

# endesa brasil06

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE







# endesa**brasil**06

MENSAGEM DA PRESIDÊNCIA	2
APRESENTAÇÃO E ALCANCE DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2006	4
A ENDESA NO MUNDO	6
A ENDESA NA AMÉRICA LATINA	16
A ENDESA BRASIL	22
PERFIL DAS EMPRESAS DA ENDESA BRASIL	36
DESEMPENHO NOS SETE COMPROMISSOS COM A SUSTENTABILIDADE DAS EMPRESAS DA ENDESA BRASIL	48
DESAFIOS PARA 2007 DA ENDESA BRASIL	122
ANEXOS	126

# MENSAGEM

## DA PRESIDÊNCIA

É com prazer que apresentamos este Relatório de Sustentabilidade, publicado pela Endesa Brasil, correspondente ao exercício de 2006. Esta edição traz nossa atuação vista pela lente do desenvolvimento sustentável, respondendo também a outro compromisso muito importante para nós: a transparência.

A Endesa Brasil surgiu em 2005, trazendo consigo o paradigma de sustentabilidade adotado globalmente pela companhia ENDESA. Assim, ao agrupar as participações da ENDESA em empresas do setor elétrico brasileiro, a Endesa Brasil pretendeu não apenas consolidar um modelo elétrico, mas uma forma de gestão dos negócios alinhada a seus compromissos com um modelo de desenvolvimento.

As empresas da Endesa Brasil – responsáveis por geração, transmissão, distribuição e comercialização de energia elétrica – desempenham um papel social da mais alta importância ao fornecer um recurso essencial à dignidade humana. Por isso apostam em formas de relacionamento com seus clientes que possibilitem que essa atividade continue sendo rentável para o setor, ao mesmo tempo em que permitam aos clientes continuar usufruindo um serviço fundamental para sua vida.

Além disso, estamos conscientes dos desafios que o negócio energético apresenta e de que a crescente demanda por energia no planeta deverá ser suprida por matrizes em constante transformação.

Portanto, acreditamos que grande parte de nosso negócio consiste no relacionamento com as pessoas e que, por mais que as fontes de energia se transformem, nossa empresa sempre deverá se renovar, atuando ao lado de nossos clientes na construção de novas formas de relacionamento sustentável.

Isso é desenvolvimento sustentável para a Endesa Brasil: evoluir para nos tornarmos especialistas em relacionamento e em pessoas, além de especialistas em energia elétrica que já somos. Para tanto, pautamos nossa atuação por uma visão de totalidade, na qual se complementam o negócio elétrico, a conscientização dos clientes, a preservação do meio ambiente, a eficiência no serviço e os benefícios para a sociedade.

Essa forma de encarar o negócio elétrico vem da própria natureza e da história de nossa organização. A ENDESA se expandiu e se internacionalizou principalmente a partir de processos de privatização e modernização de antigas empresas elétricas públicas, que trazem em sua trajetória uma história de compromisso com as pessoas. Esse legado possibilitou que a Endesa Brasil já nascesse tendo incorporada a consciência de que energia elétrica é um serviço de utilidade pública essencial à dignidade humana, e que sua comercialização deve abranger estratégias de inclusão social.

Na Endesa Brasil, seguindo a cultura global da empresa, pensamos hoje no futuro e, para isso, procuramos atuar de diversas maneiras. Internamente, estabelecemos e perseguimos os sete compromissos de que trata este relatório: com a qualidade dos serviços, com a criação de valor e rentabilidade, com a saúde, a segurança e o desenvolvimento pessoal e profissional de nossos colaboradores, com a prática da boa governança e o comportamento ético, com a proteção do entorno, com a eficiência e a inovação e com o desenvolvimento da sociedade.

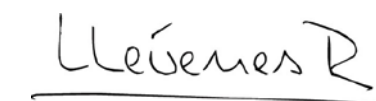
Já como instituição que ocupa uma posição importante na sociedade, estamos constantemente expandindo nossa esfera de influência. A Endesa Brasil participa ativamente do processo de fortalecimento do Pacto Global das Nações Unidas, cujo objetivo é transmitir ideais universais de ética nos negócios ao dia-a-dia das corporações. E participa de diversas outras iniciativas voltadas ao mercado, à indústria e à sociedade como um todo, também aqui relatadas.

Com tudo isso, tenham a certeza de que a Endesa Brasil e suas empresas continuarão trabalhando para que sejamos capazes de construir um mundo mais seguro, respeitoso, eficiente e sustentável.



Mario Santos

Presidente do Conselho de Administração



Marcelo Llêvenes

Presidente Executivo



# APRESENTAÇÃO

E ALCANCE DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2006

A publicação do Relatório de Sustentabilidade da Endesa Brasil tem por objetivo divulgar as principais ações levadas a cabo pela empresa e suas controladas – Ampla, Coelce, Endesa Cachoeira, Endesa Fortaleza e Endesa Cien em 2006, nos âmbitos social, econômico e ambiental.

Para a elaboração deste relatório, a Endesa Brasil tomou por base os Relatórios de Sustentabilidade de suas empresas, elaborados de acordo com as diretrizes de conteúdo propostas pela Global Reporting Initiative (GRI). Além disso, este informe foi pautado pelos Princípios do Pacto Global.

A iniciativa desta publicação faz parte de um processo que se iniciou com a elaboração de um relatório interno, que serviu como uma importante base para a análise crítica das atividades da empresa e de suas controladas em 2005. O amadurecimento adquirido a partir dessa experiência também representou motivação para a elaboração deste relatório, que deverá ser publicado anualmente.

Em função da criação da Endesa Brasil, em 2005, que agrupou as participações da ENDESA em empresas elétricas no Brasil, este relatório contempla informações sobre a *holding* e sobre o desempenho de suas controladas nos compromissos da ENDESA com o desenvolvimento sustentável, contendo análises sobre a atuação das empresas de geração, transmissão e distribuição.

As informações aqui publicadas têm por base dados contábeis, econômicos, gerenciais e sociais, comprovados por meio de contratos, balanços, documentos e relatórios internos produzidos pela empresa, além de entrevistas realizadas com diretores, gerentes e supervisores de áreas específicas.

Essas informações foram obtidas por meio de sistemas de gestão econômicos, ambientais e sociais, presentes em distintas áreas da Endesa Brasil e de suas empresas controladas. Presidência, diretorias, gerências e colaboradores integraram este trabalho, fazendo dele uma ferramenta de gestão. Além disso, as gerências da empresa levaram adiante processos de revisão que, entre outros aspectos, procuram garantir a qualidade e a veracidade das informações.

Por fim, o objetivo desta publicação é possibilitar que a análise desses dados seja utilizada de maneira abrangente por todas as partes interessadas – acionistas, clientes, colaboradores, concorrentes, fornecedores de materiais e serviços, governo, comunidade e sociedade – pela Endesa Brasil e suas controladas, favorecendo um diálogo que contribua para o aprimoramento da gestão da empresa.



# A ENDESA

NO MUNDO

## PERFIL

A ENDESA opera em todas as etapas da cadeia elétrica – geração, transmissão, distribuição e comercialização de energia –, estando presente em 11 Países em todo o mundo: Espanha, onde está situada a matriz ENDESA S.A., Portugal, Itália, França, Alemanha, Bélgica, Argentina, Chile, Colômbia, Peru e Brasil.

Ela é a maior empresa de eletricidade da Espanha, a primeira companhia elétrica multinacional privada na América Latina e um dos principais operadores elétricos na região mediterrânea europeia, contando com uma potência instalada de 47.109 MW e atendendo mais de 22,6 milhões de clientes, com o trabalho de 26.758 colaboradores.

A importância da companhia como operadora internacional de energia tem sido fortalecida por investimentos crescentes no setor de gás natural e de energias renováveis, além de sua presença em outros tipos de serviços associados que se complementam e acrescentam valor à sua atividade principal. A ENDESA conta ainda com uma considerável experiência em pesquisa e desenvolvimento de tecnologia. Como tal, desempenhou papel decisivo em algumas das principais realizações do setor elétrico espanhol, tais como a criação da primeira fazenda eólica construída na Espanha, a primeira usina de combustão com leito fluidizado a pressão, além de promoção da usina integrada de gaseificação de ciclo combinado, entre outras.

Desde 1988 a ENDESA tem ações negociadas na Bolsa de Nova York e, a partir de 1999, após um processo de reorganização societária, passou a negociar ações também na Bolsa de Santiago do Chile, na Bolsa de Madrid e em outras três bolsas espanholas. Por isso, as empresas da ENDESA cumprem a Lei Sarbanes-Oxley (SOX), que estabelece a responsabilidade em manter uma estrutura de controles internos adequada.

A estratégia da ENDESA para os próximos anos está focada em manter a liderança do mercado ibérico (Portugal e Espanha), expandir sua presença na Europa e se consolidar como a maior multinacional latino-americana.

### VISÃO

Uma operadora global do mercado energético e de serviços conectados, centralizada na eletricidade.

Uma companhia multinacional responsável, eficiente e competitiva.

Uma empresa preparada para competir globalmente.

### MISSÃO

Gerar o máximo de valor a nossos acionistas.

Servir a nossos mercados superando as expectativas de nossos clientes.

Contribuir para o desenvolvimento de nossos colaboradores.

Esses valores definem nosso compromisso com os trabalhadores, os acionistas, os clientes e o meio ambiente. Eles são nossa cultura de trabalho empresarial e assinalam como deve atuar cada um dos integrantes da empresa:

### VALORES CORPORATIVOS

**Pessoas** – asseguramos as oportunidades de desenvolvimento com base no mérito e na contribuição profissional.

**Trabalho em equipe** – estimulamos a participação de todos para alcançar um objetivo comum, compartilhando informação e conhecimento.

**Conduta ética** – atuamos com profissionalismo, integridade moral, lealdade e respeito às pessoas.

**Orientação ao cliente** – centralizamos nossos esforços na satisfação do cliente, indicando soluções competitivas e de qualidade.

**Inovação** – promovemos a melhora contínua e a inovação para alcançar a máxima qualidade em critérios de rentabilidade.

**Orientação a resultados** – direcionamos nossa ação para alcançar os objetivos do projeto empresarial e a rentabilidade para nossos acionistas, tratando de superar suas expectativas.

**Comunidades e meio ambiente** – comprometemo-nos social e culturalmente com as comunidades em que operamos e adaptamos nossas estratégias empresariais à preservação do meio ambiente.

## Histórico

ENDESA S.A.	
1944	– Início das atividades da ENDESA com a construção da central térmica de Compostilla.
1957	– Passou a funcionar o primeiro grupo de produção da central, que seria ampliada em anos posteriores.
1972	– Fusão com a empresa Hidrogalícia. Ampliação na área de atuação e oferta de serviços da empresa, abrangendo o ramo de exploração mineral em diversos pontos da Espanha e a construção de outras centrais térmicas.
1983	– Surgiu a companhia ENDESA, com a aquisição de diversas companhias energéticas da Espanha.
1988	– Primeira Oferta Pública de Venda de Ações da ENDESA, seguida pela redução da participação do Estado na companhia a 75,6%. Nesse mesmo ano, as ações da companhia passaram a ser cotizadas na Bolsa de Nova York.
1994	– Segunda Oferta Pública de Venda de Ações, pela qual o Estado reduziu sua participação na ENDESA a 66,89% do capital. Especialmente a partir dos anos 90, a ENDESA passou a atuar em vários Países da América Latina, experimentando um importante crescimento e diversificação de suas atividades para áreas de novas tecnologias e telecomunicações.
1998	– Oferta Pública de Ações pelos 33% do capital da ENDESA, pela qual esta passou a ser uma companhia privada.
1999	– Processo de reordenação societária, cotizando pela primeira vez as ações da nova ENDESA em quatro bolsas de valores espanholas, além da Bolsa de Nova York.
A partir de 2000	– Acordos posteriores para o desenvolvimento de atividades no setor elétrico em conjunto com outras empresas no continente europeu abriram uma importante linha de negócios e impulsionaram o fortalecimento da atuação da empresa.

## Linhas de Negócios

As atividades da ENDESA se estruturam por linhas de negócios, o que permite que a companhia atue com agilidade nos mercados nos quais opera, levando em conta

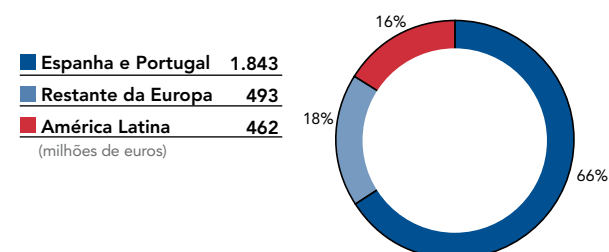
as necessidades de seus clientes nos territórios e negócios em que se faz presente. As linhas de negócios se dividem em três direções gerais, que apresentam programas de atuação diferenciados:

Direção Geral da Espanha e de Portugal	Direção Geral da América Latina	Direção Geral da Europa
Espanha e Portugal	Argentina, Brasil, Chile, Colômbia e Peru	Itália, França, Alemanha e Bélgica

## Magnitude por Linhas de Negócios da ENDESA

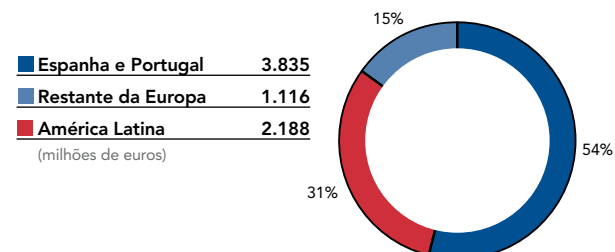
### Benefício Líquido por Negócios Elétricos em 2006

- Espanha e Portugal: 1.843 milhões de euros – 66%.
- Restante da Europa: 493 milhões de euros – 17,6%.
- América Latina: 462 milhões de euros – 16,4%.



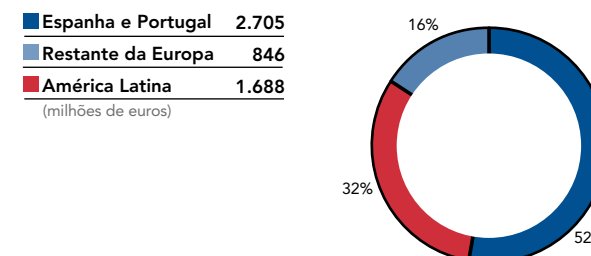
### EBITDA

- Espanha e Portugal: 3.835 milhões de euros – 54%.
- Restante da Europa: 1.116 milhões de euros – 15%.
- América Latina: 2.188 milhões de euros – 31%.



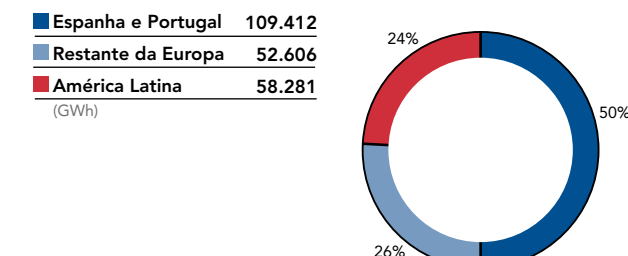
### EBIT

- Espanha e Portugal: 2.705 milhões de euros – 52%.
- Restante da Europa: 846 milhões de euros – 16%.
- América Latina: 1.688 milhões de euros – 32%.



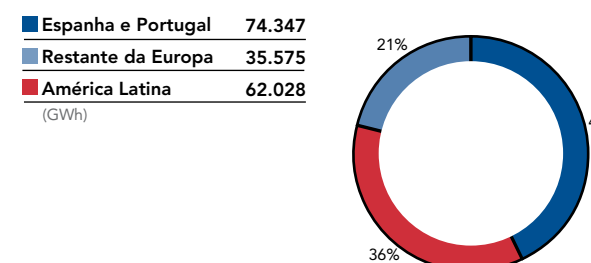
### Vendas de Eletricidade em 2006:

- Espanha e Portugal: 109.412 GWh – 50%.
- Restante da Europa: 52.606 GWh – 26%.
- América Latina: 58.281 GWh – 24%.



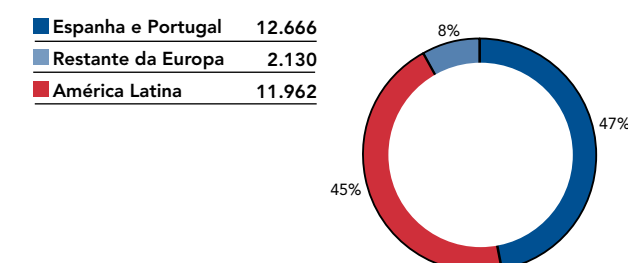
### Geração de Eletricidade em 2006:

- Espanha e Portugal: 74.347 GWh – 43%.
- Restante da Europa: 35.575 GWh – 21%.
- América Latina: 62.028 GWh – 36%.



### Total de Colaboradores em 2006:

- Espanha e Portugal: 12.666 – 47%.
- Restante da Europa: 2.130 – 8%.
- América Latina: 11.962 – 45%.



Nessa trajetória de 63 anos, a ENDESA ampliou sua rede de clientes, mantendo sua credibilidade no setor, oferecendo serviços de qualidade e garantindo rentabi-

lidade para seus acionistas, além de incorporar novas tendências de gestão, baseadas em padrões de sustentabilidade e transparência.

Crescimento dos Negócios Elétricos da ENDESA			
	2005	2006	VAR (%)
Potência instalada (MW)	47.000	47.109	0,2
Geração (GWh)	185.264	186.411	0,6
Vendas (GWh)	203.335	220.299	7,7
Clientes (milhões)	21	22,6	8,3

## ESTRATÉGIAS

Com a atuação pautada por responsabilidade e eficiência, o objetivo da ENDESA é oferecer serviços de qualidade a seus clientes, proporcionando rentabilidade máxima aos acionistas, por meio do cumprimento equilibrado de responsabilidades nos aspectos econômico, social e ambiental, que contribuam para manter a atual posição de liderança da empresa e reforçar sua imagem para o futuro.

### Estratégia de Negócios

A estratégia de negócios da ENDESA é elaborada periodicamente, de modo a possibilitar a adequação da visão e da missão da empresa ao contexto atual dos mercados em que ela opera. Essa estratégia prepara a companhia para um crescimento que lhe permita con-

quistar novos mercados e consolidar os já existentes, por meio da produção e da comercialização de produtos que superem a expectativa de seus clientes.

A perspectiva atual de condução dos negócios da ENDESA está estabelecida no Plano Estratégico ENDESA 2005–2009, que define as diretrizes para os investimentos em expansão na potência da empresa, pelo Plano Nova Capacidade, e os locais prioritários para a realização desses investimentos. Além disso, o Plano Estratégico define a implementação de melhorias na qualidade dos serviços oferecidos por meio do Plano Diretor de Qualidade e do Plano Diretor de Excelência na Atenção Comercial, define setores de produtos e serviços promissores para o investimento da companhia e consolida as bases de gestão da empresa no desenvolvimento sustentável e na responsabilidade social.

