha de “Qualificação de Ambientes”, que consiste na instalação de equipamentos de informática em escolas estaduais; e campanhas de doação, como “De volta às aulas”, “Campanha do Agasalho”, de produ-

tos de higiene, alimentos e de brinquedos; além da “Caminhada Cultural Solidária” e “Bazar de Natal”.

Iniciativas de destaque em 2007:

Campanha “De volta às aulas”

Foram doados 1.427 kits de material escolar às seguintes instituições: Escola Estadual Eurico Gaspar Dutra, São Paulo; Escola Estadual Desidério Finamor, Porto Alegre; e Espaço Logos, Rio de Janeiro.

Campanha de doação de produtos de higiene pessoal

Em 2007, os colaboradores doaram cerca de 1.040 itens de higiene pessoal ao Recanto Nova Era, em São Paulo. Também foram doados, em parceria com a Odontoprev, 1.050 kits de higiene bucal para alunos da Escola Estadual Adelina Issa Ashar, em São Paulo, e para a Escola Estadual Desidério Finamor, em Porto Alegre. Além disso, foram realizadas palestras educativas sobre o tema.

Campanha do Agasalho

Foram doadas 478 peças de roupas para instituições sociais, por meio da Campanha do Agasalho. As instituições beneficiadas foram a Amem (Associação dos Amigos do Menor para o Esporte Maior) e a Escola Municipal João Kopke, em Petrópolis.

Campanha de doação de alimentos

Os colaboradores da Nextel doaram 2 toneladas e 800 quilos de alimentos

a crianças em situação de risco social, por meio das seguintes instituições: AACCC (Associação de Apoio à Criança com Câncer), em São Paulo, e Casa Ronald McDonald, no Rio de Janeiro.

Campanha de doação de brinquedos

Foram doados 1.100 brinquedos novos e outros 4 brinquedos para parques. Instituições Beneficiadas: CEI Celestina Esteward e CEI Antenor Soler, em São Paulo.

IV Caminhada Cultural Solidária

A iniciativa, que contou com a participação de 50 colaboradores, arrecadou fundos e alimentos para crianças de comunidades da região do Jabaquara. Cinquenta cestas básicas foram destinadas à Associação Cruz de Malta, em São Paulo.

Caminhada Cultural Solidária + Yoga no Parque Ibirapuera

A inscrição para os dois eventos consistiu na venda de camiseta e boné da Ação Social. O valor arrecadado foi revertido em doações para o Lar de Idosos Nossa Senhora da Conceição, em São Paulo.

Campanha de Páscoa

A venda de ovos e enfeites de Páscoa nos prédios da Alameda Santos e da Bela Cintra foi revertida em benefício da AMEM (Associação dos Amigos do Menor pelo Esporte Maior), em São Paulo. Também houve doação de roupas.

AÇÃO SOCIAL



NEXTEL

The mission of this community outreach program is to promote a culture of commitment to the responsibilities of participating citizenship in the markets served by Nextel.

Through the Nextel Social Action Program, volunteer employees conduct initiatives that promote human and social development within both the internal and the external communities, closing the distance between the two.

In 2004, Nextel's Social Committee was created to propose and oversee the management and optimization of the resources allocated to the Social Action Program. The committee is currently composed of 15 employees appointed by the Leadership Team.

The projects of the Social Action Program are divided into 4 broad areas:

I. Humanitarian action and donation campaigns

In 2007, a number of initiatives were conducted in this area, including:

“Hands On” project

Volunteers rallied round to renovate, clean and paint public schools and other educational institutions in São Paulo and Rio de Janeiro;

Campaign For a computer-enabled school environment

Installation of computers in public schools;

“Back to School” campaign

1,427 kits of back-to-school supplies were donated to the following institutions: Escola Estadual Eurico Gaspar Dutra (São Paulo, SP); Escola Estadual Desidério Finamor (Porto Alegre, RS); and Espaço Logos (Rio de Janeiro, RJ);

Toiletries donation campaign

More than 1,000 toiletry items were given to Recanto Nova Era nursing home for the elderly, in São Paulo. Also, in partnership with Odontoprev, 1,050 oral hygiene kits were distributed to pupils of Escola Estadual Adeline Issa Ashar (São Paulo, SP) and Escola Estadual Desidério Finamor (Porto Alegre, RS) and lectures were held to educate children as to the importance of oral health.

Winter Clothing campaign

Through this campaign, 478 pieces of clothing were given to the Amem (Associação dos Amigos do Menor para o Esporte Maior), in São Paulo, and Escola Municipal João Kopke, in Petrópolis (RJ).

Food donation campaign

Nextel's employees donated 2.8 tonnes of food to underprivileged children assisted by the AACCC-Associação de Apoio à Criança com Câncer, in São Paulo, and Ronald McDonald House, in Rio de Janeiro.

Toy donation campaign

Additionally to the distribution of 1,100 new toys, also 4 pieces of playground equipment were donated through the campaign. The recipient nurseries were the CEI Celestina Steward and the CEI Antenor Soler, in São Paulo.

IV Solidary Cultural Walk

With the participation of 50 employees, funds were raised and food collected for children in the Jabaquara region (southern part of São Paulo). Fifty staple-food baskets went to Associação Cruz de Malta.

Solidary Cultural Walk + Yoga in Ibirapuera Park

Individuals buying “Social Action” caps and shirts were automatically registered to participate in these events. Proceeds went to Lar de Idosos Nossa Senhora da Conceição, a nursing home for the elderly, in São Paulo.

Easter Campaign

The proceeds from the sale of Easter eggs and decorations in the premises of Nextel's headquarters went to the Amem (Associação dos Amigos do Menor pelo Esporte Maior), in São Paulo. Clothes were donated on the occasion as well.



Bazar de Natal

O Bazar de Natal ofereceu a diversas organizações a oportunidade de expor seus trabalhos e reverter as vendas em prol de suas atividades, processo que auxilia na captação de recursos. Instituições que expuseram seus produtos: Casa Hope; AHPCE (Associação Holística de Participação Comunitária Ecológica - Núcleo da Terra; Instituto Ecotece; Fundação Francisca Franco e OAT (Oficina Abrigada de Trabalho). Todas são situadas em São Paulo e prestam atendimento a diversas regiões do país.

Campanha de Arrecadação de Natal

Foram doados para 114 kits compostos por roupas, brinquedos e sapatos, além de 500 fraldas e 50 latas de alimento infantil para crianças com prévio diagnóstico de necessidades especiais do Centro Organizado de Tratamento Intensivo à Criança (COTIC), de São Paulo. Também foram arrecadados 150 brinquedos, destinados à Fundação Xuxa Meneghel, no Rio de Janeiro.

2. Desenvolvimento humano e social e projetos educacionais

Em 2007, foi promovido o Projeto Ensaio Nextel, que ofereceu aulas de canto e de instrumentos musicais para cerca de 200 crianças de escolas públicas e instituições assistenciais do Rio de Janeiro e de São Paulo. Este projeto, que se aperfeiçoou ao longo dos anos, incentiva o trabalho em equipe, a postura e disciplina por meio de aulas semanais e apresentações externas. Além do coral infantil, o projeto conta com a participação de 12 colaboradores.

Também foram realizadas sete palestras para os colaboradores sobre valorização da Diversidade, além do Dia das Crianças Sócio Ambiental, em que 1.400 crianças participaram de atividades com a interação de contadores de história e a distribuição de material didático elaborado pela Nextel, que propõe textos e brincadeiras educativas sobre o meio ambiente.

3. Recreação

Esta importante ferramenta, criada para atender às necessidades das

crianças por meio de uma socialização saudável e criativa, promoveu diversas ações em 2007.

Um deles é o Projeto Dia Especial, que organiza quatro festas durante o ano com atividades esportivas realizadas para 90 crianças e jovens da Amem, em São Paulo.

Outra iniciativa é o Programa Melhores Alunos, que concedeu prêmios a 290 crianças de escolas públicas de São Paulo e de Porto Alegre que se destacaram em suas turmas. Eles foram premiados com passeios ao parque aquático Wet'n Wild (SP) e ao Sítio São Conrado (RS).

Como apoio ao Programa Escola na Família, também foi realizado o Campeonato de Futebol, que participou da formação esportiva de 150 alunos da Escola Eurico Gaspar Dutra. O campeonato vem sendo organizado desde 2005 e, no último ano, contou com a presença especial do jogador Raí como voluntário, que reforçou a importância da prática de esportes e da cidadania nos dias atuais.

4. Proteção ao meio ambiente e coleta seletiva

Engloba palestras sobre meio-ambiente, consumo consciente e a coleta seletiva de lixo na comunidade interna e externa. Essas apresentações são primeiramente direcionadas aos colaboradores da Nextel e, posteriormente, para as comunidades.

EM 2007, A VERBA DESTINADA PARA AS ATIVIDADES DE AÇÃO SOCIAL SOMAM O VALOR DE 1 MILHÃO DE REAIS.

IN 2007, R\$ 1 MILLION WERE ALLOCATED TO THE INITIATIVES OF THE SOCIAL ACTION PROGRAM

Christmas Bazaar

The Christmas Bazaar provided a number of charities with the opportunity to showcase their work and benefit from sales proceeds. The event had the participation of the following organizations: Casa Hope; AHPCE- Associação Holística de Participação Comunitária Ecológica - Núcleo da Terra; Instituto Ecotece; Fundação Francisca Franco; and OAT-Oficina Abrigada de Trabalho. While they are based in São Paulo, all five charities reach out to the underprivileged in several regions of the country.