#### Plano Estratégico ENDESA 2005–2009

##### Manter a ENDESA como empresa líder do setor elétrico no mercado ibérico.

O Plano Nova Capacidade da ENDESA prevê aumentar em 8.400 MW a potência instalada no mercado ibérico, através de:

- novas centrais de ciclo combinado na península: 3.200 MW;
- novas centrais nos sistemas extrapeninsulares: 1.300 MW;
- novas instalações de energias renováveis: 2.100 MW;
- conversão a carvão importado da central de As Pontes: 1.400 MW;
- unidades de bombeio: 400 MW.

##### Ser a melhor na qualidade dos serviços:

- Plano Diretor de Qualidade;
- Plano Diretor de Excelência na Atenção Comercial.

##### Consolidar a boa posição alcançada no sul da Europa:

- continuar o programa de “repowering” (conversão a ciclo combinado ou outras tecnologias eficientes) nas centrais térmicas da Endesa Itália, o que permitirá duplicar sua produção até 2008;
- desenvolver um plano de negócios em Snet (França).

##### Agregar o potencial de rentabilidade do negócio elétrico na América do Sul:

- aproveitar o crescimento dos mercados em que a empresa está presente;
- dar continuidade ao processo de fortalecimento financeiro.

##### Valorizar os investimentos em telecomunicações:

- negócio que entra em situação de rentabilidade atrativa num setor em recuperação.

##### Realizar os negócios de acordo com os critérios do desenvolvimento sustentável:

- Plano Estratégico de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável 2003–2007;
- redução das emissões de 35% de CO<sub>2</sub> por MWh gerado no período de 1990–2007;
- compromisso com os entornos sociais em que opera.

## Estratégia de Gestão

### Governança Corporativa

Os princípios de governança corporativa da ENDESA estão estabelecidos nos estatutos sociais da companhia que, junto com as disposições legais de cumprimento, contêm os princípios que a regem.

Entre seus princípios, cabe destacar a transparência, o respeito aos direitos do acionista, o dever de diligência e lealdade dos diretores e um regime de funcionamento dos órgãos sociais que promova a participação dos acionistas nas tomadas de decisão, criando um sistema que contribua para a eficiência e o melhor rendimento da organização. A publicação, desde 2003, de um Memorial de Governança Corporativa tem contribuído para facilitar o acesso à informação sobre governança corporativa da sociedade aos acionistas e ao público em geral, além de facilitar o acesso às normas, preceitos e procedimentos de gestão da companhia.

### Diálogo com as Partes Interessadas

A ENDESA é uma companhia convencida da importância de se manter um diálogo fluido e permanente com suas partes interessadas, estabelecendo uma comunicação que permite alcançar seus objetivos empresariais e sociais, atendendo sempre a seu compromisso de melhoria continuada. Para tanto, dispõe de canais de relacionamento que possibilitam uma comunicação adequada às necessidades e à atenção requerida por cada uma dessas partes.

### Desenvolvimento Sustentável

Para a ENDESA, desenvolvimento sustentável significa crescimento, tendo em conta a responsabilidade social nas comunidades em que opera, o emprego eficiente de recursos de modo a reduzir o impacto sobre o meio ambiente e a criação de valor para aqueles que nela investem, trabalham ou utilizam seus serviços. A Estratégia de Desenvolvimento Sustentável da empresa se desenvolve sobre três dimensões principais:

#### Dimensões do Desenvolvimento Sustentável

##### Dimensão Econômica

A atividade da companhia é uma parte relevante da economia por sua própria dimensão e pela geração de riqueza direta e indireta que implica. Por isso, a ENDESA contribui de maneira decisiva para que os Países nos quais opera se dotem de uma estrutura de produção e distribuição de energia equilibrada e diversificada.

##### Dimensão Ambiental

A ENDESA pretende oferecer um serviço de qualidade, tendo em conta que o exercício de sua atividade gera inevitáveis impactos ao meio ambiente. Por isso, utiliza tecnologias que permitem aperfeiçoar o uso de recursos autóctones, satisfazendo as necessidades do mercado e contribuindo para a estabilidade e o desenvolvimento das comunidades em que atua.

##### Dimensão Social

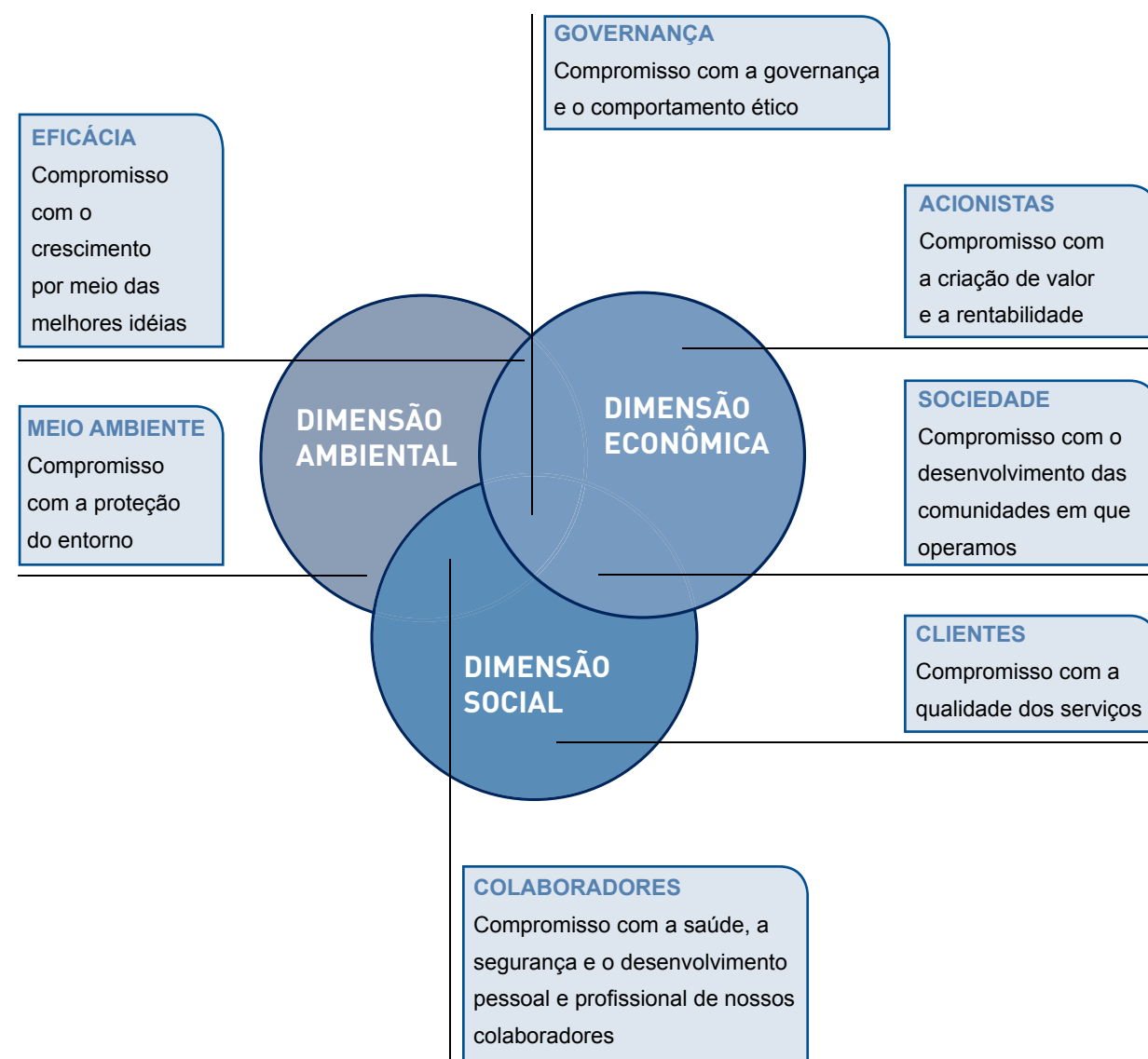
Produção e distribuição de energia são atividades com características singulares, já que constituem uma necessidade básica para o desenvolvimento e o bem-estar das pessoas e da comunidade. Com essa realidade social a ENDESA é conseqüente, não se limitando, por isso, a realizar sua atividade de maneira respeitosa apenas com o meio ambiente, mas contribuindo para desenvolver os entornos sociais em que está presente.

O desenvolvimento sustentável é e será parte substancial da estratégia, das políticas e operações da companhia, consolidando-se por meio dos “Sete Compromissos com

o Desenvolvimento Sustentável” assumidos e tornados públicos em 2003 pela ENDESA e pelas empresas ligadas a ela, direta ou indiretamente.



## Dimensões do Desenvolvimento Sustentável



### Plano Estratégico de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável

Da mesma forma que a estratégia de negócios, as estratégias de gestão da ENDESA se estabelecem por meio de Planos Estratégicos, sendo o principal foco da empresa a implementação de programas vinculados ao desenvolvimento sustentável.

O Plano Estratégico da companhia é formado por um conjunto de programas que têm por objetivo reduzir impactos ambientais e aproveitar as oportunidades que

surtem da evolução do marco normativo ambiental e da favorável valoração que o mercado faz das empresas que mantêm um claro compromisso com o desenvolvimento sustentável.

Entre os programas executados destacam-se a implantação de sistemas de gestão ambiental, pesquisa e desenvolvimento de tecnologia de redução de impactos climáticos, estratégia de gestão de resíduos e vertidos, redução do consumo de matérias-primas e planos de gestão da demanda e da eficiência energéticas.

#### Plano Estratégico de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável

- **Mais Responsabilidade**  
Aprofundar suas relações com as comunidades em que opera e que serve, identificando suas responsabilidades ambientais e sociais e atuando de forma conseqüente.
- **Mais Eficiência**  
Incrementar o valor das operações utilizando de forma racional os recursos naturais e minimizando os riscos a partir de uma normatividade ambiental cada vez mais exigente.
- **Mais Competitividade**  
Aproveitar as oportunidades de desenvolvimento sustentável para criar valor de forma consistente na companhia e incrementar suas vantagens comparativas e atratividade para os investidores.

### Iniciativa Climática

A atuação da companhia também vem se fortalecendo no compromisso de redução de impactos sobre o clima global, por meio da Iniciativa Climática da ENDESA.

As instalações da ENDESA na Espanha conseguiram reduzir suas emissões de CO<sub>2</sub> em 27,5% no período de 1999 a 2004, ao mesmo tempo em que produziram mais que o dobro de eletricidade. As emissões específicas de CO<sub>2</sub> geradas pela ENDESA em 2007 serão inferiores em 35% aos níveis de 1999.

Propondo iniciativas de cooperação com outras empresas, a companhia criou uma equipe com experiência

comprovada, não só em gestão de projetos como também em mercado global de carbono, para promover projetos coerentes com o Protocolo de Kyoto. Essas parcerias permitem um enfoque flexível, pragmático e rápido para empresas que contribuam para o desenvolvimento sustentável dos Países onde estão instaladas, por meio da incorporação de novos processos e tecnologias. Assim, torna-se possível a capitalização de reduções da emissão de gases de efeito estufa, gerados no contexto das atividades industriais dessas empresas, e a criação de um fluxo de caixa adicional em divisas.

## PRESENÇA EM INICIATIVAS DESTACADAS

### Pacto Global das Nações Unidas

Em 2002, a ENDESA tornou-se signatária do Pacto Global das Nações Unidas, atividade de âmbito internacional, com o objetivo de fazer com que as empresas, associações internacionais de trabalhadores,

organizações não-governamentais e outras instâncias se comprometam a adotar, apoiar e promulgar os dez princípios relacionados ao respeito aos direitos humanos, aos direitos trabalhistas, ao meio ambiente e à luta contra a corrupção. O Pacto Global é um instrumento de livre adesão das empresas e define o compromisso delas em alinhar suas estratégias e operações aos dez princípios que o integram:

#### Os Dez Princípios do Pacto Global

##### Princípios de Direitos Humanos

1. Apoiar e respeitar a proteção aos direitos humanos no âmbito internacional.
2. Impedir violações de direitos humanos.

##### Princípios de Direitos Trabalhistas

3. Respeitar a liberdade de associação coletiva no trabalho.
4. Eliminar todas as formas de trabalho forçado ou compulsório.
5. Abolir de maneira efetiva o trabalho infantil.
6. Eliminar a discriminação no ambiente de trabalho.

##### Princípios de Proteção Ambiental

7. Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais.
8. Adotar iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental.
9. Apoiar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias que não agridam o meio ambiente.

##### Princípio contra a Corrupção

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

### Clube de Excelência na Sustentabilidade

O Clube de Excelência na Sustentabilidade é formado por 22 grandes empresas, cujo faturamento total corresponde a 18% do PIB espanhol, e pretende ser uma plataforma de diálogo com *stakeholders*, de *benchmarking* em desenvolvimento sustentável, e um agente de promoção de boas práticas em outras empresas, por meio

de convênios, realização de jornadas e elaboração de publicações.

Em 2006, a ENDESA aderiu a esse foro empresarial, cujo objetivo é transmitir à sociedade o compromisso de seus membros com o desenvolvimento sustentável, além de fomentá-lo dentro da rede empresarial espanhola.

## RECONHECIMENTO DAS PRÁTICAS ADOTADAS

### Dow Jones Sustainability Indexes

Os índices Dow Jones Sustainability foram lançados em 1990 como os primeiros indicadores financeiros das empresas líderes em sustentabilidade empresarial. Eles surgiram vinculados à importância crescente do desenvolvimento sustentável na atividade das empresas, que levou um número também crescente de investidores a integrar os critérios econômicos, ambientais e sociais em suas análises de mercado e utilizar a sustentabilidade como um novo indicador de gestão para o futuro.

Esses índices, elaborados pela Dow Jones, editora financeira internacional dos Estados Unidos, proprietária do jornal *The Wall Street*, e pela SAM Group, uma das principais referências mundiais em sustentabilidade, distinguem as companhias que ocupam lugar relevante em seus setores de atividades e têm compromisso com o desenvolvimento sustentável.

Nos últimos seis anos, a ENDESA se situou entre as empresas mais destacadas em desenvolvimento sustentável do setor de *electric utilities*, de acordo com o índice Dow Jones Sustainability World – de âmbito mundial, com pontuações superiores a 90% –, e do setor de *utilities*, de acordo com o índice Dow Jones Sustainability Stoxx, de âmbito europeu.

### StoreBrand Investments

A ENDESA possui a qualificação *Best in Class* do Storebrand Investments, uma instituição escandinava que presta serviços na área financeira e é fortemente comprometida com a responsabilidade corporativa e considerada ator relevante no investimento em empresas social e ambientalmente responsáveis, por seu comportamento social e meio-ambiental.

Essa qualificação indica o mais alto nível no sistema de avaliação do comportamento social e meio-ambiental da empresa e se apóia na análise das políticas, dos sistemas de gestão e dos indicadores importantes das organizações com perspectiva socioambiental.

### ASPI Eurozone

A ENDESA faz parte do índice de sustentabilidade da ASPI (Advanced Sustainable Performance Indices) Eurozone. Criado em julho de 2001, é o primeiro índice bolsista europeu sobre o investimento responsável e mede o comportamento de 120 empresas do índice Dow Jones Euro Stoxx, que são selecionadas pela Vigeo por seu empenho social e ambiental.

A Vigeo é uma agência europeia do Rating em Responsabilidade Social Corporativa, integrada por investidores institucionais, sindicatos europeus e empresas europeias de alcance mundial.



# A ENDESA

NA AMÉRICA LATINA

## PERFIL

A ENDESA é a primeira multinacional elétrica privada da América Latina e tem presença no Brasil, na Argentina, no Chile, na Colômbia e no Peru. Sua atividade fundamental é a produção e distribuição de eletricidade por meio de centrais de geração térmica e hidráulica e de estações distribuidoras.

A gestão da empresa na América Latina é realizada por meio da linha de negócios da Direção Geral da América Latina, criada em 1998 sob o nome de ENDESA Internacional.

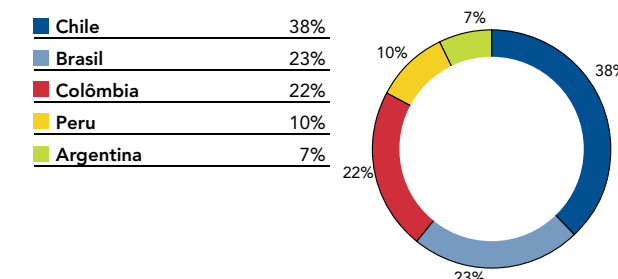
A estratégia da ENDESA na América Latina está orientada a conseguir uma ampla plataforma de negócios capaz de aproveitar o grande potencial de crescimento e rentabilidade oferecido pelo mercado elétrico regional.

Para isso, adquiriu participações em um amplo número de companhias de geração, transporte, distribuição e comercialização de eletricidade, a fim de garantir o controle de sua gestão e o poder de direcionar melhores práticas empresariais, de acordo com marcos regulamentares.

No total, as empresas elétricas nas quais a ENDESA tem participação na América Latina possuem 14.095 MW de potência elétrica instalada e 11,6 milhões de clientes, contando com um total de 11.962 colaboradores.

Entre os objetivos da estratégia empresarial da ENDESA na América Latina está a consolidação de sua presença na região, capitalizando a plataforma de crescimento atual, mantendo a liderança nos Países em que está presente, desenvolvendo a excelência operacional de suas companhias e aproveitando as oportunidades derivadas do processo de recuperação econômica e crescimento da demanda elétrica que esses Países apresentam.

PRESEÇA DE ATIVOS DA ENDESA NA AMÉRICA LATINA



## Presença por Países

A presença da ENDESA na região se configura, por um lado, por meio da participação como proprietária de 60,62% da Enersis S.A. – que por sua vez é proprietária de 59,98% da Endesa Chile – e, por outro, por meio de

participações que adquiriu diretamente em companhias elétricas de vários Países. A propriedade da Enersis está distribuída entre a ENDESA S.A., investidores internacionais, fundos de pensão chilenos, corretores da bolsa, fundos mútuos, companhias de seguros e fundos estrangeiros.