Christmas donations campaign

In addition to 114 kits complete with a change of clothes and shoes and a toy, also 500 diapers and 50 cans of baby formula were given to children with special needs assisted by the Centro Organizado de Tratamento Intensivo à Criança (COTIC), in São Paulo. In Rio de Janeiro, 150 toys were donated to Fundação Xuxa Meneghel.

2. Human and social development and educational projects

Through the Nextel Rehearsal Project, singing and musical instrument lessons were given to some 200 children of public schools and charities in Rio de Janeiro and São Paulo. Designed to encourage team play, posture

and discipline through weekly lessons and external performances, this project has been reviewed and improved over the years and currently relies on the participation of 12 volunteer employees.

This area also promoted seven lectures for employees, addressing the value of Diversity, as well as a Socio-Environmental Children's Day, where 1,400 children engaged in interactive storytelling and other dynamic activities. There was distribution of materials specially developed by Nextel to raise children's awareness of the environment in playful and attractive ways.

3. Recreation

This important arm of the program, concerned with catering to children's needs in ways that promote creative and healthy socialization, ran a number of actions in 2007:

Special Day Project: four Party & Sports days for 90 children and youths assisted by the Amem, in São Paulo.

Best Students Program: 290 public school children in São Paulo and Porto Alegre had their outstanding school performance rewarded with visits to the Wet'n Wild water park (SP) and Sítio São Conrado recreation complex (RS).

Soccer Tournament: in support of a program for the integration between family and school, contributes to the sports development of 150 pupils of Escola Eurico Gaspar Dutra. The competition has taken place annually since 2005 and had the voluntary participation last year of professional soccer player Raí, who emphasized the importance of sports and good citizenship values these days.

4. Environment protection and selective waste collection

This area promotes lectures about the environment, consumer awareness, and selective waste collection for both internal and external communities.





É uma iniciativa do Comitê Social da Nextel, criada em 2005, para disseminar a consciência de responsabilidade cidadã nos colaboradores e nas comunidades atendidas, estimulando a prática de atitudes ambientais e sociais mais saudáveis.

As ações do programa aplicam os conceitos da Agenda 21 conhecidos como os três R's: REDUZIR, REUTILIZAR E RECICLAR.

Atividades realizadas em 2007:

Treinamento do pessoal de limpeza responsável pela coleta de lixo, em São Paulo e no Rio de Janeiro;

Compra de recipientes, canecas, folhetos e etiquetas para a implantação da coleta seletiva nas filiais e nas lojas inscritas;

Levantamento do lixo nos prédios da Alameda Santos e da rua Bela Cintra e divulgação dos resultados – divulgação do quadro comparativo entre 2006 e

2007 na revista de comunicação interna Conexão Direta;

Para adequar o ambiente de trabalho ao Programa Nosso Ambiente e incentivar a reciclagem, foi realizado o levantamento da necessidade de novos recipientes em áreas comuns da empresa (como lixeira, porta-copos, caixa de papel para reciclagem) e utensílios de uso particular dos colaboradores (como canecas) durante a mudança para o prédio da rua Bela Cintra;

Desenvolvimento do projeto de e-learning para treinamento dos colaboradores das filiais e das lojas, em conjunto com a área de Recursos Humanos;

Desenvolvimento do gibi informativo para distribuição aos filhos dos colaboradores e à comunidade externa;

Implantação do Programa Nosso Ambiente em 22 lojas e filiais: encaminhamento de materiais por loja e filiais mediante diagnóstico;

Lojas e filiais em que o Programa foi implantado: Goiânia, São José do Rio Preto, Salvador, fortaleza, Brasília, Recife, Niterói, Penha, Campo Grande, Florianópolis, Macaé, Petrópolis, Volta Redonda, Rio Branco, Copacabana, Contagem, Santos, Curitiba, Porto Alegre, Ribeirão Preto, Sorocaba e Joinville;

Ação em Recife: mobilização de 250 porteiros da região próxima a filial por meio de palestras sobre o meio ambiente e reciclagem, organizadas por colaboradores, voluntários do Programa Nosso Ambiente.

Confecção de brindes elaborados por organizações não-governamentais com material reciclado para serem distribuídos como incentivo aos colaboradores que participaram do projeto de e-learning.

5. Veículos e meios de comunicação

Nossas ferramentas de comunicação são amplamente utilizadas pelo Programa de Ação Social para divulgação de suas ações:

- Revista Conexão Direta com Você;
- Jornal Mural;
- Mural de Fotos;
- Cartazes;
- Cadernos com temas ambientais, feitos com papel reciclado;
- Clipping de Ação Social;
- Relatório social;
- Reuniões mensais;
- Reuniões com representantes das filiais;
- Camisetas e bonés;
- Brindes em geral
- iNex - intranet

A Nextel Social Committee initiative created in 2005 to disseminate awareness of responsible citizenship among the workforce and the communities we serve, by encouraging behaviors that are socially healthy and environmentally friendly.

The actions of the program apply the Agenda 21 concepts known as the 3 Rs: REDUCE, REUSE and RECYCLE.

Activities carried out in 2007:

Training of the cleaning teams in charge of the waste collection at Nextel offices in São Paulo and Rio de Janeiro;

Assessment of the need for and acquisition of receptacles, cups, labels and production of leaflets for implementing selective waste collection at Nextel branches and participating stores, and at the second headquarters building (Rua Bela Cintra);

Assessment of the waste generated in the headquarter buildings – Alameda Santos and Rua Bela Cintra – and publishing of a chart comparing the numbers for 2006 and 2007 in the Company's newsletter (Conexão Direta com Você);

Development, together with the Human Resources area, of an e-learning

project for the training of employees working at the branches and stores;

Development of informative comics for distribution to employees' children and the external community;

Implementation of the 'Our Environment' Program in 22 branches and stores: Goiânia, São José do Rio Preto, Salvador, Fortaleza, Brasília, Recife, Niterói, Penha, Campo Grande, Florianópolis, Macaé, Petrópolis, Volta Redonda, Rio Branco, Copacabana, Contagem, Santos, Curitiba, Porto Alegre, Ribeirão Preto, Sorocaba and Joinville; materials sent to branches and stores according to previous diagnostic assessment.

In Recife, 250 doormen working in the vicinity of our local branch had access to lectures on recycling and the environment, delivered by volunteer employees engaged in the "Our Environment" Program.

5. Communication channels

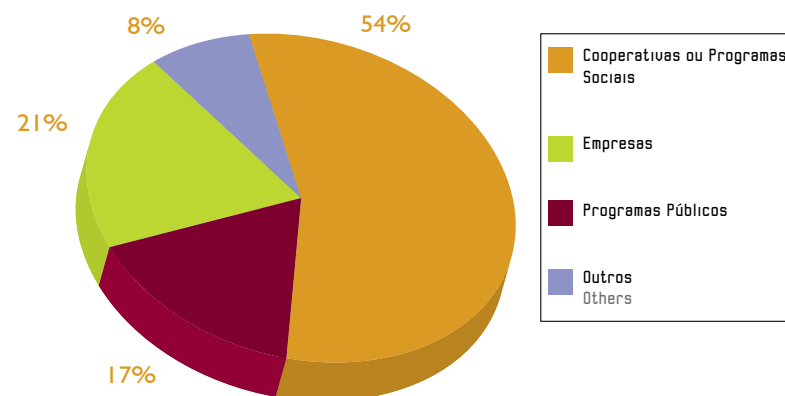
Our communication channels are widely used to spread the word of the efforts pursued by the Social Action Program:

- Newsletter (Conexão Direta com Você);
- Bulletin boards;
- Photographic Mural;

- Posters;
- Recycled paper notebooks featuring environment-related themes;
- Social Action clipping;
- Social report;
- Monthly meetings;
- Meetings with branch representatives;
- T-shirts and caps;
- Giveaways
- iNex - intranet

DESTINAÇÃO DOS MATERIAIS RECICLÁVEIS Programa Nosso Ambiente/2007

DESTINATION OF RECYCLABLE MATERIALS
"Our Environment" Program/2007



6. Parceiros

A busca por parcerias significativas é um dos focos de atuação dos membros do Comitê de Ação Social. Em 2007, este trabalho resultou em um total de R\$ 114.000,00 em contribuições:

- Participação no Mc Dia Feliz, parceria com o Instituto Ronald McDonald;
- Doação no valor de R\$ 10.000,00 para a Associação Tertio Milênio, utilizada no desenvolvimento de um projeto direcionado jovens grávidas.
- Doação no valor de R\$ 20.000,00 para o Torneio Gol de Letra, que contribuiu na realização das atividades da Fundação Gol de Letra.
- Parceria com a área de Marketing, que resultou na doação de alimentos ao ITC – Instituto Trabalho e Cidadania, no Rio de Janeiro;
- Parceria com a área de IT, que resultou na doação de micro-computadores para instituições de São Paulo e do Rio de Janeiro.
- Doações mensais: Instituto Ayrton Senna e Programa Se Liga e Acelera, realizada pelo EDH (Empresários pelo Desenvolvimento Humano). Valor das doações: R\$ 5.000,00 mês.
- Instituições Espaço Logos, do Rio de Janeiro, e Amem, de São Paulo. Doação mensal de R\$ 1.000,00 a cada instituição/ mês.