Presença de Empresas Ligadas à ENDESA na América Latina			
Países	Potência Instalada (MW)	Cientes (milhões)	Nº de Empregados
Brasil	980	4.859	3.762
Argentina	3.639	2.195	2.986
Chile	4.477	1.437	2.813
Colômbia	2.779	2.138	1.495
Peru	1.426	951	1.208

## Histórico

Histórico da ENDESA na América Latina
1921 – Surgiu a Companhia Chilena Metropolitana de Distribuição Elétrica S.A. (Chilectra Metropolitana).
1943 – A história da Endesa Chile começou com a criação de uma sociedade anônima, controlada da Corporação de Fomento da Produção (CORFO), com o objetivo de desenvolver o Plano de Eletrificação do País. Durante 42 anos pertenceu ao Estado chileno, desenvolvendo grandes investimentos em obras de engenharia e eletrificação.
1987 a 1989 – O processo de privatização da Endesa Chile com uma série de ofertas públicas provocou mudanças na organização, reestruturando a empresa como uma <i>holding</i> com controladas permanentes em suas diferentes atividades.
1988 – Com o processo de privatização, a Chilectra Metropolitana tornou-se Enersis S.A.
1989 – Início da aquisição das ações da Endesa Chile, a maior empresa de geração e transmissão de energia elétrica do País, recentemente privatizada pela Enersis.
1992 – Processo de internacionalização da Endesa Chile e da Enersis, mediante a aquisição de empresas no Brasil, na Argentina, na Colômbia e no Peru.
1995 – A Enersis alcançou o controle da Endesa Chile com 25,3% das ações.
1999 – A Enersis totalizou 60% da propriedade da Endesa Chile e a ENDESA S.A. tornou-se a controladora da Enersis.
2004 – Entrou em funcionamento a central hidrelétrica Ralco.
2005 – Criação da empresa Endesa Eco S.A., com o objetivo de promover e desenvolver projetos na América Latina com energias renováveis.

## ESTRATÉGIAS

### Estratégia de Negócios

Os investimentos da ENDESA na América Latina têm sido pautados pela recuperação econômica que essa região vem experimentando, principalmente a partir de 2005, manifestando um grande potencial de rentabilidade para o setor de geração e comercialização de energia.

Potencial criado por um crescimento econômico que, acompanhado da estabilidade monetária, tem gerado elevados incrementos na demanda de eletricidade desses mercados.

Nesse processo, por meio do fortalecimento financeiro e da otimização societária, a ENDESA tem-se consolidado como a principal multinacional elétrica da América Latina.

Incrementos no Crescimento da ENDESA na América Latina			
Milhões de euros	2005	2006	VAR. (%)
Vendas	5.149	5.921	14,99
EBITDA	1.878	2.188	16,50
EBIT	1.376	1.688	22,67

Incrementos na Geração e na Comercialização da ENDESA na América Latina			
	2005	2006	VAR. (%)
Geração (GWh)	57.890	62.028	7,15
Vendas (GWh)	55.246	58.281	5,49
Potência instalada (MW)	14.095	22.200	57,50

### Plano Estratégico

O Plano Estratégico apresentado pela ENDESA aos mercados latino-americanos oferece máxima prioridade

ao acionista, sobre a base de um forte crescimento orgânico de seus negócios, reforçando o compromisso da equipe gestora com os resultados.

Plano Estratégico 2005–2009
<b>Retorno ao Acionista</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Partilha de 100% das mais-valias não investidas em setores não-estratégicos.</li> <li>Crescimento anual dos dividendos com atividades ordinárias de 12%, em linha com a evolução prevista do crescimento líquido.</li> </ul>
<b>Crescimento Orgânico</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Forte crescimento do resultado bruto da exploração (EBITDA), com taxas médias anuais de 11%.</li> <li>Crescimento do benefício líquido anual cumulativo de 12%.</li> <li>Melhora na margem de contribuição, que, apoiada no Plano de Melhora da Eficiência, deve aumentar em 525 milhões de euros até 2009, sendo que 70% deve ser alcançado até 2007.</li> <li>Aumento no Plano de Investimentos comunicado aos mercados, que sobe a 14.600 milhões de euros nesse período.</li> </ul>

## Estratégia de Gestão

### Governança Corporativa

Em sua atuação na América Latina, a ENDESA se compromete com a melhora contínua de suas práticas de

governança corporativa, concentrando seus esforços em três áreas-chave:

• Relação entre os acionistas e a companhia	• Atuação da Diretoria e da Administração	• Política de divulgação de informações
---	---	---

Em conformidade com a Lei Sarbanes-Oxley, a companhia conta com mecanismos de comunicação, confidenciais, de controle e auditoria interna. Conta ainda com normas e códigos de conduta que estimulam o comportamento íntegro de seus membros nas relações com os grupos de interesse – acionistas, empregados, fornecedores, clientes e autoridades –, constituindo a base ética que dá sentido à responsabilidade social.

Em decorrência disso, a companhia, com a finalidade de se adaptar à normatização e alcançar o nível máximo de satisfação dos grupos de interesse, estabeleceu um canal ético que permite a todos esses grupos comunicar condutas irregulares ou pouco apropriadas.

Princípios de Governança Corporativa da ENDESA na América Latina
• Direcionar os esforços da Diretoria e da Administração para maximizar o valor da companhia para todos os acionistas, assim como para seus empregados, clientes e fornecedores.
• Reafirmar o dever da Diretoria de proporcionar pautas que conduzirão a administração a alcançar as melhores práticas em cada nível da organização.
• Destacar como objetivo mais relevante da Diretoria a divulgação da visão da companhia, suas metas e estratégias.
• Enfatizar a responsabilidade da Diretoria de controlar continuamente o rendimento da administração de acordo com a visão e a estratégia da companhia.

### Desenvolvimento Sustentável

O objetivo da ENDESA em sua atuação na América Latina é proporcionar um serviço de qualidade de forma responsável e eficiente, proporcionando rentabilidade a seus acionistas, fomentando a capacitação profissional dos empregados, acompanhando o desenvolvimento dos entornos sociais em que opera e utilizando de maneira sustentável os recursos naturais necessários para o desenvolvimento de sua atividade.

A ENDESA reconhece que o cumprimento consciente de suas responsabilidades nos aspectos econômicos, sociais e ambientais, sobre a base de critérios de sustentabilidade, é essencial para a manutenção de sua atual posição de liderança e para o reforço de sua imagem para o futuro.

### Política Ambiental da ENDESA na América Latina

A ENDESA tem sempre em conta que a preservação dos recursos naturais é imprescindível em qualquer atividade produtiva, já que dela dependem as futuras gerações, contribuindo assim com o desenvolvimento sustentável. Os princípios básicos da Política Ambiental da ENDESA na América Latina regem seu desempenho corporativo. A empresa se compromete a ir além do estrito cumprimento das normas ambientais, estabelecendo procedimentos precisos para garantir o uso racional dos recursos e a minimização dos impactos de sua operação.

#### Princípios da Política Ambiental da ENDESA na América Latina

- Integrar a gestão ambiental e o conceito de desenvolvimento sustentável na estratégia corporativa da empresa, utilizando critérios ambientais nos processos de planejamento e tomada de decisões.
- Utilizar racionalmente os recursos e reduzir a produção de resíduos, emissões, vertidos e impactos ambientais, mediante a aplicação de programas de melhoria contínua e o estabelecimento de objetivos e metas ambientais, fazendo com que as instalações e atividades da empresa respeitem cada vez mais o entorno.
- Manter em todos os centros um controle permanente do cumprimento legislativo e a revisão periódica do comportamento ambiental e da segurança das instalações, comunicando os resultados obtidos.
- Conservar o entorno natural das instalações mediante a adoção de medidas de proteção das espécies da fauna e da flora e de seu *habitat*.
- Potencializar o uso de energias renováveis e a pesquisa e o desenvolvimento de tecnologias mais limpas e eficientes.
- Promover a conscientização para a proteção ambiental do entorno, com programas de educação ambiental interna, externa e a colaboração com as autoridades, instituições e associações cidadãs.
- Exigir dos fornecedores a implantação de políticas ambientais coerentes com os presentes princípios.
- Fomentar o uso racional de energia dentro da empresa e na sociedade em geral.

### Política de Responsabilidade Social da ENDESA na América Latina

A ENDESA define sua estratégia de responsabilidade social na América Latina sobre alguns princípios fundamentais para a tarefa de tornar realidade seus valores. Esses princípios são o fundamento para a implementação de todas as iniciativas executadas nesse âmbito.

O cumprimento desses princípios está expressamente impulsionado pela empresa e diz respeito a todos e a cada um que nela trabalha. Além de constituir um componente insubstituível nos planos, programas e direcionamentos estratégicos em todos os projetos efetuados nas empresas da companhia.

#### Princípios da Política de Responsabilidade Social da ENDESA na América Latina

- Eficiência e rentabilidade.
- Promover a responsabilidade social como parte do desenvolvimento sustentável, no qual se articulam o desenvolvimento econômico, social e o cuidado com o meio ambiente.
- Crescimento, tendo em conta a responsabilidade nas comunidades em que opera, o emprego eficiente dos recursos, de forma que o impacto sobre o ambiente seja mínimo, e a criação de riqueza para aqueles que nela investem, trabalham ou utilizam seus serviços.
- Cumprimento equilibrado de responsabilidades nos setores econômico, social e ambiental, sobre a base de critérios de sustentabilidade.
- Apego às normas jurídicas, à cooperação e ao entendimento entre acionistas, trabalhadores, clientes, fornecedores e as comunidades em que desenvolve sua produção.
- Promover a responsabilidade social como fator de competitividade, sustentabilidade e bom posicionamento da empresa no País. Estabelecer programas em parcela relevante das comunidades em que opera, participando de objetivos de crescimento, desenvolvimento e qualidade de vida.
- Fazer desses princípios realidade em toda a comunidade em que operam centrais de geração de eletricidade e outros projetos desenvolvidos pela ENDESA.



# A ENDESA BRASIL

## PERFIL

A Endesa Brasil, constituída em 10 de junho de 2005, tem como objetivo social a participação acionária em outras companhias e sociedades que atuam ou venham a atuar, direta ou indiretamente, em qualquer segmento no setor elétrico e atividades afins no Brasil.

A empresa é uma das principais multinacionais elétricas privadas do Brasil, com ativos importantes nas áreas de

geração, distribuição, transmissão e comercialização de energia elétrica. Controlada pela ENDESA, que atende 22,6 milhões de clientes no mundo, a Endesa Brasil conta com a experiência e o *expertise* da companhia em todos os segmentos do setor elétrico.

A criação da *holding* Endesa Brasil decorreu do crescimento das operações da ENDESA no Brasil, que levou à demanda por uma reestruturação societária com o objetivo de:

- tornar a Endesa Brasil responsável por projetar e implementar a estratégia de crescimento no Brasil;
- otimizar a alocação de recursos nas empresas que fazem parte da ENDESA no Brasil para reduzir os custos de financiamento;
- obter vantagens das sinergias presentes entre suas operações de distribuição, geração e comércio em atividades relacionadas a compras e regulamentação, para melhorar o retorno sobre o capital investido;
- reestruturar a organização vertical de suas operações para cumprir as exigências da Lei do Novo Modelo do Setor Elétrico;
- criar um relacionamento e um diálogo mais coeso com os órgãos responsáveis pelo setor de energia elétrica brasileiro;
- criar um veículo de financiamento mais atrativo.

Além disso, essa estrutura possibilitou agregar algumas vantagens importantes para a operação brasileira da

ENDESA, especialmente por meio de sinergias operacionais e do fortalecimento da companhia no Brasil.

## Empresas da Endesa Brasil

Empresas da Endesa Brasil		
Distribuição	Geração	Transmissão/Comercialização
Ampla	Endesa Cachoeira	Endesa Cien
Coelce	Endesa Fortaleza	

## Histórico

Histórico da ENDESA no Brasil
1996 – Entrada da ENDESA no Brasil, com a aquisição da distribuidora de energia Ampla (antiga CERJ).
1997 – Consolidação da linha de negócios, com a aquisição da hidrelétrica Centrais Elétricas Cachoeira Dourada (GO), localizada nas margens do Rio Paranaíba, e da distribuidora de energia Coelce, Companhia Energética do Ceará.
1998 – Expansão das atividades da ENDESA no Brasil com novos investimentos, como a construção da Companhia de Interconexão Energética (Cien), que passou a operar com plena capacidade em 2002.
2003 – Início da operação comercial da Central Geradora Térmica Fortaleza, no município de Caucaia (CE).
2005 – Constituição da <i>holding</i> Endesa Brasil, com o objetivo de simplificar a estrutura acionária dos ativos da ENDESA no País, preparando suas empresas para o crescimento no Brasil.

## ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

A estrutura e o funcionamento da Endesa Brasil são modelados para alcançar seus objetivos econômicos, sociais e ambientais. Sua estrutura organizacional, condizente com as boas práticas de governança, possui a seguinte composição:

### Assembléia Geral

Órgão soberano e constituído por todos os acionistas da companhia, convocados sempre de acordo com o disposto na Lei das Sociedades Anônimas. O estatuto da companhia, observando o disposto na referida lei, determina as matérias que são de competência da assembléia, além da função de deliberação e verificação da legitimidade e da legalidade das ações realizadas pelos demais órgãos.

### Conselho de Administração

Órgão de deliberação colegiada, que decide sobre temas de interesse da empresa, exceto os que competem exclusivamente à Assembléia Geral ou os previstos para a Diretoria Executiva, conforme o estatuto social. Compete também ao Conselho supervisionar as oportunidades econômicas: aprovar novos projetos, planos de expansão ou redução, plano de investimentos e orçamento anual, além de questões relativas a riscos ambientais e sociais. O estatuto social da companhia estabelece as matérias sujeitas à aprovação do Conselho, o regimento a ser seguido por ele, sempre observado o disposto na Lei das Sociedades Anônimas. O Conselho de Administração da Endesa Brasil é composto pelo presidente, pelo vice-presidente e por cinco conselheiros titulares, com mandato de dois anos, eleitos em Assembléia Geral Ordinária, permitida a reeleição no todo ou em parte.

#### Composição do Conselho de Administração

Presidente	Mario Fernando de Melo Santos
Vice-Presidente	José María Calvo-Sotelo Ibáñez-Martín
Conselheiros	Rafael López Rueda
	Ignacio Antoñanzas Alvear
	Héctor López Vilaseco
	Rafael Mateo Alcalá
	Antonio Basilio Pires de Carvalho e Albuquerque

### Diretoria Executiva

Cabe à Diretoria Executiva a administração das operações da companhia, de acordo com as diretrizes estabelecidas pelo Conselho de Administração, ao qual compete sua eleição. Composta por um diretor presidente e cinco outros diretores, dos quais um também é conselheiro, possui mandato de dois anos, com reeleição permitida.

#### Composição da Diretoria Executiva

Diretor Presidente	Marcelo Andrés Llévénos Rebolledo
Diretor Vice-Presidente	Francisco Javier Bugallo Sánchez
Diretor Financeiro e de Relações com Investidores	Abel Alves Rochinha
Diretor de Planejamento e Controle	Aurélio Ricardo Bustilho de Oliveira
Diretor Jurídico	Antonio Basilio Pires de Carvalho e Albuquerque
Diretor de Relações Institucionais e Comunicação	Eugenio Cabanes Durán

## ESTRATÉGIAS

A atuação da Endesa Brasil como a companhia que deseja consolidar-se como operadora global do mercado elétrico brasileiro, tem sido pautada por responsabilidade, eficiência e competência visando servir ao mercado, superando a expectativa de seus clientes, gerando o

máximo de rentabilidade aos acionistas e contribuindo para o desenvolvimento pessoal e profissional de seus colaboradores e dos entornos sociais em que atua.

Alguns valores orientam as estratégias de gestão das empresas controladas pela Endesa Brasil na construção de uma prática sustentável:

#### Estratégia de Gestão das Empresas da Endesa Brasil

- assegurar oportunidades de desenvolvimento dos colaboradores com base no mérito e na contribuição profissional;
- estimular a participação de todos na realização de um objetivo comum, compartilhando informações e conhecimentos;
- garantir conduta ética, atuando com profissionalismo, integridade moral, lealdade e respeito às pessoas;
- promover a inovação e a melhoria contínua das atividades de modo a alcançar qualidade e rentabilidade;
- superar as expectativas dos clientes, com soluções competitivas e de qualidade;
- direcionar a atuação para alcançar objetivos do projeto empresarial e promover rentabilidade para os acionistas que supere as expectativas;
- estabelecer compromisso social e cultural com a comunidade e adaptar as estratégias empresariais à preservação do meio ambiente.

As estratégias adotadas pelas empresas da Endesa Brasil, com base nas diretrizes dos “Sete Compromissos com o Desenvolvimento Sustentável”, permitem também a consolidação de preocupações sociais fundamentais, como a erradicação do trabalho infantil, forçado ou compulsório, a erradicação do analfabetismo, o combate às DSTs e à AIDS, à exploração e ao abuso sexual de crianças e adolescentes, a preservação ambiental e da cultura local, considerados em suas relações com suas

diferentes partes interessadas (fornecedores, clientes, acionistas, público interno, concorrência, comunidades).

O desenvolvimento dos padrões de responsabilidade social e ambiental corporativa das empresas da Endesa Brasil, tomando por base as diretrizes estabelecidas pela ENDESA, define dentro de suas estratégias de desenvolvimento sustentável três compromissos em sua área de atuação:

#### Compromissos das Empresas da Endesa Brasil com a Responsabilidade Social

- **Compromisso com o desenvolvimento da educação nas comunidades em que operam**  
As empresas da Endesa Brasil fazem parte dos desafios educacionais nas comunidades em que operam e com elas se comprometem a melhorar continuamente as condições de educação das crianças e dos jovens. Além disso, as empresas buscam implementar novas oportunidades de crescimento com base no aprimoramento da qualidade de sua formação.
- **Compromisso com o desenvolvimento social e cultural das famílias e das comunidades em que operam**  
As empresas da Endesa Brasil se comprometem com o desenvolvimento social e cultural das famílias e comunidades dos entornos onde operam, promovendo iniciativas cujo objetivo é a valorização da integração e da participação social.
- **Compromisso com a proteção do entorno ambiental das instalações de geração**  
A preservação do meio ambiente é um critério permanentemente integrado na gestão e na tomada de decisões das empresas da Endesa Brasil, que se comprometem, por sua vez, a preservar e cultivar o meio ambiente dos entornos onde operam, além de colaborarem com a busca de ferramentas que permitam incentivar esses objetivos nas próprias comunidades.

Além desses compromissos, as empresas da Endesa Brasil incentivam a prática do voluntariado entre seus colaboradores, por acreditarem que o relacionamento entre eles e as comunidades em que atuam é a forma mais eficaz de transformação das realidades locais e das próprias empresas.

As estratégias de sustentabilidade adotadas pelas empresas da Endesa Brasil estão alinhadas com as mais reconhecidas práticas de desenvolvimento sustentável, adotando os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio e o Pacto Global da Organização das Nações Unidas. Elas são garantidas pela aplicação de estratégias de monitoramento das atividades locais, por meio da elaboração local de relatórios no modelo da Global Reporting Initiative (GRI), realização da pesquisa Índice de Líderes de Opinião para o público externo e da Pesquisa de Comunicação Interna, dirigida a sistematizar a opinião dos colaboradores das empresas.