6. Partners

Establishing meaningful partnerships is one of the objectives of the Social Action Committee. In 2007, this effort resulted in contributions that amounted to R\$ 114,000.

- Participation in McHappy Day, in partnership with Instituto Ronald McDonald;
- One-time grant of R\$10,000 to Associação Tertio Milênio, to be used in the development of a project of assistance to pregnant youths.
- One-time grant of R\$20,000 for the “Gol de Letra” soccer tournament, a Fundação Gol de Letra fundraising event.
- Partnership with the Marketing area, resulting in food donations to the ITC – Instituto Trabalho e Cidadania, in Rio de Janeiro;
- Partnership with the IT area, resulting in the donation of PCs to institutions in São Paulo and Rio de Janeiro.
- Monthly grants: Instituto Ayrton Senna and the “Se Liga e Acelera” Program, conducted by the EDH-Empresários pelo Desenvolvimento Humano. Grant amount: R\$5,000/month.
- Monthly grants: Espaço Logos (Rio de Janeiro) and Amem (São Paulo). Grant amount: R\$1,000/month to each.



ESTIMATIVA DE ENVIO MENSAL PARA RECICLAGEM PELA NEXTEL
ESTIMATED WASTE AMOUNT SENT FOR RECYCLING BY NEXTEL

MATERIAIS	SEDE SP (INÍCIO: 2005)KG	FILIAIS RJ E BH (INÍCIO: 2006)KG	22 FILIAIS (INÍCIO: 2007)KG	TOTAIS/MÊSKG
Papel branco	1245,52	532,61	671,99	2450,12
Papelão	1768,14	139,10	1038,18	2945,42
Jornais/revistas/ Outros papéis	280,94	64,35	274,28	618,63
TOTAL PAPÉIS	3294,60	736,06	1984,45	6015,11
Copos plásticos	318,56	40,13	142,08	500,77
Sacos plásticos / Outros plásticos	9,64	75,40	272,29	357,33
TOTAL PLÁSTICOS	328,20	115,53	414,37	858,10
TOTAL RECICLÁVEIS	3622,74	851,59	2398,82	6873,21

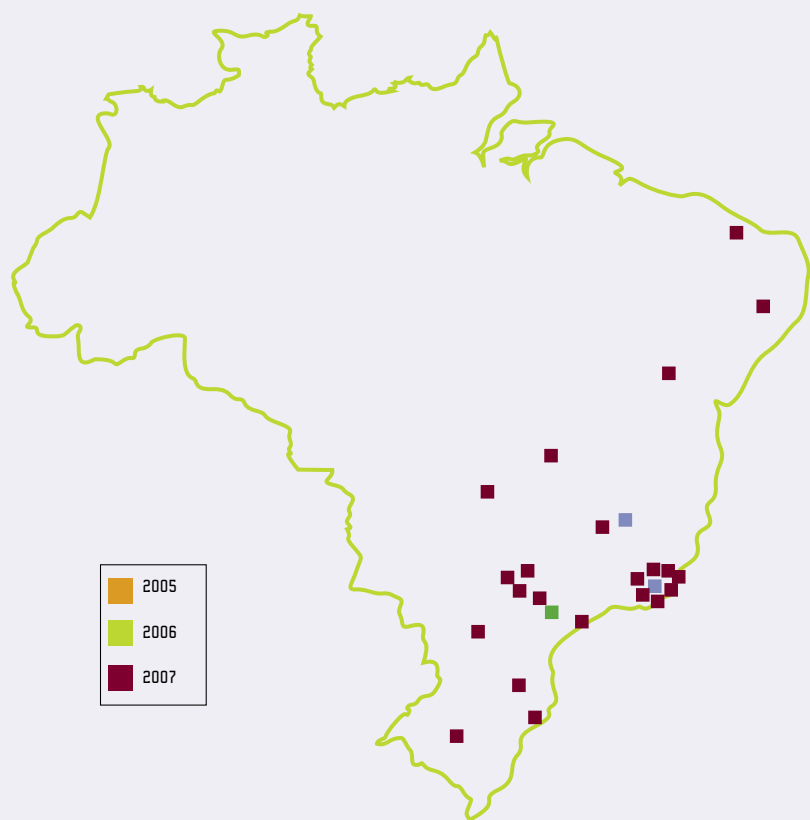
QUILOS RECICLADOS x PRESERVAÇÃO AMBIENTAL 2005-2007
RECYCLED WASTE (KG) x PROTECTED ENVIRONMENT 2005-2007

MATERIAL	VALOR EM QUILOS	ECONOMIA DE MATÉRIA-PRIMA	ECONOMIA DE ÁGUA/ENERGIA
Papel	71189,67	1.281 árvores	711.897 litros
Plástico	9709,96	9,71 litros de petróleo	51.462 kWh

EVOLUÇÃO DO PROGRAMA NOSSO AMBIENTE NEXTEL EVOLUTION OF NEXTEL "OUR ENVIRONMENT" PROGRAM

No ano de 2007, foram integradas mais 22 filiais e/ou lojas de todo o Brasil, além da inclusão dos colaboradores da nova sede de São Paulo, localizada na Rua Bela Cintra.

In 2007, in addition to our new headquarters building, on Rua Bela Cintra, the program was joined by 22 more branches and/or stores throughout the country



Em 2007, além do foco no Programa de Ação Social, que desenvolve projetos direcionados à prática do voluntariado e à Consciência Ambiental, a Nextel reuniu esforços para a implantação do Instituto Nextel, organização não-governamental na área de educação que apóia jovens em situação de risco social.

In 2007, in addition to focusing on the Social Action Program, which runs projects to foster volunteerism and environmental awareness, Nextel pooled efforts to create the Nextel Institute, a non-governmental organization (NGO) that provides educational support for youths at social risk.

**PARA A IMPLANTAÇÃO DO INSTITUTO NEXTEL,
FORAM INVESTIDOS R\$ 750.000,00.**

**R\$ 750,000 WERE INVESTED TO IMPLEMENT
NEXTEL INSTITUTE**





INSTITUTO NEXTEL
NEXTEL INSTITUTE





A Nextel é uma empresa inserida na economia mundial globalizada, cuja principal força propulsora está no conhecimento. Por isso, é parte de nossa estratégia de negócio trabalhar para promover a educação nas comunidades onde estamos presentes. Sabemos que contribuir para ampliar o acesso da sociedade à informação é favorecer a inclusão social, o desenvolvimento socioeconômico do Brasil e criar um cenário propício ao crescimento sustentável da nossa empresa.

O Instituto Nextel foi idealizado em 2006 para melhor cumprirmos este

ideal. Com o apoio voluntário de nossos colaboradores, a entidade procura atuar diretamente na formação de jovens e adultos brasileiros economicamente menos favorecidos. Todas as suas ações são subsidiadas pela própria Nextel, que estabeleceu uma parceria com o CPA - Centro de Profissionalização de Adolescentes – no que se refere à parte pedagógica e à contratação dos professores.

Em 2007, trabalhamos para iniciar a atuação pedagógica do Instituto Nextel, com o objetivo futuro de transformá-lo em referência na área da educação corporativa e no carro-chefe das ações de Responsabilidade Social da empresa, obedecendo aos seguintes direcionamentos:

Missão

Promover o desenvolvimento do potencial de jovens e adultos, contribuindo para a sua formação integral.

Visão

ser uma organização pioneira e uma referência na capacitação de jovens e adultos, fornecendo ferramentas para torná-los empreendedores para a vida.

Valores

- Utilizar o talento da Nextel em suas ações;

- Estar em consonância com o ECA (Estatuto da Criança e do Adolescente), a LOAS (Lei Orgânica da Assistência Social) e com sua missão institucional;
- Defender a ética, a cidadania e os direitos dos jovens e adultos atendidos, bem como a comunidade na qual estamos inseridos;
- Valorizar as experiências e vivências trazidas por cada integrante do Instituto e de seu público-alvo;
- Promover a democratização do conhecimento e a valorização da diversidade;
- Atuar em consonância com valores de inclusão social e digital;
- Favorecer a solidariedade e o comprometimento na transmissão do conhecimento.

Projeto Conexão Direta com o Futuro

O projeto Conexão Direta com o Futuro é o principal projeto das ações do Instituto Nextel. Sua proposta é criar oportunidades para desenvolver e transformar o potencial de jovens da rede pública de ensino em habilidades e competências profissionais que fazem parte da expertise Nextel, como a informática, o telemarketing e o tele-atendimento.

Nextel is a player in the globalized economy and finds its main driving force in knowledge. It is a part of our business strategy to work to foster education in the communities in which we have a presence. We know that by contributing to the population's increased access to information we are promoting social inclusion and the socioeconomic development of the nation as well as building an environment conducive to the sustainable growth of the Company.

Nextel Institute started life in 2006 to help us achieve this ideal. With voluntary support from our employees, the Instituto seeks to play an active part in the education and professional development of underprivileged Brazilian youths. Nextel sponsors all of the Institutes' efforts and has partnered with the Center for the Professionalization of Adolescents (CPA) for pedagogic-related matters and recruitment of instructors.