Propondo formas de assegurar um bom desempenho na aplicação das estratégias de desenvolvimento sustentável, as empresas da Endesa Brasil são submetidas a avaliações econômico-financeiras, em período trimestral, por empresas especializadas, de projeção internacional, visando à obtenção de pareceres sobre seu desempenho econômico que ofereçam credibilidade e transparência a seus acionistas e demais partes interessadas.

As empresas da Endesa Brasil se comprometem a empreender esforços para alcançar os objetivos propostos e buscam um diálogo ético e transparente com suas partes interessadas, promovendo a maior visibilidade possível para suas demandas, na elaboração e na aplicação de todos os compromissos e as metas propostas. Dessa forma, amplia e intensifica o estímulo à adesão de entidades parceiras e à formação de uma consciência voltada para o desenvolvimento sustentável.

## Compromisso com a Sustentabilidade das Empresas da Endesa Brasil

### Nossos Clientes – Compromisso com a Qualidade do Serviço

As empresas da Endesa Brasil estão em busca permanente do bom relacionamento com seus clientes, comprometendo-se a atender de forma satisfatória a suas necessidades. Como integrantes do setor de energia, um bem essencial ao desenvolvimento social e econômico, as empresas têm a responsabilidade de ser eficientes e eficazes, comprometendo-se a prestar serviços com qualidade, segurança e confiabilidade.

### Nossos Acionistas – Compromisso com a Criação de Valor e a Rentabilidade

As empresas da Endesa Brasil têm como objetivos remunerar adequadamente seus acionistas e buscar, de maneira eficaz e competitiva, a otimização de seus recursos, de forma ética, transparente e sustentável.

### Nossa Gente – Compromisso com a Saúde, a Segurança e o Desenvolvimento Pessoal e Profissional de Nossos Colaboradores

Os colaboradores das empresas da Endesa Brasil têm como premissa a busca pelo desenvolvimento e o êxito da companhia. Em contrapartida, as empresas buscam considerar os anseios de seus colaboradores e criar condições adequadas e seguras de trabalho, oferecendo oportunidade de ascensão profissional sem qualquer tipo de discriminação e garantindo benefícios a todos.

### Nossa Conduta – Compromisso com a Boa Governança e o Comportamento Ético

As empresas da Endesa Brasil têm como princípios básicos a transparência e a ética. Fomentam em sua visão de sustentabilidade a transparência em seu desempenho econômico-financeiro e o uso de planos estratégicos em seu modelo de gestão. As empresas investem em novas tecnologias para gerar eficácia no desenvolvimento de suas atividades. E, ainda, promovem a responsabili-

de social e ambiental com o objetivo de garantir o bem-estar das gerações futuras. Além disso, as empresas da Endesa Brasil procuram expandir e aperfeiçoar os serviços para garantir qualidade, desenvolvimento econômico do País e empregabilidade para seus colaboradores. Cabe ressaltar também seu modo de atuação ético nas relações com os públicos interno e externo.

### Nosso Meio Ambiente – Compromisso com a Proteção do Entorno

As empresas da Endesa Brasil reconhecem que suas atividades interferem no meio ambiente e por isso identificam e minimizam os impactos, avaliando e monitorando os efeitos decorrentes de suas ações. Ao mesmo tempo, consideram que o uso dos recursos naturais e a interferência na natureza são inevitáveis para o desenvolvimento socioeconômico, zelando para que suas atividades sejam realizadas com responsabilidade e sobre bases seguras, tendo em vista o compromisso ético de assegurar condições de vida e desenvolvimento às gerações futuras.

### Inovação – Compromisso com a Eficiência

Diante da dinâmica do mercado, cada vez mais competitivo, as empresas da Endesa Brasil buscam idéias e inovações em todas as áreas, com novos produtos, novas maneiras de segmentar os clientes e novos modelos de negócio. Para que, desta forma, consigam gerar valor superior para o mercado e seus parceiros.

### Sociedade – Compromisso com o Desenvolvimento da Sociedade

As empresas da Endesa Brasil, a partir de seus objetos de negócios, reconhecem a importância de sua atuação para o desenvolvimento, o conforto e o bem-estar da sociedade. Tanto por aportar um bem indispensável à sobrevivência humana e ao desenvolvimento econômico, como por se relacionar diretamente com as áreas em que atua. Por isso, as empresas têm o dever de estar plenamente atentas às necessidades sociais e ao crescimento sustentável de suas atividades e do entorno onde está inserida.

## Orientadores da Estratégia de Sustentabilidade das Empresas da Endesa Brasil

### Responsabilidade Social Empresarial

A responsabilidade social empresarial na Endesa Brasil e em suas empresas controladas se fundamenta na visão e nos valores da organização e no cumprimento dos compromissos assumidos pelas empresas com suas partes interessadas. A empresa considera a responsabilidade social empresarial como parte imprescindível para o desenvolvimento da sociedade, pautado em crescimento econômico, desenvolvimento social e proteção ao meio ambiente.

As empresas da Endesa Brasil entendem que o cumprimento equilibrado de suas responsabilidades em matéria econômica, social e ambiental é essencial e assumem a responsabilidade social empresarial como a matriz ética de todas as suas atividades, considerando-a como um importante fator de competitividade, sustentabilidade e posicionamento no País.

Para a Endesa Brasil, responsabilidade social significa, ainda, o crescimento em bases sustentáveis no longo prazo, sempre levando em conta o compromisso assumido com o desenvolvimento das comunidades em que suas empresas estão presentes e com as quais se relacionam, e significa também a criação de riqueza para todos aqueles que investem nessas empresas, que nela trabalham ou que utilizam seus serviços.

### Responsabilidade Ambiental Empresarial

As empresas da Endesa Brasil pretendem tornar-se uma referência em responsabilidade ambiental empresarial no setor de geração e distribuição de energia e pretendem adquirir destaque especialmente nos aspectos relativos ao respeito ao meio ambiente, pautando sua atuação nos seguintes princípios:



#### Princípios de Responsabilidade Ambiental Empresarial das Empresas da Endesa Brasil

- inserir componente ambiental em todos os procedimentos, atividades e áreas das empresas, visando à proteção da comunidade, de seus empregados e do ambiente;
- implantar sistemas e processos, de acordo com a legislação e as normas vigentes, visando ao cumprimento dos objetivos e das metas ambientais estabelecidos e o efetivo gerenciamento ambiental em todas as áreas das empresas;
- revisar, atualizar e adequar periodicamente seus processos, com soluções tecnológicas e economicamente viáveis, buscando a melhoria contínua, a prevenção da poluição, o uso racional dos recursos naturais e o desenvolvimento sustentável;
- incentivar fornecedores e prestadores de serviços a agirem de acordo com os princípios ambientais das companhias;
- manter canais de comunicação abertos com as partes interessadas, especialmente com a comunidade.

#### Comunicação Empresarial

Nas empresas da Endesa Brasil a comunicação empresarial é um dos mais importantes instrumentos no apoio ao planejamento estratégico, por meio da

difusão de informações a todas as suas partes interessadas. A atuação das empresas no campo da comunicação empresarial está pautada pelos seguintes princípios:

#### Princípios de Comunicação Empresarial das Empresas da Endesa Brasil

- imagem – fortalecer a marca e consolidar a imagem das empresas no Brasil;
- transparência – oferecer uma comunicação clara e objetiva;
- diálogo – a comunicação deve ser interativa, estimular a participação, perguntar, escutar e desenvolver caminhos e questionamentos, por meio de feedbacks constantes;
- informação ao cliente – informar sobre os produtos e serviços das empresas;
- proatividade – atender com agilidade às demandas por informações;
- relação com a comunidade – fortalecer a Política de Responsabilidade Social das empresas;
- direitos humanos – não patrocinar atividades de mídia que desrespeitem os direitos humanos.

#### Relacionamento com os Colaboradores

O relacionamento das empresas da Endesa Brasil com seus colaboradores pretende estimular as condições

para que eles contribuam com o desenvolvimento e o êxito das companhias. Os princípios que têm fomentado as ações das empresas nesse sentido são os seguintes:

#### Princípios de Relacionamento com Colaboradores das Empresas da Endesa Brasil

- remuneração e benefícios praticados no mercado – praticam remuneração nos melhores níveis do mercado em que atuam;
- compromisso com as gerações futuras – possuem programa de aprendizagem para jovens nas categorias de nível médio e superior – as empresas da Endesa Brasil têm uma política explícita de proibição ao trabalho infantil;
- diversidade – assumem posição de respeito à diversidade no relacionamento com o ambiente interno e com seus clientes e fornecedores;
- desenvolvimento profissional – investem em capacitação e orientação profissional de seus colaboradores.

#### Relacionamento com os Fornecedores

A Endesa Brasil adotou um padrão de relacionamento

com os fornecedores para todas as suas empresas, baseado nos seguintes princípios:

#### Princípios de Relacionamento com os Fornecedores das Empresas da Endesa Brasil

- parceria – as empresas socialmente responsáveis se envolvem com seus fornecedores e parceiros e, além de cumprir os contratos estabelecidos, trabalham pelo aprimoramento de suas relações de parceria nos âmbitos social e econômico;
- desenvolvimento sustentável – o compromisso sustentável das empresas da Endesa Brasil é retratado nos processos de licitação e contratação de fornecedores de serviços por meio da comunicação prévia de que as empresas aderiram ao Pacto Global, sendo encaminhados aos participantes todos os princípios nele contidos;
- desenvolvimento da cadeia produtiva e livre concorrência – as empresas se comprometem com o fortalecimento da cadeia de fornecedores, atuando no desenvolvimento dos elos mais fracos e na valorização da livre concorrência – elas efetuam suas compras e contratações em condições de competição entre os fornecedores de materiais ou serviços, convocando-os por meio de cotações ou licitações privadas (para garantir transparência e compromisso com o desenvolvimento da cadeia produtiva, contratam desde pequenas empresas até multinacionais);
- qualidade e fundamento legal e técnico – o compromisso com a qualidade no relacionamento com os fornecedores refere-se aos mais altos padrões de especificações técnicas, com a base de licitação emitida (quando se trata de licitação) e com as legislações e normas vigentes em relação a temas legais e laborais de segurança, proteção e meio ambiente;
- transparência – em todos os processos de compra ou contratação busca-se a contratação de fornecedores alternativos, incentivando a livre concorrência entre eles, visando sempre a maior transparência possível nos processos.

#### Política de Investimento

A Política de Investimento das empresas da Endesa Brasil prioriza a alocação eficiente dos recursos disponíveis no caixa, otimizando a relação entre retorno e risco. Por meio dessa política, com a utilização de modelos quantitativos, a companhia procura alocar o caixa em fundos de investimento, instrumentos de renda fixa e outros instrumentos financeiros de maneira a atender às necessidades de liquidez, mitigar as exposições a riscos e obter o máximo de rentabilidade, dada a política adotada.

#### Lei Sarbanes-Oxley

Todas as empresas da Endesa Brasil cumprem a Seção 404 da Lei Sarbanes-Oxley (SOX), por estarem sob o controle acionário da ENDESA na Espanha, cujas ações são negociadas na Bolsa de Nova York (NYSE).

A Seção 404 estabelece que, anualmente, a administração declare sua responsabilidade em manter uma estrutura de controle interno adequada, com o apoio de uma referência regular de mercado, como o modelo COSO – The Committee of Sponsoring Organizations (Comitê das Organizações Patrocinadoras), que visa à melhoria dos relatórios financeiros por meio da ética, da efetividade dos controles internos e da governança corporativa.

O Modelo de Controles Internos implantado define os objetivos gerais e específicos de cada processo que gera registro contábil e, sobretudo, os riscos e os controles relacionados a esses objetivos.

#### Princípios do Pacto Global

As empresas da Endesa Brasil aderiram, no dia 30 de março de 2005, ao Pacto Global das Nações Unidas. Com esta atitude, as empresas assumiram o compromisso de adotar, apoiar e difundir progressivamente os dez princípios do Pacto Global, relacionados à proteção dos direitos humanos e dos direitos trabalhistas, à preservação do meio ambiente e à aplicação de práticas contra a corrupção. A iniciativa da Organização das Nações Unidas visa favorecer o desenvolvimento da responsabilidade social corporativa e do desenvolvimento sustentável em todo o mundo.

Para a Endesa Brasil, a adesão ao Pacto Global favorece a percepção da imagem de suas empresas pelas instituições e organizações sociais com as quais se relaciona, bem como em relação aos fundos de investimento sustentável, e às agências que elaboram ratings de sustentabilidade.

A adoção dos princípios contribui ainda para criar um clima de diálogo e colaboração entre os agentes sociais, além de permitir compartilhar experiências com outras empresas proativas neste campo.

O Pacto Global foi anunciado pelo Secretário Geral da ONU, Kofi Annan, no Fórum Econômico de Davos, em janeiro de 1999, e iniciado formalmente em junho de 2000. Já em 2002, a ENDESA assinou sua adesão ao Pacto. Posteriormente, todas as empresas da ENDESA no mundo foram se unindo à sua ratificação.

**Princípio da Precaução**

O Princípio da Precaução foi introduzido no Brasil na Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, realizada em 1992 e conhecida como ECO 92.

Com o fim de proteger o meio ambiente, o Princípio da Precaução deverá ser amplamente observado pelos Estados, de acordo com suas capacidades. Quando houver ameaça de danos graves ou irreversíveis, a au-

sência de certeza científica absoluta não será utilizada como razão para o adiamento de medidas economicamente viáveis para prevenir a degradação ambiental.

Inicialmente, o princípio só focava a proteção ambiental, mas atualmente tem tido destaque no que se refere à saúde humana e à segurança alimentar.

As empresas da Endesa Brasil adotam o Princípio da Precaução com o intuito de antecipar quaisquer danos sociais e ambientais. Acreditam que as agressões ao meio ambiente, uma vez consumadas, são de difícil reparo e o custo de recuperação pode ser bastante elevado.

**Direitos Humanos**

Com relação à inserção de temas de direitos humanos em sua gestão, as empresas da Endesa Brasil cumprem a legislação e atendem às orientações da Declaração Universal dos Direitos Humanos. Além de incluir essa pauta em sua relação com suas partes interessadas, elas participam ainda de eventos e fóruns que tratam do assunto.

Compromisso com os Direitos Humanos – Endesa Brasil	
Respeito aos Direitos Humanos e dos Empregados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estabelece relações de cooperação com os colaboradores quando há riscos em potencial de violação de direitos humanos, visando corrigir ou evitar que eles aconteçam.</li> <li>• Respeita a legislação e os trabalhos terceirizados, com contratações por empresas de qualidade.</li> <li>• No trato com clientes, não mantém relação de cooperação quando há riscos em potencial de violação de direitos humanos; quanto aos fornecedores, estabelece relação de cooperação, visando corrigir situações de risco ou evitar que violações aconteçam.</li> <li>• Aderiu ao Pacto Global, com o intuito de difundir as questões referentes a direitos humanos nas empresas, alinhando-se estrategicamente com a ENDESA na Espanha.</li> </ul>
Direitos Humanos e a Cadeia de Negócios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conhece as questões relevantes de direitos humanos em seu setor e entende que é necessário ter uma postura institucional de monitoramento de suas práticas relacionadas a essas questões, bem como estimular seus parceiros da cadeia produtiva a ter a mesma postura; mas não tem formalizado esse posicionamento.</li> <li>• Assume formalmente uma postura institucional que estabelece um acompanhamento das questões relacionadas aos direitos humanos em sua cadeia de negócios.</li> <li>• Valoriza a democracia e promove o desenvolvimento de relações de parceria que levem em conta o bem comum, combatendo, ao mesmo tempo, relações que impliquem dependência econômica, dominação ou consentimento forçado.</li> </ul>
Atores Sociais e Direitos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procura criar espaços de diálogo com autoridades e organizações da sociedade civil que atuam em temas ligados direta ou indiretamente a suas atividades empresariais quando ocorrem situações de conflito de interesses ou alguma denúncia sobre violação de direitos humanos em sua cadeia de negócios.</li> <li>• Busca sempre estar atualizada em relação aos riscos e oportunidades, por meio de uma relação permanente com organizações da sociedade civil que lidam com temas relacionados a direitos humanos.</li> </ul>

**Certificações das Empresas da Endesa Brasil**

**ISO 9001**

Em 2005, visando melhorar a qualidade dos serviços prestados a todos os seus clientes, após treinamentos para a conscientização sobre a implantação de Sistemas de Gestão da Qualidade, as empresas de distribuição da Endesa Brasil padronizaram alguns de seus procedimentos, como o Processo de Faturamento de Clientes e a Central de Operações do Sistema, alcançando a certificação ISO 9001 em algumas de suas áreas.

**ISO 14001**

Este certificado registra a conformidade do Sistema de Gestão Ambiental das empresas em relação à norma NBR ISO 14001. O certificado de registro do Sistema de Gestão Ambiental é emitido pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e todas as empresas da Endesa Brasil possuem esse certificado.

**OHSAS 18001**

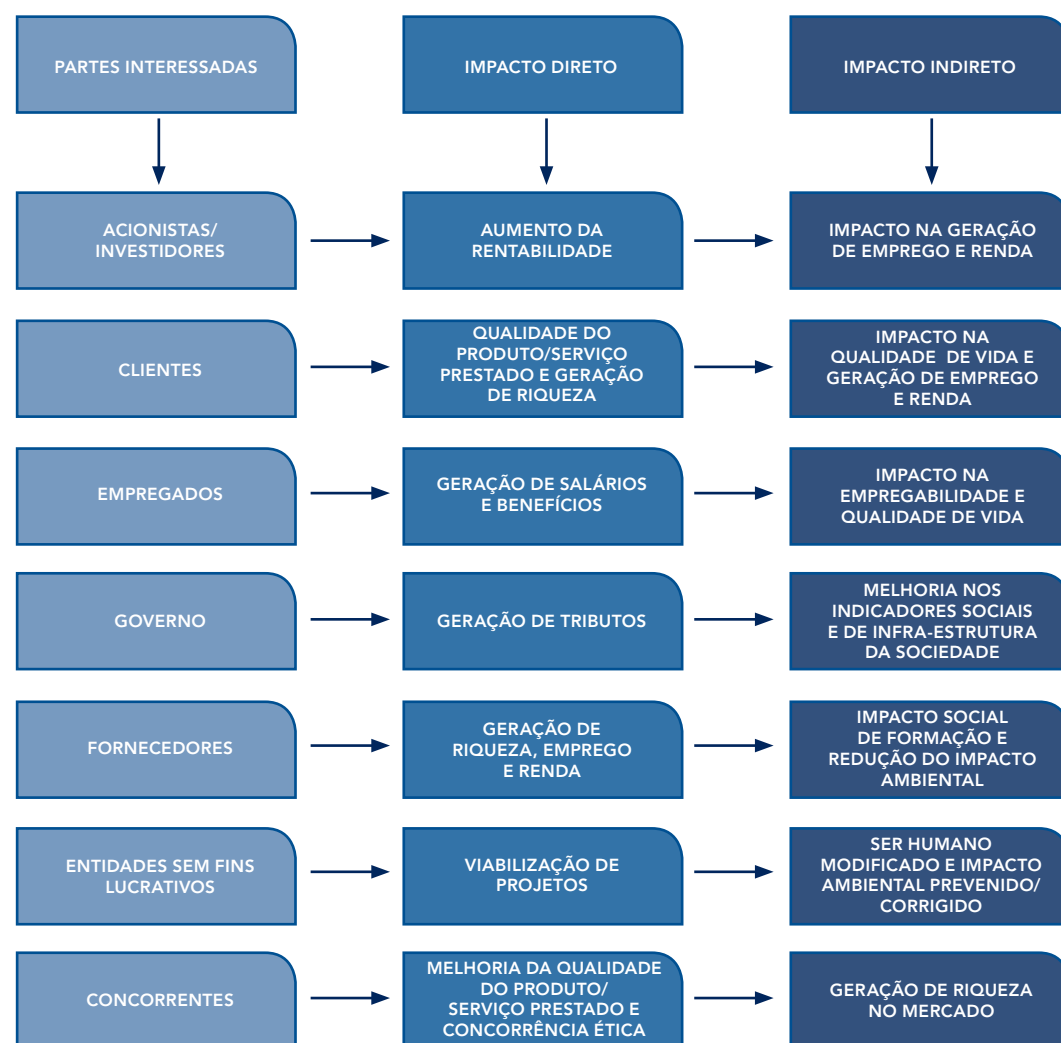
Esta norma confere às empresas um certificado internacional de excelência pelas boas práticas de saúde e segurança ocupacionais. A Coelce, a Endesa Cachoeira, a Endesa Fortaleza e a Endesa Cien possuem essa certificação.

**Partes Interessadas**

As partes interessadas que se relacionam com a Endesa Brasil integram um amplo conjunto de entidades e pessoas que têm uma interação direta ou indireta com os negócios das empresas da companhia.

Partes Interessadas das Empresas da Endesa Brasil
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>clientes</b> – grandes consumidores, geradores, distribuidores, comercializadores de energia e consumidores de produtos e serviços na área de concessão;</li> <li>• <b>acionistas/investidores</b> – investidores e acionistas majoritários e minoritários, com pequena parcela do capital social;</li> <li>• <b>colaboradores</b> – empregados, estagiários e terceirizados;</li> <li>• <b>comunidade</b> – pessoas que vivem no entorno das empresas;</li> <li>• <b>sociedade</b> – população em geral;</li> <li>• <b>entidades sem fins lucrativos e organismos socioambientais</b> – entidades parceiras em projetos sociais e científicos, além de instituições beneficiadas com doações e entidades de classe, entre outras;</li> <li>• <b>governo</b> – órgãos da administração direta e indireta nos âmbitos federal, estadual e municipal;</li> <li>• <b>fornecedores</b> – fornecedores de materiais e serviços;</li> <li>• <b>concorrentes</b> – empresas de geração, transmissão e distribuição ou comercializadoras de energia elétrica situadas no Brasil.</li> </ul>

Impactos Diretos e Indiretos sobre as Partes Interessadas



Canais de Comunicação com as Partes Interessadas

As empresas da Endesa Brasil, alinhadas a uma postura ética, entendem que a comunicação com as diversas partes interessadas é essencial para avançar na implementação de sua política e estratégia de sustentabilidade empresarial. Por isso viabiliza não somente meios de informação, mas também canais de comunicação e participação, baseados no princípio da confiança recíproca, visando a um diálogo construtivo.

No âmbito externo, a Endesa Brasil possui um canal unificado de comunicação. A Internet se configura como uma das principais plataformas de comunicação às partes interessadas. Por meio deste canal é possível

estabelecer contato direto com os gestores, pelo *e-mail* institucional@endesabr.com.br. No âmbito interno, o fluxo de informações para todos os colaboradores se dá por meios digitais, com a divulgação de informativos. A intranet corporativa está em fase de construção.

As empresas da Endesa Brasil também disponibilizam canais de informação e participação a suas partes interessadas, pautados por uma política de comunicação que busca a difusão de informações com transparência.

As empresas da Endesa Brasil oferecem, aos grupos específicos de partes interessadas na geração e na distribuição, os seguintes canais de informação e de participação:

Canais de Comunicação das Empresas da Endesa Brasil		
Partes Interessadas	Canais de Informação	Canais de Participação
Acionistas e investidores	<ul style="list-style-type: none"> <li>Demonstrações financeiras auditadas</li> <li>Relatórios econômico-financeiros mensais, em layout próprio para os acionistas</li> <li>Orçamentos anuais e de médio e longo prazo, bem como suas revisões</li> <li>Sistema de gestão R/3-SAP (SIE2000a)</li> <li>Revista Endesa América</li> <li>Relatórios periódicos dos diversos departamentos (jurídico, financeiro, PyC etc.)</li> <li>Relatórios de mercado, por eventuais captações de recursos financeiros no mercado</li> <li>Relatório Anual</li> <li>Informações financeiras trimestrais</li> <li>Relatório mensal de fatos relevantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tele e audioconferências</li> <li>Correio eletrônico</li> <li>Reuniões do Conselho de Administração</li> <li>Reunião dos representantes dos acionistas com os gestores da empresa</li> <li>Visitas dos acionistas e/ou seus representantes às unidades de negócio</li> </ul>
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Canal de atendimento personalizado a clientes livres</li> <li>Conta de energia</li> <li>Campanhas na mídia</li> <li>Folders explicativos</li> <li>Informativo <i>Conexão com o Cliente</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pesquisa ILO Externo</li> <li>Conselho de Consumidores</li> <li>Ouvidoria</li> <li>Agências interativas</li> <li>Agências de atendimento</li> <li>Central de Relacionamento</li> <li>Pesquisa Abradee de Satisfação do Cliente Residencial</li> <li>Pesquisa Índice Aneel de Satisfação do Consumidor (IASC)</li> </ul>
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informativo <i>Linha Direta</i></li> <li>Informativo sobre notícias diárias</li> <li>Clipping Corporativo</li> <li>Revista <i>Endesa América</i></li> <li>Intranet</li> <li>Murais</li> <li>Contracheque</li> <li>Campanhas internas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pesquisa de Clima Laboral</li> <li>Pesquisa de Comunicação Interna</li> <li>Grupos de Trabalho para Objetivos Estratégicos</li> <li>Reuniões trimestrais do corpo diretivo e gerencial da companhia</li> <li>Comitês setoriais</li> <li>Avaliação 360º</li> <li>Banco de Idéias</li> </ul>
Fornecedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relatório Anual</li> <li>Relatório de Sustentabilidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Departamento de Gestão do Relacionamento para a Qualidade dos Serviços Prestados</li> <li>Gerência de Suprimentos</li> <li>Gerência de Aprovisionamentos</li> <li>Grupos de Trabalho para Objetivos Estratégicos "Melhorar a Qualidade de Nossos Parceiros"</li> </ul>
Entidades sem fins lucrativos e organismos socioambientais	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relatório de Sustentabilidade</li> <li>Relatório da Administração</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Departamento de Sustentabilidade e Meio Ambiente</li> <li>Gerência de Meio Ambiente</li> <li>Pesquisa ILO Externo</li> <li>Superintendências Estaduais do Meio Ambiente</li> <li>Organização das Nações Unidas – Pacto Global</li> </ul>
Imprensa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coletivas de Imprensa</li> <li>Releases</li> <li>Relatório de Sustentabilidade</li> <li>Relatório Anual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pesquisa ILO Externo</li> <li>Gerência de Comunicação</li> <li>Programa de visitas às instalações</li> <li>Programa de visitas às redações</li> </ul>
Órgãos públicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relatório Anual</li> <li>Relatório de Sustentabilidade</li> <li>Anúncios nas mídias do entorno das usinas</li> <li>Contato direto dos gestores das usinas com as autoridades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerência de Trading e Comercialização</li> <li>Gerência de Regulação e Mercado</li> <li>Departamento de Clientes Oficiais</li> <li>Pesquisa ILO Externo</li> <li>Ouvidoria</li> </ul>

As empresas da Endesa Brasil utilizam os canais de participação como instrumentos de consulta a suas partes interessadas, com a finalidade de obter delas informações, sugestões e demandas visando à melhoria da atividade operacional, de acordo com a compatibilidade de cada parte.

As informações resultantes do engajamento das partes interessadas são utilizadas pelas empresas para:

- modificar seus processos internos;
- implementar melhorias de caráter operacional, dentre outras;
- aprimorar o relacionamento com investidores e acionistas;
- aumentar o nível de satisfação dos clientes;
- aperfeiçoar os processos de negociação entre as partes;

- promover melhoria em seu clima organizacional;
- melhorar o nível de relacionamento com seus fornecedores;
- favorecer o desenvolvimento de relações e parcerias com as comunidades do entorno no aspecto social e ambiental;
- ampliar suas relações com órgãos públicos;
- possibilitar maior integração e desenvolvimento de seus colaboradores;
- desenvolver novos meios de comunicação.

Além de disponibilizar canais de participação, as empresas da Endesa Brasil se relacionam proativamente com entidades e organismos internacionais com o objetivo de estabelecer um processo de comunicação que agregue melhorias significativas no âmbito organizacional e no relacionamento com suas partes interessadas.

#### Entidades de Relacionamento das Empresas da Endesa Brasil

- Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel);
- Assembléias Legislativas e Câmaras Municipais;
- Associação Brasileira de Jornalismo Empresarial (ABERJE);
- Fundações, federações, ONGs e OCIPs;
- Instituto Akatu pelo Consumo Consciente;
- Instituto Ethos;
- Instituto Nacional de Florestas – IEF;
- Instituto Nacional de Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro);
- Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama);
- Ministério de Minas e Energia;
- Organização das Nações Unidas (pela assinatura do Pacto Global);
- Órgãos judiciários;
- Prefeituras;
- Secretarias Estaduais;
- Secretarias Municipais;
- Superintendência Estadual de Rios e Lagoas (Serla);
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae);
- Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac);
- Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai);
- Universidades, escolas e centros tecnológicos de ensino.

## Participação das Empresas da Endesa Brasil em Associações

A participação das empresas da Endesa Brasil em associações de classe é voluntária e visa promover discussão sobre temas de regulação referentes ao mercado de energia elétrica. O resultado dessas discussões é sistematizado por meio de relatórios e apresentações para que possam ser encaminhadas

contribuições de aperfeiçoamento, de melhorias e de alterações às propostas apresentadas pelos vários organismos competentes, como a Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), o Ministério de Minas e Energia (MME), o Operador Nacional do Sistema Elétrico (ONS), a Câmara de Comercialização de Energia Elétrica (CCEE), a Empresa de Pesquisa Energética (EPE) e a Agência Nacional do Petróleo (ANP).

#### ABRAGE – Associação Brasileira das Empresas Geradoras de Energia Elétrica – membro desde 12/1998

Comitê e Grupos de Trabalho com representação da empresa:

Comitê Jurídico

GTAE – Acompanhamento Energético

GTAF – Acompanhamento Financeiro

GTIL – Assuntos Institucionais/Legais

GTMA – Meio Ambiente

GTMT – Manutenção de Usinas Térmicas

GTOP – Operação

GTRM – Regras de Mercado

#### ABRAGET – Associação Brasileira de Geradoras Termelétricas – membro desde 03/2002

Esta associação possui um Grupo Técnico permanente. Normalmente os temas são estudados pelos associados com o auxílio de consultores e em seguida as propostas de melhoria e solução são encaminhadas à Aneel, ao ONS, ao MME e à ANP.

#### APINE – Associação Brasileira dos Produtores Independentes de Energia Elétrica – membro desde 01/2001

GT Planejamento

GT Projetos Estruturantes

GT Energia Nova

GT Energia Existente

GT Meio Ambiente

GT Penalidades

GT Tributário

GT P&D

GT Transmissão

GT Renovação das Concessões

GT Regulamentação da CDE

GT de Operações

#### ABRACEEL – Associação Brasileira dos Agentes Comercializadores de Energia Elétrica – membro desde 08/2001

Esta associação possui um Grupo Técnico permanente. Normalmente os temas são estudados pelos associados com o auxílio de consultores e em seguida as propostas de melhoria e solução são encaminhadas à Aneel, ao ONS, ao MME e à ANP.

Em 2006 foi criado o seguinte Grupo de Trabalho: GTPLD – Grupo para Estudo da Formação de Preço no Mercado de Curto Prazo.

#### ABCE – Associação Brasileira de Concessionárias de Energia Elétrica – membro desde 02/2001

#### ABRADEE – Associação Brasileira das Distribuidoras de Energia Elétrica

GT Responsabilidade Social

GT Comunicação

GT Gestão Operacional

GT Econômico-Financeiro

GT Tarifas

GT Segurança do Trabalho

GT Perdas

GT Pesquisa de Satisfação

GT Qualidade de Fornecimento



# PERFIL DAS EMPRESAS

DA ENDESA BRASIL

A Endesa Brasil atua nas áreas de distribuição, geração, comercialização e transmissão de energia no setor elétrico brasileiro por meio de cinco companhias: Ampla, Coelce, Endesa Cachoeira, Endesa Fortaleza e Endesa Cien.

## Atividades de Distribuição

### AMPLA

#### Histórico

A Ampla se consolidou em setembro de 2004, a partir da adoção de um plano estratégico chamado Plano de Transformação, iniciado em março daquele ano. Como empresa privada, entretanto, sua trajetória teve início em novembro de 1996, quando ainda se chamava Companhia de Eletricidade do Rio de Janeiro (CERJ) e foi adquirida por um consórcio de empresas de energia elétrica formado por ENDESA, Chilectra e Enersis (Chile) e EDP Brasil (Portugal). A aquisição ocorreu no âmbito do processo de privatização ocorrido na década de 1990, a partir da sanção da Lei nº 8.031/1990, que criou o Programa Nacional de Desestatização (PND).

No entanto, o começo da operação da empresa no setor elétrico remonta ao início do século passado, quando em 1908 foi inaugurada a hidrelétrica de Piabanha, em Entre-Rios, município atualmente conhecido como Três Rios. Nessa época, Cândido Gaffrée e Eduardo Palassin Guinle criaram a Guinle & Companhia. A empresa, que passou a se chamar Hidrelétrica Alberto Torres, tornou-se a principal fornecedora de energia elétrica do Estado do Rio de Janeiro, abastecendo Niterói, São Gonçalo e Petrópolis.

Um ano mais tarde, em 1909, a Guinle & Companhia passou a ser comandada pela recém-fundada Companhia Brasileira de Energia Elétrica (CBEE), que foi adquirida em 1927 pela American and Foreign Power Company Inc. A nova empresa iniciou suas atividades no País adquirindo dezenas de concessionárias, principalmente no interior do Estado de São Paulo.

Em 1930, ela interligou seu sistema às empresas Rio de Janeiro Trainway, Light and Power Company Limited e Rio Light, a fim de aumentar sua capacidade de atendimento.

Paralelamente à história da CBEE, foi iniciado o processo de consolidação do setor elétrico, com a fundação da empresa Centrais Elétricas Fluminenses Sociedade Anônima (CELFL), *holding* composta pela Empresa Fluminense de Energia Elétrica (EFE), pelo Centro Fluminense de Eletricidade (CEFE), pela Empresa Força e Luz Ibero-Americana e pela Companhia Norte Fluminense de Eletricidade. A CELFL incorporou, quatro anos mais tarde, as empresas sobre as quais tinha influência, passando a fornecer energia a 62,7% do Estado.

Em 1964, a CBEE foi estatizada e passou a ser controlada pelo governo federal. Já em 1979, a empresa assumiu também os serviços de eletrificação rural antes realizados pelas Centrais Elétricas Fluminenses S.A. No dia 17 de abril do ano seguinte, a CBEE passou a se chamar Companhia de Eletricidade do Estado do Rio de Janeiro (CERJ).

#### Estrutura Operacional

A distribuidora de energia elétrica Ampla Energia e Serviços S.A. é uma sociedade por ações de capital aberto que tem por objetivo a prestação de serviços públicos de distribuição de energia elétrica, cuja concessão é válida até 2026, prorrogável por mais 30 anos. A Endesa Brasil possui uma participação direta de 46,90% na Ampla e outros 45,4% pertencem a empresas controladas direta ou indiretamente pela ENDESA na Espanha. Por sua vez, a Ampla Investimentos possui participação acionária de 36,43% na Investluz – sociedade por ações de capital aberto constituída em 1999 e que tem como objeto social participar do capital da Coelce e de outras sociedades, no Brasil e no exterior, pois exerce o controle desta em conjunto com sua investidora, a Endesa Brasil.

A Ampla atua no Estado do Rio de Janeiro, Região Sudeste do Brasil, onde atende uma população de cerca de 6 milhões de habitantes, contando com 2.316 mil clientes, distribuídos por 66 municípios. Sua área de concessão é de 32.188 km².

A Ampla também fornece energia para a Companhia de Eletricidade de Nova Friburgo (CENF), responsável pela

distribuição de energia elétrica para o município de Nova Friburgo, na Região Serrana do Estado. Responde ainda pelo abastecimento de duas áreas (Região dos Lagos e Costa Verde), onde estão 12 das principais cidades de veraneio do litoral do Rio de Janeiro, além de Niterói, onde está a sede da empresa.

AMPLA		
Porte da Organização	2006	2005
Energia faturada (GWh)	7.305	7.128
Número de consumidores ativos	2.316	2.120
Investimento (R\$ mil)	416.447	402.855
Ativo total (R\$ milhões)	4.395	4.040
Receita líquida (R\$ milhões)	2.207	2.225
Lucro líquido (R\$ mil)	141.121	126.164
Participação acionária da Endesa Brasil	46,89%	46,89%
Número de empregados	1.413	1.326
DEC horas	16,54%	18,44%
FEC quantidade	11,55%	12,9%

## Prêmios

• **Prêmio Balanço Social** – A Ampla foi a vencedora da quinta edição do Prêmio Balanço Social 2006, na categoria Serviços. No total, 70 empresas inscreveram-se no prêmio – o maior do setor em âmbito nacional, promovido por Ethos, Ibase, Aberje, Apimec e Fides –, sendo 24 em Serviços. Em 2005, pela primeira vez, o Relatório de Sustentabilidade da Ampla foi elaborado com base no modelo internacional da Global Reporting Initiative (GRI), atendendo também aos requisitos dos modelos nacionais Ethos e Balanço Social Ibase.