In 2007, we laid the groundwork for Nextel Institute's educational activities, with a view to turning the Instituto into a benchmark for corporate training and development as well as the flagship of Nextel's Social Responsibility actions.

Mission

To foster the realization of both youths' and adults' potentialities, contributing

to broaden the horizons of their personal and professional development.

Vision

To be a pioneering organization and a benchmark in providing youths as well as adults with tools that will enable them as enterprising individuals in a position to pursue meaningful lives.

Values

- To employ Nextel talent in its actions;
- To be in consonance with the Brazilian Children's Rights Act (ECA - Estatuto da Criança e do Adolescente), the Social Service Law (LOAS - Lei Orgânica da Assistência Social), and the Instituto's institutional mission;
- To advocate ethics, good citizenship, the rights of the youths and adults assisted, and the communities in which we live and work;
- To value the background and experiences of each member of the Instituto's target group;
- To promote the democratization of knowledge and value diversity;
- To foster social and digital inclusion;
- Found knowledge transfer on solidarity and commitment.

Project: "Direct Connect with the Future"

The 'Direct Connect with the Future' project is Nextel Institute's centerpiece initiative.

The purpose of the project is to create opportunities to develop the potential of public school students into professional skills and competences in areas of Nextel's expertise, such as information technology, telemarketing and call center.

Objetivos

- Promover, em espaço próprio do Instituto Nextel, a formação integral do jovem por meio de cursos técnicos capazes de reforçar a grade curricular do Ensino Médio formal e de desenvolver competências em áreas de expertise da Nextel, contribuir para a inclusão social e valorizar o mercado formal de trabalho;
- Possibilitar a inclusão digital de jovens que vivem em situação de risco;
- Formar profissionais qualificados para atuar em empresas nas áreas de tele-atendimento, telemarketing e informática, proporcionando atitudes empreendedoras e preparo para o mundo do trabalho;
- Desenvolver metodologias participativas e assessorar educadores, possibilitando-lhes um aprimoramento permanente;
- Formar parcerias com organizações do Terceiro Setor, tornando cada vez mais completa a formação do jovem;
- Fortalecer o espaço da escola pública por meio de sua articulação com outros agentes sociais.

Objectives

- At Nextel Institute's own facilities, provide youths with opportunities to achieve fully-rounded development, by offering technical training to complement the formal agenda of secondary school and develop competences in areas of Nextel's expertise, thus contributing to foster social inclusion and add value to the formal job market;
- Promote the digital inclusion of young people at social risk;
- Train and certify skilled professionals for employment in the telemarketing, call center and information technology areas, bringing out their enterprising potential and preparing them for the job market;
- Develop interactive methodologies and assist educators in pursuing continuous improvement;
- Build partnerships with third sector organizations to offer increased development opportunities;
- Optimize the use of public school space through articulation with other social actors.



Por que os jovens?

Em 2007, o Instituto Nextel coordenou o diagnóstico inicial que justificou a escolha do público-alvo do projeto. Esta apuração, baseada em índices e estatísticas nacionais de desenvolvimento humano, evidenciou o grande número de jovens que, cursando o Ensino Médio da rede pública, encontram-se hoje inseridos no mercado informal de trabalho. A mesma pesquisa revelou que a maioria destes jovens se sente “despreparada para concorrer a postos de trabalho formais”. A falta de conhecimentos sobre informática foi um dos principais fatores apontados como obstáculo para a obtenção de melhores empregos.

Frente às informações desta enquête, identificamos a oportunidade de oferecer cursos técnicos para a juventude, complementares à grade curricular do Ensino Médio.

O fato de a Nextel ter se instalado e centralizado suas atividades durante muito tempo na região de Santo Amaro, Zona Sul da cidade de São

Paulo, contribuiu para a eleição desta comunidade como a área onde as ações do Instituto Nextel – incluindo o projeto Conexão Direta com o Futuro – ficarão concentradas. A localização nesta região, no entanto, não limita o atendimento de jovens de outras áreas.

Parceiros e método

Sabemos que dentro do campo da Responsabilidade Social, o trabalho em equipe, que articula a ação de diversos atores da sociedade, é fundamental para alcançar de maneira sustentável o maior número de beneficiados. Assim, para aprimorar a proposta de trabalho do Conexão Direta com o Futuro, o Instituto Nextel busca parceria com instituições nacionais renomadas na área da educação.

Em 2007, conquistamos o apoio do Centro de Profissionalização de Adolescentes (CPA), além da participação das escolas públicas, que nos ajudaram na seleção dos primeiros beneficiados pelo projeto.