• **Prêmio Abradee de Qualidade da Gestão** – A Ampla foi uma das oito empresas finalistas do Prêmio Abradee de Qualidade da Gestão. O relatório de gestão foi usado para avaliar continuidade (frequência), disseminação, adequação e proatividade das práticas de gestão, além da existência de mecanismos de controle e refinamento contínuos.

• **Prêmio Qualidade Rio – Ouro** – A Ampla recebeu o reconhecimento na categoria Ouro do Prêmio Qualidade Rio 2006 (PQRio), coordenado pelo governo do Estado do Rio de Janeiro, com a participação da iniciativa privada. Ele é concedido anualmente às instituições públicas e privadas que alcançam maior pontuação na avaliação de seus modelos de gestão.

• **Prêmio Valor Social** – Realizado pela parceria do jornal *Valor*, do Instituto Ethos e do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente, o Prêmio Valor Social 2006 reconheceu a Ampla como uma das três empresas finalistas, na categoria Respeito ao Consumidor/Cliente/Fornecedor, com o projeto Rede Ampla – Tecnologia e Ação Social.

• **Prêmio RH Cidadão** – Pelo segundo ano consecutivo, a Ampla conquistou o Prêmio RH Cidadão, concedido pela consultoria e editora Gestão&RH. Em sua terceira edição, o prêmio seleciona trabalhos de organizações que contribuem para o desenvolvimento da sociedade

brasileira por meio de programas especiais, responsáveis pela melhora da satisfação dos públicos interno e externo. A Ampla foi destaque em Incentivo ao Voluntariado, com o Programa Compartilhar.

• **Prêmio Fundação Coge** – A Ampla foi premiada pela Fundação Coge com o case “Espaço de Desenvolvimento de Pessoas”, um projeto inovador, eleito um dos três melhores do País na categoria Capacitação e Desenvolvimento de Pessoas. A Fundação Coge é uma entidade sem fins lucrativos direcionada à pesquisa de métodos, processos e rotinas adotados pelas empresas do setor elétrico.

• **Prêmio Procel 2006** – A Ampla recebeu o Prêmio Procel 2006, Menção Especial, do Programa Nacional de Conservação e Uso Racional de Energia 2006, promovido pelo Ministério de Minas e Energia e coordenado pela Eletrobrás, em parceria com a Petrobras/Conpet. O prêmio destacou o melhor projeto de Iluminação Pública/Reluz e foi introduzido em 2006 na categoria Empresas do Setor Energético, reconhecendo a melhor empresa com ações desenvolvidas no uso racional e eficiente de energia nesse segmento, conquistado com o Projeto Reluz de Niterói.

• **Prêmio Novare** – A Ampla recebeu quatro reconhecimentos no prêmio de geração de idéias e inovação do Grupo Endesa, o Novare. Das 2.400 idéias enviadas por 19 empresas do grupo em oito Países, 17 foram premiadas em sete categorias. A Ampla foi a empresa mais premiada, conquistando o primeiro lugar em duas categorias (Melhor Idéia em Serviços Corporativos e Melhor Idéia em Comercialização), além de receber duas menções honrosas (Criação de Postos de Arrecadação em Comunidades Carentes e Desenvolvimento de Sistema de Distribuição de Serviços Comerciais em Tempo Real).

• **Prêmio Sesi de Qualidade no Trabalho 2006** – A Ampla conquistou o primeiro lugar regional no Prêmio Sesi de Qualidade no Trabalho (PSQT) 2006, promo-

vido pelo Serviço Social da Indústria (Sesi). Mais de 2 mil empresas se inscreveram nas categorias Micro, Pequena, Média e Grande Empresa, em todos os Estados brasileiros. A Ampla ficou em primeiro lugar no *ranking* das empresas da Região 3 – Centro, Norte e Leste –, composta pelos municípios abrangidos pelas unidades operacionais do Sesi de Nova Friburgo, Niterói e São Gonçalo.

• **Prêmio Top de Marketing 2006** – Com o case “Projeto Orientando – Cuidando de Você”, a empresa foi uma das vencedoras do Top de Marketing 2006, da Associação dos Dirigentes de Vendas do Brasil (ADVB).

• **Prêmio Consumidor Moderno** – Pela primeira vez no Brasil, a revista *Consumidor Moderno*, da Editora Padrão, realizou auditorias em aproximadamente 50 empresas para a escolha do Profissional de Relacionamento 2006. Por meio dessa análise, a gestão da Central de Relacionamento da Ampla foi eleita uma das dez melhores do Brasil no atendimento ao consumidor.

• **VI Prêmio da Associação Brasileira de Teleserviços** – A Ampla foi duplamente premiada nas categorias Gerenciamento de Reclamações, com o case “Projeto Transformar” (Prata), e Gestão de Recursos Humanos em *Call Center*, com o case “Projeto Relacionamento” (Bronze). O projeto Transformar – Agregando Valor ao Relacionamento com Cliente tem ajudado a empresa a reduzir as reclamações, mensurando as reais causas de insatisfação dos clientes. Já o projeto Relacionamento – Desenvolvendo Talentos orienta os colaboradores para um processo crescente de direcionamento de carreira.

• **Value Chain Awards (EUA)** – A Ampla foi a vencedora na categoria Energia do prêmio Value Chain Awards, concedido pela revista norte-americana *M2M Magazine* aos mais bem-sucedidos usuários corporativos da tecnologia M2M e aos fornecedores de soluções que a tornaram realidade. A publicação – uma das mais importantes do setor industrial no mundo – destina-se exclusivamente à cobertura da comunicação M2M

(máquina-a-máquina). A Ampla foi reconhecida pelo trabalho realizado no combate ao furto de energia, por meio do projeto Rede Ampla.

- **Metering Awards Program – AMRA (EUA)** – A Rede Ampla recebeu o Metering Awards Program, concedido pela Automatic Meter Reading Association (AMRA), em Nashville, Estados Unidos. O sistema foi considerado A Melhor Iniciativa Internacional de Medição.

- **Amauta 2006 (México)** – O projeto Orientando – Cuidando de Você recebeu a Medalha de Ouro no VII Prêmio Amauta Internacional, na categoria *Endo-marketing*. Trata-se da maior premiação de *marketing* direto da América Latina, que avalia os projetos pelo tripé estratégia–criação–resultados. Foram 227 inscritos e 70 empresas receberam as estatuetas, divididas em Ouro, Prata e Bronze. O Orientando é um projeto que busca proporcionar um clima de trabalho agradável, estabelecendo um processo permanente de motivação dos profissionais, alinhando a comunicação, a motivação e a identificação dos valores da organização.

## COELCE

### Histórico

A história da Coelce teve início com a criação da Companhia de Eletricidade do Cariri (CELCA) e da Companhia de Eletrificação Centro-Norte do Ceará (CENORT), em 1960, e com o surgimento da Companhia Nordeste de Eletrificação de Fortaleza (CONEFOR) e da Companhia de Eletrificação do Nordeste (CERNE), em 1962.

Em 1971 a Coelce foi criada por meio da Lei Estadual nº 9.477, de 05 de julho de 1971, e autorização concedida para a prestação do serviço público pelo Decreto Federal nº 69.469, de 05 de novembro de 1971, com a unificação das quatro empresas distribuidoras de energia elétrica existentes no Ceará até o momento.

A Coelce tornou-se, em 1995, uma empresa de capital aberto, passando a negociar suas ações nas principais bolsas de valores brasileiras.

Em leilão público, realizado na Bolsa de Valores do Rio de Janeiro (BVRJ), a companhia foi privatizada. O Consórcio Distriluz Energia Elétrica S.A., formado por Endesa España S.A., Enersis S.A., Chilectra S.A. e Companhia de Eletricidade do Rio de Janeiro (CERJ), atualmente Ampla, converteu-se no novo operador da companhia, em 1998.

A Distriluz Energia Elétrica S.A., a Coelce, a Aneel e o governo do Estado do Ceará procederam à assinatura do contrato de concessão, que outorgou à Coelce 30 anos de direitos exclusivos sobre a distribuição de energia elétrica no Estado do Ceará.

Em 1999, a Coelce concluiu o processo de reestruturação societária, mediante o qual incorporou sua controladora Distriluz Energia Elétrica S.A., passando então a ser controlada pela Endesa Brasil, com a participação direta de 63,6% em seu capital total.

A partir de 2000 a empresa iniciou um processo de reposicionamento de imagem e planejamento estratégico de médio e longo prazo, visando à contínua expansão e à melhoria dos serviços, incluindo uma aproximação cada vez maior com o cliente e o lançamento de produtos e serviços, em resposta ao crescimento do mercado e suas necessidades.

### Estrutura Operacional

Atuando no Estado do Ceará, com sede em Fortaleza, a Companhia Energética do Ceará (Coelce) presta serviços para todos os 184 municípios do Estado.

Atualmente atende mais de 2,5 milhões de clientes, sendo 2 milhões do mercado composto de clientes residenciais, em uma área de concessão de 148.825 km<sup>2</sup> e uma população estimada de mais de 8 milhões de habitantes.

É a terceira maior distribuidora do Nordeste em volume de energia distribuída, cujo valor do fornecimento em 2006 atingiu R\$ 2,3 bilhões, com maior representatividade para a classe residencial, que responde por 38% desse faturamento. O mercado de venda de energia elétrica na área de concessão da Coelce em 2006 foi de 6.769 GWh, superando em 2,9% o valor de 2005, que registrou 6.580 GWh.

Além da distribuição de energia elétrica, os clientes têm à sua disposição outros serviços, tais como Coelce Soluções, Coelce Plus, e outros benefícios a partir de parcerias da companhia com marcas e varejistas. Em 2006, os valores de mercado e patrimonial das ações da Coelce na Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA) tiveram um significativo crescimento em relação a 2005, equivalentes a 80% e 37%, respectivamente.

COELCE		
Porte da Organização	2006	2005
Energia faturada (GWh)	6.877	6.713
Número de consumidores ativos	2.543	2.438
Investimento (R\$ mil)	343.098	251.139
Ativo total (R\$ milhões)	2.511	2.400
Receita líquida (R\$ milhões)	1.691	1.582
Lucro líquido (R\$ mil)	298.258	189.124
Participação acionária da Endesa Brasil	48,00%	48,00%
Número de empregados	1.313	1.319
DEC horas	11,42	12,45
FEC quantidade	9,11	10,44

### Prêmios

- **Prêmio Abradee** – Eleita a Melhor Distribuidora de Energia Elétrica do Nordeste e a sexta do Brasil.

- **Revistas Você S/A e Exame** – Classificada entre as 150 Melhores Empresas para se Trabalhar no Brasil.

- **Prêmio Balanço Social 2006 (Bovespa, Apimec, Ethos, Aberje, Fides e Ibase)** – Classificada entre as cinco finalistas na categoria Serviços.

- **Selo Ibase (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas)** – Reconhecida pela qualidade das informações apresentadas no balanço social de 2005.

- **Revista Forbes – Platinum List** – Classificada na 9ª posição no *ranking* geral das 200 Melhores Empresas Brasileiras de Capital Aberto e na 5ª no *ranking* do setor elétrico.

- **Revista Você S/A – Guia de Ações** – Destacada como a 3ª empresa do Brasil que mais pagou dividendos em 2006, relativos ao exercício de 2005.

- **Revista Isto É Dinheiro** – Classificada na 12ª posição entre as ações mais rentáveis do Brasil e na 3ª no *ranking* do setor elétrico.

- **Prêmio Delmiro Gouveia** – Premiada como a Maior Empresa do Estado do Ceará.

- **Guia Exame Boa Cidadania Corporativa** – Reconhecida como Empresa Destaque da Região Nordeste.

- **Integração à Carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da Bolsa de Valores de São Paulo** – Formada por ações de 34 empresas reconhecidas nacionalmente por seu compromisso com o desenvolvimento sustentável.

**Atividades de Geração**

## ENDESA CACHOEIRA

### Histórico

A Usina Hidrelétrica de Cachoeira Dourada teve um importante papel para o desenvolvimento de Brasília, pois foi idealizada para fornecer a energia necessária para sua construção. As obras de construção da usina começaram na década de 50 e a primeira etapa foi concluída em 1959, quando foram instaladas duas unidades geradoras, de 17 MW cada. As ampliações que marcaram o aumento do aproveitamento hidrelétrico da usina acompanharam o desenvolvimento do País.

A segunda etapa, encerrada em 1967, ampliou em mais de 162 MW a potência instalada na usina, com a instalação de três turbinas geradoras de 54 MW cada. Na terceira etapa, finalizada em 1977, a empresa recebeu outras três turbinas de 84 MW e, finalmente, em 1994, a usina recebeu mais duas turbinas de 105 MW, totalizando os atuais 658 MW de potência instalada.

Localizada na Região Centro-Oeste do Brasil, no Rio Paranaíba, bacia do Rio Paraná, a Usina Hidrelétrica de Cachoeira Dourada é rodeada por um dos ecossistemas mais importantes do Brasil: o cerrado. A usina está localizada no município de Cachoeira Dourada, Estado de Goiás, na divisa com Minas Gerais.

A empresa estatal geradora foi privatizada em setembro de 1997, quando passou ao controle da ENDESA, que venceu o leilão, num consórcio liderado pela Endesa Chile e, em 2001, concluiu o processo de reestruturação societária e obteve da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) o cancelamento do registro de companhia aberta.

### Estrutura Operacional

A Endesa Cachoeira, cuja razão social é Centrais Elétricas Cachoeira Dourada (CDSA), sociedade anônima de capital fechado, foi constituída em 31 de outubro de 1996 mediante a cisão da Companhia Energética de Goiás (CELG) no processo de privatização do setor elétrico no Brasil. A empresa foi leiloada em 5 de setembro de 1997, quando obteve concessão de geração válida até 2027, prorrogável por mais 30 anos. Antes da privatização, era uma sociedade anônima de capital aberto, que sofreu alteração para capital fechado em setembro de 2001.

Situada na cidade de Cachoeira Dourada (GO), a Endesa Cachoeira é uma concessionária de serviço público

que tem como principal ativo uma usina hidrelétrica que opera com dez unidades. Com potência instalada de 658 MW, a Endesa Cachoeira assegura a seus clientes um total de 415 MW médios/anuais, correspondentes a aproximadamente 1% da capacidade de geração do setor elétrico brasileiro. Em 2006, a empresa vendeu 4.177 GWh, 8% a mais do que em 2005. A Endesa Brasil detém uma participação direta de 99,6% na Endesa Cachoeira.

Em 31 de dezembro de 2006, o capital social da companhia era de R\$ 289.062 milhões, representado por 2.926.051 ações – sendo 2.914.519 ações ordinárias escriturais inconversíveis em outra forma e 11.532 ações preferenciais escriturais, todas indivisíveis perante a sociedade.

ENDESA CACHOEIRA		
Porte da Organização	2006	2005
Potência instalada (MW)	658	658
Energia assegurada (MW)	415	415
Venda de energia elétrica (GWh/ano)	4.177	3.867
Investimento (R\$ mil)	6.997	8.880
Ativo total (R\$ mil)	1.011.551	1.127.526
Patrimônio líquido (R\$ mil)	807.614	812.227
Resultado do exercício (R\$ mil)	161.426	142.398
Número de ações da Endesa Brasil	99,6%	99,6%
Número de empregados	57	55



## ENDESA FORTALEZA

### Histórico

A Central Geradora Termelétrica Fortaleza S.A. (CGTF) nasceu no contexto de investimentos e mudanças no setor elétrico do Brasil. Com o intuito de aumentar as opções de geração de energia, o Programa Prioritário de Termelétricidade (PPT), lançado em 2000 pelo governo federal, incentivou investimentos nessa área e permitiu o desenvolvimento econômico e social em todo o Brasil, principalmente da Região Nordeste.

Em 2001, a ENDESA decidiu ampliar suas atividades no Brasil, optando pela construção da termelétrica localizada em Caucaia, às margens da Rodovia CE-42, e que se encontra estrategicamente localizada dentro do Complexo Industrial e Portuário do Pecém, distante cerca de 50 km da capital do Estado do Ceará – Fortaleza.

Construída numa área de 70 mil m<sup>2</sup>, as operações comerciais da Endesa Fortaleza iniciaram-se no final de 2003.

### Estrutura Operacional

A Endesa Fortaleza, cuja razão social é Central Geradora Térmica Fortaleza S.A. (CGTF), é uma sociedade

anônima de capital fechado constituída em 20 de agosto de 2001 e que entrou em operação em 27 de dezembro de 2003, sendo inaugurada em 30 de janeiro de 2004.

Está situada às margens da Rodovia CE-42, na área do Complexo Industrial e Portuário do Pecém (CIPP), no município de Caucaia (CE), e consiste em uma usina de geração térmica de energia elétrica, cuja potência instalada é de 346,6 MW e a energia assegurada é de 318,5 MW, produzida a partir de ciclos térmicos de gás natural (Brayton) e vapor (Rankine), conhecido como ciclo combinado.

As vendas de energia elétrica por parte da Endesa Fortaleza em 2006 estiveram no patamar de 2.690 GWh, capacidade responsável pelo fornecimento de aproximadamente 1/3 da energia consumida em todo o Estado do Ceará. Este montante de energia é capaz de suprir o equivalente a uma cidade com 1,2 milhão de consumidores residenciais e industriais.

A energia da Endesa Fortaleza é contratada pela Coelce, com base em um contrato de “take or pay” de 20 anos, aprovado pela Aneel em 2001. A Endesa Fortaleza é controlada integral da Endesa Brasil, pois esta possui uma participação direta de 100% na companhia.

ENDESA FORTALEZA		
Porte da Organização	2006	2005
Potência instalada (MW)	346,6	346,6
Energia assegurada (MW)	318,5	318,5
Venda de energia elétrica (GWh/ano)	2.690	2.690
Investimento (R\$ mil)	9.131	4.625
Ativo total (R\$ mil)	1.074.526	1.076.798
Passivo total (R\$ mil)	496.884	632.619
Patrimônio líquido (R\$ mil)	577.642	444.179
Resultado do exercício (R\$ mil)	176.638	123.184
Número de ações da Endesa Brasil	100%	100%
Número de empregados	54	52

### Prêmios

- **Certificado “Empresa Cidadã”** – recebido em outubro de 2006, a Endesa Fortaleza foi premiada pelo Estado do Ceará pela promoção do desenvolvimento no Estado. Esta premiação é anual e se destina aos maiores contribuintes de ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços do Estado do Ceará).

### Atividades de Transmissão e Comercialização

## ENDESA CIEN

### Histórico

A história da Endesa Cien teve início em abril de 1997, a partir de um acordo realizado entre os governos do Brasil e da Argentina para facilitar o comércio de energia entre os dois Países.

Em maio de 1998, o Ministério de Minas e Energia, juntamente com o governo argentino, assinou um contrato com a Companhia de Interconexão Energética (CIEN) para comercialização no Brasil de 1.100 MW de energia comprada no mercado argentino. No mesmo ano foi fundada a CIEN. Seu primeiro projeto foi a construção da Estação Conversora Garabi.

Em 1º de agosto de 2002, o projeto foi concluído com a entrada em operação da segunda interconexão, o que integralizou sua capacidade total de 2.200 MW, com um investimento de 700 milhões de dólares.

A Cien é uma conversora de frequência que importa e exporta energia elétrica entre dois Países que possuem

- **Cliente Aprovou e Melhores da Região da Revista Exame** – O reconhecimento do trabalho da Endesa Fortaleza veio através desses dois prêmios, oferecidos pela edição Melhores e Maiores da revista *Exame*. Este número especial é lançado anualmente com as 500 maiores empresas que se destacaram no cenário brasileiro, traçando um perfil das empresas juntamente com um corpo de jurados especializados.

frequências diferentes. O sistema elétrico argentino opera a 50 Hz e o sistema brasileiro a 60 Hz. A interconexão é feita na Estação Conversora Garabi, por meio de conversores HVDC, que efetuam a conversão da frequência.

A Cien é um complexo formado por duas conversoras de energia, a Garabi I e a Garabi II. A estação conversora está situada na cidade de Garruchos (RS), cerca de 5 km distante da fronteira entre Brasil e Argentina, e ocupa uma área de cerca de 600 mil m<sup>2</sup>.

Desde 2004 a Cien conta com o apoio de duas subsidiárias integrais: a Compañía de Transmisión del Mercosur S.A. (CTM) e a Transportadora de Energia S.A. (TESA), que respondem pela comercialização da energia na Argentina. As duas empresas prestam o mesmo serviço para a Endesa Cien, sendo que a CTM apóia a Estação Conversora Garabi I e a TESA fornece apoio à Estação Conversora Garabi II. Estas empresas têm os centros de operações na Subestação de Rincón de Santa Maria, na Argentina. Elas exercem papel fundamental no intercâmbio de energia entre os dois Países, pois são responsáveis

pela manutenção e pela operação dos equipamentos e do sistema de transmissão argentino.

Graças a sua localização, a Cien exerce uma posição estratégica importante dentro do Mercado Comum do Sul (Mercosul). Isso porque, facilitando a integração energética entre o Brasil e a Argentina, a Cien proporciona maior integração econômica entre os dois Países, num contexto de fortalecimento do bloco econômico regional. Nesse sentido, a empresa possibilita a diversificação das fontes de energia entre os dois Países, o apoio mútuo em caso de emergência, o desenvolvimento inter-regional e a cooperação internacional.

### Estrutura Operacional

A Endesa Cien, cuja razão social é Companhia de Interconexão Energética (CIEN), é uma sociedade anônima de capital fechado que foi instalada a partir de um acordo, realizado em abril de 1997, entre os governos do Brasil e da Argentina para facilitar o comércio de energia entre ambos. Em maio de 1998, o Ministério de Minas e Energia e o governo argentino assinaram um contrato

com a Endesa Cien, para a comercialização no Brasil de 1.000 MW de energia comprada no mercado argentino. A primeira fase entrou em operação em junho de 2000 e a segunda em agosto de 2002. Atualmente, a companhia tem potência instalada de 2.200 MW e energia assegurada de 2.134 MW.

A Endesa Cien tem sua sede social no Rio de Janeiro (RJ). A empresa tem como principal ativo o complexo formado por duas conversoras – Garabi I e Garabi II – e aproximadamente mil quilômetros de linhas de transmissão, situados na fronteira do Brasil com a Argentina, na cidade de Garruchos (RS). As linhas estão instaladas em territórios brasileiro e argentino, com extensão total de mais de 500 km cada. No lado argentino, as linhas são administradas por duas empresas controladas pela Endesa Cien: Companhia de Transmissão do Mercosul S.A. (CTM) e Transportadora de Energia S.A. (TESA). A Endesa Cien é controlada integral da Endesa Brasil, pois esta detém uma participação direta de 100% na companhia. O volume de vendas de energia elétrica em 2006 da Endesa Cien foi de 6.394 GWh.

ENDESA CIEN		
Porte da Organização	2006	2005
Potência instalada (MW)	2.100	2.100
Venda de energia elétrica (GWh/ano)	6.394	6.567
Investimento (R\$ mil)	10.734	5.021
Ativo total (R\$ mil)	1.992.165	2.322.674
Passivo total (R\$ mil)	1.447.649	1.650.977
Patrimônio líquido (R\$ mil)	544.516	671.697
Resultado do exercício (R\$ mil)	-127.181	29.004
Número de ações da Endesa Brasil	100%	100%
Número de empregados	79	81

### Prêmios

- **Prêmio “Comenda José Fabrício da Silva Primo”**  
– A Endesa Cien recebeu este prêmio em 11 de julho de 2006, entregue pela Câmara de Vereadores de Garruchos pelos serviços feitos em prol do desenvolvimento do município de Garruchos (RS).



# DESEMPENHO

NOS SETE COMPROMISSOS COM A SUSTENTABILIDADE  
DAS EMPRESAS DA ENDESA BRASIL

## Nossos clientes

Compromisso com a qualidade dos serviços.

## Nossos acionistas

Compromisso com a criação de valor e a rentabilidade.

## Nossa gente

Compromisso com a saúde, a segurança e o desenvolvimento pessoal e profissional de nossos colaboradores.

## Nossa conduta

Compromisso com a boa governança e o comportamento ético.

## Meio ambiente

Compromisso com a proteção do entorno.

## Inovação

Compromisso com a eficiência.

## Sociedade

Compromisso com o desenvolvimento da sociedade.

## NOSSOS CLIENTES – COMPROMISSO COM A QUALIDADE DOS SERVIÇOS

As empresas da Endesa Brasil buscam permanentemente o bom relacionamento com seus clientes, comprometendo-se a atender de forma satisfatória a suas necessidades. Como integrantes do setor de energia, um bem essencial ao desenvolvimento social e econômico, as empresas têm a responsabilidade de ser eficientes e eficazes, comprometendo-se com a prestação de serviços com qualidade, segurança e confiabilidade.

O compromisso com a qualidade dos serviços faz com que todas as empresas da Endesa Brasil busquem a excelência no atendimento a seus clientes, comprometendo-se com a satisfação de suas necessidades.

Por isso, as empresas têm como estratégia comercial a proximidade com o cliente, ouvindo suas expectativas por meio de canais de comunicação e procurando atendê-las, oferecendo o fornecimento de energia eficiente, com produtos e serviços que trazem mais conforto e qualidade de vida para a população.

As empresas da Endesa Brasil apresentam seus produtos e serviços aos consumidores por meio de materiais de divulgação, que são enviados à casa dos clientes ou distribuídos em agências de atendimento, pois, pelo tipo de serviço que oferecem, não apresentam produtos rotulados.

Além disso, as empresas respeitam os padrões éticos de propaganda adotados no Brasil e não têm registro de violação de regulamentação de propaganda e *marketing*. O Código de Ética Empresarial reafirma, ainda, como prática inaceitável o uso ou a divulgação de imagens que coloquem qualquer indivíduo em situação constrangedora, preconceituosa, desrespeitosa ou de risco.

O sistema gerencial das empresas da Endesa Brasil possibilitam também, em função de um conjunto de pro-

cedimentos adequados ao manuseio de informações, a garantia da privacidade das informações referentes aos clientes, não havendo registro de reclamações a respeito de violação da privacidade de consumidores pelas empresas.

### Perfil dos Clientes

As vendas de energia das empresas de distribuição da Endesa Brasil se concentram em nove categorias de clientes: industrial, comercial, residencial (normal e baixa renda), rural (normal e rural irrigante), poderes públicos, iluminação pública, serviços públicos e consumo próprio e revenda. Enquanto as empresas da Endesa Geração Brasil comercializam energia elétrica para quatro categorias de clientes: distribuidoras, geradoras, comercializadoras e consumidores.

O volume de vendas alcançado em 2006 pelas empresas da Endesa Brasil foi de 27.443 GWh.

#### **Empresas de Distribuição da Endesa Brasil**

As empresas de distribuição da Endesa Brasil comercializam energia para clientes das categorias industrial, comercial, residencial (normal e baixa renda), rural, poderes públicos, iluminação pública, serviços públicos e consumo próprio e revenda.

#### Categorias de Clientes Ampla

Clientes faturados (mil)	2006
Residencial normal	2.077
Residencial de baixa renda	982
Comercial e serviços	165
Rural	55
Poderes públicos	11
Industrial	6
Outros	2
<b>Total de clientes faturados</b>	<b>2.316</b>
Clientes ativos sem fornecimento	295
<b>Total de clientes ativos</b>	<b>2.611</b>

#### Categorias de Clientes Coelce

Clientes faturados (mil)	2006
Residencial normal	534
Residencial de baixa renda	1.487
Industrial	6
Comercial	141
Rural	218
Poderes públicos	26
Outros	4
<b>Total de clientes faturados</b>	<b>2.416</b>
Clientes ativos sem fornecimento	127
<b>Total de clientes ativos</b>	<b>2.543</b>

Do total de 4,9 milhões de clientes faturados em 2006 pelas empresas de distribuição da Endesa Brasil, a classe de consumo com maior representatividade em quantidade é a residencial, totalizando 4,3 milhões de clientes (86,8%), seguida da categoria comercial, com 325 mil clientes (6,5%).

Do total de clientes residenciais, 56,93% estão enquadrados na categoria de baixa renda e 43,07% na categoria normal. Os clientes enquadrados na categoria residencial de baixa renda têm redução no preço da tarifa, chegando esta a 66% do valor da tarifa residencial normal.

**EMPRESAS DA ENDESA GERAÇÃO BRASIL**

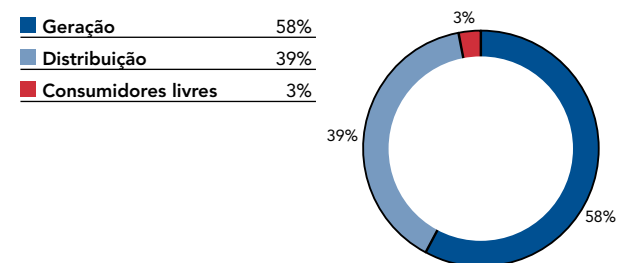
**Categorias de Clientes Endesa Fortaleza**

A Endesa Fortaleza possui como cliente direto a distribuidora Coelce, que por sua vez é responsável pelo fornecimento de energia para o Estado do Ceará, atendendo a 184 municípios.

**Categorias de Clientes Endesa Cien**

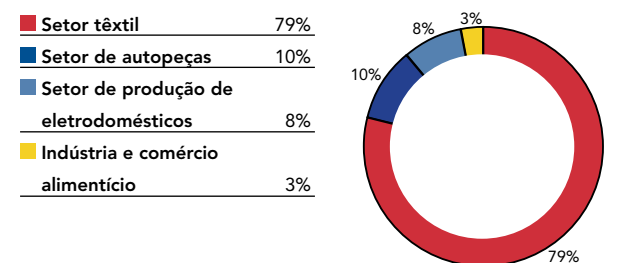
A Endesa Cien tem clientes nos segmentos de geração, distribuição e consumidores livres, e a participação de cada segmento no total de energia vendido é a seguinte:

**Distribuição de Clientes Endesa Cien**



No segmento dos consumidores livres (indústrias), a distribuição do total vendido é:

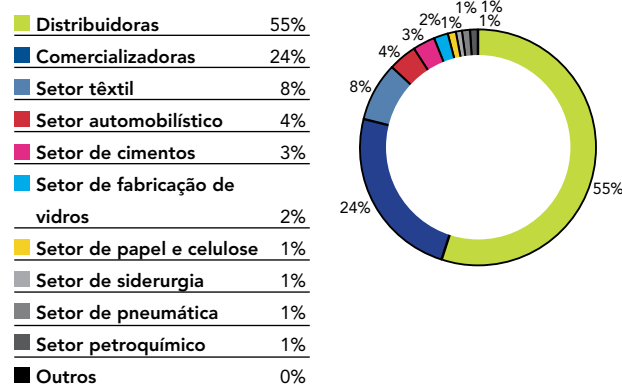
**Distribuição dos Consumidores Livres Endesa Cien**



**Categorias de Clientes Endesa Cachoeira**

A Endesa Cachoeira possui clientes em distintos setores da economia. Distribuidoras, comercializadoras de eletricidade e indústrias foram os principais demandantes da energia gerada na empresa.

**Distribuição de Clientes Endesa Cachoeira**



**Serviços**

Os serviços das empresas Endesa Brasil são projetados levando-se em consideração os requisitos do mercado e do poder concedente, a avaliação econômica, o alinhamento com os valores da organização e o foco nas expectativas dos clientes.

Mais do que fornecedoras de energia elétrica, as empresas da Endesa Brasil têm por meta ser integradoras de soluções, oferecendo serviços que atendam às necessidades de seus diversos públicos. Com foco nesta política, foram desenvolvidos serviços sob medida para cada categoria de clientes.

Isso significa que, além de eletricidade, as empresas da Endesa Brasil proporcionam serviços relevantes a seus consumidores, sendo fundamental que os negócios sejam orientados por uma clara missão, embasados por valores e guiados por uma visão estratégica que as conduzam ao futuro, no qual as empresas continuem como referência de confiança e qualidade para seus clientes.

**Clientes Residenciais e Pequenos Comércios**

**AMPLA**

A Ampla oferece serviços como seguros de vida, patrimoniais e odontológicos, energia pré-paga e Cobrança Fá-

cil, que se estendem também a serviços de manutenção, que, além de garantir a qualidade das instalações elétricas dos clientes, aumentam a vida útil de equipamentos e evitam perdas de energia, que oneram a conta.

Serviços para Clientes Residenciais e Pequenos Comércios Ampla	
Serviços	Objetivos
Seguro Premiado	• garante o pagamento de prejuízos causados por incêndio, raio ou explosão na residência e indenização para pagamento da conta de luz em caso de desemprego, morte ou incapacidade física temporária, causada por acidentes pessoais.
Seguro Vida Segura	• desenvolvido para clientes residenciais, em parceria com a Corretora Marsh e a Seguradora Ace, o Vida Segura tem preço popular e oferece indenização por morte por qualquer causa, assistência funeral para a família do segurado, vales-supermercado, além de sorteios mensais pela Loteria Federal.
Seguro Lar Doce Lar	• em 2006, cerca de 26 mil clientes comerciais do grupo B receberam a oferta do novo produto da Ampla; pelo valor de R\$ 15,00/mês na fatura de energia, o Lar Doce Lar oferece cobertura de incêndio, raio, explosão e inclui serviço de assistência 24 horas, que providencia chaveiro, encanador, eletricista, vidreiro, vigia e outros.
Ampla Visão	• desde julho de 2003, a Ampla oferece aos clientes portadores de deficiência visual um informativo em braille, com as principais informações de suas respectivas contas de energia. Eles contam com um conjunto de serviços que inclui: Kit Ampla Visão (conta de luz e informativo em braille), letras em maior tamanho para facilitar a leitura e envio de e-mails com os principais dados da conta por meio do programa DOSVOX (que se comunica com o usuário por síntese de voz).
Instalação nova	• instalação de unidade consumidora para clientes comerciais e residenciais em baixa tensão, com potência instalada de até 75 kVA.
Odonto Fácil	• plano odontológico a partir de R\$ 12,90, com 1,7 mil pontos de atendimento em todo o Estado do Rio. Não há limite de idade ou renda para aderir ao plano. Basta estar com a conta de energia em dia. O objetivo é proporcionar, cada vez mais, melhorias na qualidade de vida das famílias da área de concessão. O cliente titular da conta de energia pode inscrever até quatro dependentes e tem direito a atendimento de emergência, consultas, obturações, radiologia, prevenção, odontopediatria e cirurgias, entre outros benefícios.
Cupom de desconto	• a Ampla buscou parcerias com marcas e varejistas para oferecer descontos ou bônus aos clientes que estão adimplentes com o pagamento de suas faturas de energia elétrica. Um grande parceiro em 2006 foi a Coca-Cola, que teve 336 mil cupons trocados, em dez municípios. A rede de cinemas Top Cine, a revista Isto É e os cursos de idiomas Ibeu e Wizard foram algumas das demais empresas que firmaram parceria com a Ampla durante o ano. Todas ofereceram descontos para os clientes residenciais adimplentes, ajudando a estreitar cada vez mais o relacionamento entre a Ampla e seus clientes.
Loja virtual	• com o objetivo de utilizar outro canal de relacionamento com o cliente e oferecer ofertas especiais, a Ampla inaugurou sua loja virtual em 2005, tendo como parceira inicial a Americanas.com, uma das líderes de comércio eletrônico do País. Em 2006, foram fechadas mais duas novas parcerias, com o Comprafácil e a Brasif. Ao entrar no site da Ampla, o cliente conta com um espaço exclusivo para aproveitar as ofertas.
Bens de consumo	• parcerias com grandes fábricas para dar aos clientes benefícios exclusivos. Incluem, por exemplo, a compra de chuveiros Lorenzetti com preços especiais e parcelamento na conta de luz. Além disso, as agências da Ampla oferecem mais de 60 produtos Brastemp e Consul com preços e condições de pagamento especiais.
Pré-pago	• disponível somente para as residências com Ampla Chip (medição eletrônica), sua adesão é voluntária. Ao migrar para o novo sistema de faturamento, o cliente tem um percentual dos créditos adquiridos para abater em suas dívidas. Os procedimentos de notificação e corte de energia por inadimplência obedecem às mesmas regras estabelecidas pela agência reguladora. Os valores em reais comprados pelos clientes no serviço Pré-pago são convertidos em kWh, utilizando-se a tarifa aferida no faturamento anterior, assim como a alíquota do ICMS.

**Coelce** viços, denominado Coelce Soluções. O pacote envolve  
 A Coelce, preocupada com o bem-estar e a segurança quatro produtos e serviços: Kit de Energia, Seguro  
 de seus clientes residenciais, criou um conjunto de ser- Super 3+1, Coelce Domiciliar, Seguro Super Garantia.