Why youths?

In 2007, Nextel Institute conducted the initial diagnostic assessment that led to the selection of the project's target group. Based on national stats and indicators of human development, the assessment showed that a large number of public high school students are absorbed by the informal job market. The same study revealed that most of these young people feel "unprepared to compete for formal job positions." Computer illiteracy was cited as one of the main stumbling blocks to their access to better jobs.

In the light of these findings, we identified the opportunity to offer technical training as a way to complement the information content to which these youths are exposed in the high school curriculum.

The fact that Nextel used to be based in the southern part of the city of São Paulo, for a long time concentrating its activities in that region, contributed for that community to be elected

as the area where Nextel Institute would focus its actions – including the 'Direct Connect with the Future' project. Nevertheless, youths from other locations are not barred from having access to its services.

Partners and method

We are aware of the importance of teamwork for the success of Social Responsibility efforts, in that the articulation of society's various actors is key to sustainably reaching out to the largest possible number of beneficiaries. This way, aiming to enrich the work concept proposed by our 'Direct Connect with the Future,' Nextel Institute seeks to establish partnerships with renowned organizations with experience in education.

In 2007, we received the support of the Center for the Professionalization of Adolescents (CPA) and the cooperation of public schools, which helped us select the first individuals to benefit from the project.

Público-alvo

O público-alvo do Conexão Direta com o Futuro é prioritariamente formado por jovens a partir de 16 anos de idade, que estejam cursando ou que já tenham concluído o 2º ou 3º ano do Ensino Médio em escolas da rede pública.

Target group

The target group of the 'Direct Connect with the Future' is primarily public school students aged 16 or older, who are in the junior or senior high school years or have completed secondary school.

A Metodologia

- Pagamento de Bolsas-auxílio aos jovens selecionados;
- Distribuição de apostilas didáticas desenvolvidas pela equipe multidisciplinar do projeto;
- Auxílio do CPA para a contratação e monitoramento de educadores;
- Articulação com as escolas da rede pública de ensino para a divulgação do projeto e seleção dos participantes;
- Implementação de grade curricular técnica e complementar ao Ensino Médio;
- Realização de oficinas práticas e palestras ministradas por colaboradores da Nextel;
- Realização de estágio na Nextel.

A Metodologia

- Scholarships for selected students;
- Distribution of content guides specially developed by the project's multidisciplinary team;
- CPA assistance with the recruitment and monitoring of instructors;
- Liaising with public schools to communicate the project and select participants;
- Technical curriculum supplementing Secondary School;
- Workshops and lectures delivered by Nextel employees;
- On-the-job training at Nextel.

A turma-piloto do Conexão Direta com o Futuro foi composta por 30 jovens alunos selecionados pelas escolas da rede pública de ensino, engajadas na proposta. Os estudantes iniciaram os cursos em outubro de 2007, com conclusão em março de 2008.

Como parte da programação das oficinas práticas, todos os integrantes da turma farão um estágio na Nextel com duração de 15 dias e 4 horas diárias.

Em 2008, o Instituto Nextel tem os seguintes objetivos:

- Capacitar 120 jovens nas áreas de informática e tele-atendimento, fornecendo ferramentas para a sua inserção no mercado de trabalho;

- Otimizar o espaço da escola pública, por meio de sua articulação com outros fatores sociais.

Para o alcance desses objetivos, foram traçadas as seguintes estratégias:

- Ao longo do ano, formar quatro turmas, com 30 jovens cada;
- Acompanhar a posterior inserção dos participantes no mercado de trabalho;
- Estabelecer parcerias com Organizações do Terceiro Setor para avaliar a formação dos jovens;
- Realizar parceria com as escolas públicas e diretorias de ensino da região para atingir o público-alvo;
- Possibilitar processos de avaliação continuada dos cursos.

The pilot class of the 'Direct Connect with the Future' project (Oct 2007 – Mar 2008) consisted of 30 students selected by public schools embracing the proposal.

Complementary to the workshops, all participants will undergo 60 hours' on-the-job training at Nextel (15 days; 4 hours/day).

Nextel Institute's goals for 2008:

- Enable 120 youths in the IT and call-center areas, providing them with tools to join the job market;
- Optimize the use of public school space through articulation with other social actors.

In order to achieve these goals, we have outlined the following strategies:

- Train and certify 4 classes of 30 students per year;
- Monitor participants as they join the job market;
- Establish partnerships with third sector organizations for assessment of student outcomes;
- Partner with public schools and regional education boards to reach the target group;
- Enable processes for continuous review of the courses offered.

NEXTEL[®]
BEM-VINDO AO CLUBE

Rua Bela Cintra, 1196
Cerqueira César
01415-001
São Paulo - SP