Serviços para Clientes Residenciais Coelce		
Serviços	Objetivo	Clientes em 2006
Seguro Super 3+1	• indenização por danos causados à residência do consumidor decorrentes de incêndio, queda de raio e explosão; proteção financeira com pagamento de contas de energia em casos de incapacidade temporária ou morte do titular da conta; e sorteio de prêmios mensalmente.	185.522
Seguro Super Garantia	• cobertura de vida, cesta de alimentação, pagamento de contas de energia – em caso de morte do titular –, sorteios semanais pela Loteria Federal e assistência funeral familiar para todos os dependentes.	42.849
Kit de Energia	• implementação de novo padrão de entrada de uma ligação nova, acréscimo e decréscimo de carga e mudança de medidor de local.	27.252
Coelce Domiciliar	• serviços em instalações elétricas internas.	13.783

**Clientes Corporativos**

**Ampla** com a credibilidade e a garantia da concessionária, o  
 Os clientes corporativos da Ampla contam com serviços atendimento diferenciado por executivos com formação  
 especializados voltados para seu perfil, além de contar básica em engenharia e uma Central de Relacionamen-  
 to exclusiva.

Serviços para Clientes Corporativos Ampla		
Serviços	Objetivos	
Instalações físicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>projeto, instalação e ampliação de subestações;</li> <li>manutenção de subestações: manutenção preventiva das instalações dos clientes;</li> <li>aluguel e manutenção de transformadores: permite a continuidade da atividade operacional;</li> <li>proteção contra descargas atmosféricas: fornecimento e instalação de pára-raios e seus acessórios, para proteção de equipamentos e instalações elétricas;</li> <li>iluminação pública: garante a qualidade do sistema de iluminação pública, essencial para toda a população;</li> <li>refrigeração e climatização: instalação de sistemas de refrigeração e/ou climatização mais eficientes ou a contratação de melhorias para os já existentes;</li> <li>segurança eletrônica: soluções completas em segurança, do controle do trânsito a painéis informativos, monitoramento de alarmes para condomínios e empresas.</li> </ul>	
Gestão energética	<ul style="list-style-type: none"> <li>Power Quality: serviço que identifica distúrbios elétricos que prejudicam as instalações do cliente e da concessionária;</li> <li>correção de fator de potência: possibilita a eliminação da multa por consumo e/ou demanda excedente de energia reativa;</li> <li>auditoria energética: analisa o nível de eficiência de equipamentos e identifica eventuais desperdícios, propondo medidas corretivas;</li> <li>estudo termográfico: tecnologia que permite captar imagens térmicas em tempo real, possibilitando a identificação de pontos superaquecidos – dessa forma, é possível fazer as correções necessárias, evitando falhas futuras;</li> <li>manutenção preventiva em motores elétricos: indicada para estabelecimentos que possuem grande quantidade de motores elétricos ou nos quais a paralisação de motores provoque lucros cessantes vultosos;</li> <li>memória de massa: relatório com informações relacionadas ao consumo, ativo e reativo, apuradas a cada 15 minutos.</li> </ul>	

Serviços para Clientes Corporativos Ampla		
Serviços	Objetivos	
Produtos tarifários	<ul style="list-style-type: none"> <li>demanda temporária: permite a contratação de demanda adicional durante um período de dois meses por ano, permitindo economia e adaptação à sazonalidade do negócio;</li> <li>energia adicional: energia disponibilizada no horário de ponta, permitindo maior flexibilidade em horários semanais a custos menores;</li> <li>energia mais: energia ofertada a um preço menor fora do horário de ponta, proporcionando para o cliente cerca de 40% de desconto no incremento.</li> </ul>	
Soluções para segmentos específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>sistemas de proteção pessoal e patrimonial: funcionam como inspetores de qualidade da instalação elétrica, eliminando os riscos de choques elétricos, focos de incêndio e perdas de energia, que oneram a conta de luz – indicados para clubes, creches, escolas, academias de ginástica, salões de beleza, shoppings e edifícios públicos;</li> <li>sistemas de proteção pessoal e patrimonial para estabelecimentos assistenciais de saúde: dispositivos que evitam danos aos usuários, incêndios ou explosões em ambientes confinados, com instalações de gases explosivos – indicados para hospitais, ambulatórios, clínicas médicas, odontológicas e veterinárias.</li> </ul>	
Tecnologia da informação	• oferece infra-estrutura de <i>data center</i> para empresas, que assim não precisam investir em servidores – inclui hospedagem das aplicações e sistemas, provendo segurança da informação e do acesso.	
Gestão de frota	• serviço para localizar qualquer veículo de sua frota, além de possibilitar o controle de indicadores, como tempo médio de parada, quilometragem, velocidade e área geográfica.	
Cobrança Fácil	• em 2006, foram fechadas oito novas parcerias com empresas para oferecer o serviço Cobrança Fácil. Com ele, as empresas podem arrecadar doações, mensalidades e assinaturas por meio da conta de luz. Os três primeiros parceiros foram: Associação de Pais e Amigos de Excepcionais (Apa), Legião da Boa Vontade e Braseg SAF. Os novos parceiros são: Abrigo Cristo Redentor, Creche Cidadão do Futuro, Creche Comunidade S8, Pestalozzi Maricá, Instituto AMAI-VOS, Instituto Lar de Daniel, OAF Assistência Funeral e OSAF Assistência Funeral.	

**Coelce** da companhia. Em 2006 foram atendidos 724 clientes,  
 A Coelce desenvolveu um pacote de soluções para atender às necessidades de seus grandes clientes. 119% a mais do que em 2005, perfazendo um volume  
 de vendas de R\$ 9 milhões. Os serviços oferecidos pelo  
 É o Coelce Plus. Em 2005 este pacote de serviços pas- de vendas de R\$ 9 milhões. Os serviços oferecidos pelo  
 sou a ser oferecido também para os clientes institucio- Coelce Plus são:  
 nais (prefeituras, governo do Estado, governo federal)

Serviços para Clientes Corporativos Coelce		
Serviços	Objetivos	
Eficiência energética	• diagnóstico e elaboração de projetos com vistas à redução de custos e desperdícios com energia elétrica.	
Construção de linhas e subestações	• elaboração de projeto elétrico civil e execução da construção e montagem de subestações aéreas e abrigadas, além de redes de distribuição e transmissão nas tensões de 13,8 kV e 69 kV.	
Manutenção	• manutenção preventiva e corretiva de equipamentos elétricos 24 horas.	
Correção do fator potência	• instalação de bancos capacitores que equilibram o consumo de energia elétrica.	
Instalações elétricas internas	• esse serviço proporciona aos clientes a modernização das instalações elétricas internas, por profissionais comprometidos e capacitados.	
Venda de equipamentos	• venda de equipamentos elétricos, como geradores, transformadores, chaves-fusíveis, pára-raios e máquinas de automação.	
Manutenção de geradores	• manutenção de geradores, por profissionais capacitados, contando ainda com uma linha direta para atendimento emergencial.	

## Qualidade dos Serviços

Buscando oferecer um serviço de qualidade, as empresas da Endesa Brasil procuram atender às principais necessidades de seus clientes, relacionadas com a continuidade e a qualidade do fornecimento de energia elétrica, com os níveis de tensão adequados ao funcionamento de equipamentos elétricos e com alguns outros parâmetros elétricos (frequência, harmônicos etc.), que são permanentemente analisados e gerenciados, direta e indiretamente, na operação dos sistemas da área de distribuição da Endesa Brasil.

### Atendimento

As empresas de distribuição da Endesa Brasil procuram proporcionar qualidade no atendimento ao cliente,

razão pela qual elas dispõem de vários canais de atendimento, para que seus clientes possam ser atendidos com eficácia, comodidade e rapidez, como Agências Comerciais e Pontos de Serviços, Pontos de Arrecadação, Atendimento Itinerante, Atendimento Virtual e Central de Relacionamento.

### Participação do Cliente na Gestão

A Ampla e a Coelce são comprometidas com a participação de seus clientes na melhoria contínua de sua gestão, por meio de promoções, projetos e pesquisas que envolvem aspectos técnicos e humanísticos de satisfação em diversos programas de participação.

Fóruns de Participação dos Clientes de Ampla e Coelce	
Fórum de Participação	Objetivos
<b>Ampla</b>	
Conselho de Consumidores	Formado por 20 membros, que representam todas as classes de consumidores: residencial, comercial, industrial, rural, poder público – órgãos oficiais de proteção e defesa do consumidor. A entidade é um órgão consultivo e não deliberativo e tem como objetivo tratar dos assuntos de interesse das categorias representadas.  O Conselho de Consumidores da Ampla reúne-se, de forma ordinária, bimestralmente para discutir questões coletivas relevantes, a exemplo de tarifas, assim como outras individuais que chegam por intermédio de e-mail, um canal aberto para essa finalidade a partir de solicitação do Conselho de Consumidores. Por meio desse canal, os clientes podem comunicar sua insatisfação ou suas necessidades e sugestões, que são encaminhadas à Ouvidoria Externa para contato e solução. Os conselheiros tomam imediatamente conhecimento da reclamação, pois uma cópia do e-mail é enviada para seus endereços particulares.
Ampla de Portas Abertas	O projeto visa dar maior transparência ao relacionamento da empresa com seus clientes por meio de visitas e reuniões de diversos públicos atendidos, nas dependências da Ampla, envolvendo grupos de clientes convidados, prefeitos e secretários municipais do interior do Rio de Janeiro. Nesses encontros são levantadas críticas e sugestões e apresentados os principais resultados da empresa, os novos serviços e as metas globais para os próximos anos. Nessas ocasiões, os grupos visitam a Central de Relacionamento, o Espaço do Cliente, a Central de Monitoramento das Agências e o Centro de Operação e Distribuição do Sistema Elétrico.
Você e o Presidente	Por meio de formulários colocados à disposição nas principais agências e no site da Ampla, é dada a oportunidade ao cliente de falar com a "autoridade máxima" da empresa. Esse efeito se potencializa quando o cliente recebe respostas e soluções do próprio presidente.
Defensoria do Cliente	Desde o início de 2005 a Ampla vem investindo em tornar mais transparentes seus procedimentos. Assim, decidiu investir na figura do <i>ombudsman</i> , que é um consultor externo contratado para acompanhar o cotidiano da empresa, as tomadas de decisão, novos projetos, de modo a garantir que o conjunto de atividades e a prestação de serviços atendam inteiramente à expectativa dos clientes. É um novo serviço disponibilizado ao relacionamento com o cliente e na Ampla ele tem o nome de Defensoria do Cliente. Como ocorre com todas as grandes empresas, trata-se de uma função que goza da independência necessária à isenção e à credibilidade.

Fóruns de Participação dos Clientes de Ampla e Coelce	
Fórum de Participação	Objetivos
<b>Coelce</b>	
Escreva para o Presidente	Canal de comunicação disponível em toda a rede de agências da Coelce. Permite a qualquer interessado o envio de sua mensagem para o presidente da companhia.
Ouvidoria	Canal de comunicação direto entre a Coelce e seus clientes. Atua de forma imparcial no pós-atendimento, mediando conflitos, reclamações e denúncias e atendendo às solicitações. Em 2006 a Ouvidoria realizou 13.494 atendimentos (consultas, reclamações e solicitações), sendo 72% por meio do teleatendimento gratuito (0800 2804100), 19% pelo atendimento personalizado na sede administrativa da companhia e 9% por e-mails e cartas.

### Satisfação do Cliente

As empresas de distribuição da Endesa Brasil acompanham permanentemente a satisfação de seus clientes quanto aos serviços prestados, ao atendimento, à comunicação e à informação, por meio de pesquisas realizadas por suas empresas distribuidoras. Os resultados servem de referência para a criação de produtos e serviços que atendam às expectativas demonstradas pelos consumidores. Estas pesquisas são executadas pela companhia ou por institutos independentes.

### Ampla

#### Pesquisas de Satisfação do Cliente

Trimestralmente, são realizados três tipos de pesquisa quantitativa domiciliar, com amostra representativa e estratificada por segmento do universo de clientes. As pesquisas têm o objetivo de medir a satisfação com o serviço prestado e identificar as percepções em relação ao atendimento (Central de Relacionamento, agências e execução de serviços – emergência, religação e novas ligações), para atuar em oportunidades de melhoria.

#### Índice Ampla de Satisfação do Consumidor

Indicador criado pela PUC-Rio, coordenado pela área de Inteligência de Marketing da Ampla, que utiliza a mesma metodologia do Índice Aneel de Satisfação do Consumidor (IASC). Iniciado em 2006, é realizado em três ondas anuais, com uma amostra de 5.820 entrevistas distribuídas em 14 municípios. O objetivo da pesquisa é monitorar ações implementadas e antecipar possíveis decisões.

### Pesquisa Cliente Fantasma

A Ampla, em parceria com a Gerp, realiza trimestralmente a pesquisa Cliente Fantasma na Central de Relacionamento e nas agências. Os pesquisadores avaliam a infra-estrutura do local (limpeza, organização e conforto) e os padrões de atendimento. A partir dessa avaliação, é elaborado um *ranking* dos seguintes aspectos: agência, qualidade do atendimento e índice de competência, sendo premiadas aquelas com maior percentual de aprovação.

Além das pesquisas feitas pela própria empresa, a Ampla participa de duas grandes pesquisas nacionais, realizadas anualmente pela Associação Brasileira das Distribuidoras de Energia Elétrica (Abradee) e pela Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel).

#### Pesquisa Abradee de Satisfação do Cliente Residencial

Tem como objetivo conhecer o grau de satisfação dos clientes e comparar o desempenho de todas as distribuidoras do País. A partir dos resultados, a Abradee define parâmetros para que todas as distribuidoras busquem a melhoria dos serviços. São realizadas 625 entrevistas em 21 municípios, pelo Instituto VoxPopuli. As entrevistas são pessoais e domiciliares, com questionário estruturado, e são realizadas nos meses de março e abril de cada ano. A Ampla obteve a pontuação de 63,80% no índice em 2006.

#### Pesquisa IASC

O Índice Aneel de Satisfação do Consumidor (IASC) é o resultado da pesquisa realizada anualmente pela Aneel

para avaliar o grau de satisfação dos consumidores residenciais com os serviços em todo o País. O estudo é quantitativo, pessoal e domiciliar, com amostra de 450 entrevistas em 14 municípios. As pesquisas são feitas por meio de questionário estruturado e são realizadas no mês de dezembro de cada ano. A utilização dos resultados dessa pesquisa tem como foco a busca da qualidade total dos produtos e dos serviços prestados.

### Coelce

#### Pesquisa Cliente Fantasma

Essa pesquisa visa avaliar a qualidade dos serviços prestados aos clientes em agências de atendimento, com relação a organização, apresentação pessoal, abordagem ao cliente, prontidão no atendimento, atendimento à reclamação e competência técnica. O atendimento da Coelce obteve, em 2006, resultados satisfatórios, com uma nota média de 8,6.

#### Telepesquisa de Satisfação do Cliente

Com o objetivo de avaliar a percepção dos clientes sobre o atendimento, foram realizadas 17 pesquisas em 2006, envolvendo 5.180 clientes, abordando temas como qualidade no atendimento, Central de Relacionamento, atendimento na Ouvidoria, aviso de desligamento programado, dentre outros.

#### Pesquisa Abradee de Satisfação do Cliente Residencial

Em 2006 a Coelce comemorou a evolução do Índice de Satisfação da Qualidade Percebida (ISQP), pesquisado pela Associação Brasileira das Distribuidoras de Energia Elétrica (ABRADEE). O índice evoluiu dos 79,2%, em 2005, para 83,4%. Esse resultado classificou a Coelce como a Melhor Distribuidora do Nordeste em satisfação dos clientes e na 5ª posição entre as distribuidoras do Brasil.

#### Pesquisa IASC

O acompanhamento da satisfação de seus consumidores por meio do Índice Aneel de Satisfação do Consumidor (IASC) é realizado para capturar a avaliação dos consumidores nos âmbitos de qualidade percebida, confiança, fidelidade, valor percebido e satisfação.

#### Endesa Cachoeira, Endesa Fortaleza e Endesa Cien

Uma pesquisa é realizada periodicamente nas empresas da Endesa Geração para avaliar o nível de satisfação dos clientes livres. A pesquisa foi desenvolvida pela Diretoria Comercial e pela Assessoria de Comunicação, por meio da aplicação de um questionário com perguntas fechadas. Os principais pontos abordados pela pesquisa foram os canais de comunicação, a relação com os clientes, o processo de faturamento, o fluxo de informação e a opinião dos clientes sobre a própria empresa.

#### Parcerias com Marcas e Varejistas

Em 2006 as empresas de distribuição da Endesa Brasil realizaram parcerias com marcas e varejistas para oferecer descontos ou bônus aos clientes que estão adimplentes.

De modo a estreitar relacionamentos, as empresas realizaram parcerias com grupos com alto poder de penetração no mercado. Estas parcerias possibilitam aos clientes a aquisição de produtos ou serviços com descontos. Em 2006 a Ampla promoveu benefícios para seus clientes com o facilitamento do acesso a produtos e serviços por meio de parcerias com marcas importantes, como Coca-Cola, Top Cine, a revista *Isto É*, os cursos de idiomas Ibeu e Wizard, a loja virtual Americanas.com, o Comprafácil, a Brasif, a Lorenzetti, a Brastemp e a Consul. A Coelce realizou nove parcerias, destacando-se: Odontosystem (plano odontológico) e Lojas Maia (lojas de eletrodomésticos).

## Saúde e Segurança dos Clientes

Em função do tipo de serviço prestado pelas empresas da Endesa Geração Brasil, não existem riscos à saúde e à segurança de seus clientes. Ainda assim, ressalta-se que a empresa prima pela qualidade do aperfeiçoamento de seus colaboradores, bem como pela manutenção permanente das instalações de transmissão da energia convertida.

As empresas distribuidoras, buscando garantir a segurança no uso da energia elétrica por seus consumidores, além de prestar serviços dentro dos padrões e normas técnicas adequados, têm uma política de comunicação que visa informar continuamente e de forma proativa acerca do uso seguro da energia. As empresas se utilizam da mídia (rádio, jornal e televisão), da conta de energia, material disponível em agências de atendimento e meios alternativos para massificar a divulgação, tais como cartazes em pequenos comércios, escolas e condomínios.

Visando assegurar boas condições de saúde e segurança à comunidade da área de concessão, as empresas, além de desenvolver uma gestão preventiva, indenizam a comunidade pelos prejuízos decorridos de acidentes, tais como invalidez, morte, degradação de instalações, incêndios e danos ambientais, a partir de decisões judiciais.

Além dessas ações, as empresas atuam de forma proativa, por meio dos projetos de informação e educação.

A Ampla, com o projeto Energia Positiva, se propôs a levar informações à população, assumindo o compromisso de sensibilizá-la para a adoção de atitudes seguras a todo momento, evitando assim, principalmente, acidentes por contato com a rede elétrica. Em tal programa foram utilizados como meios de comunicação as contas de luz, folhetos distribuídos pelas equipes técni-

cas, *outdoors*, *spots* de rádio, mobilizações urbanas e *bikedoors*. Entre os temas da campanha destacaram-se os cuidados em obras e construções próximas à rede elétrica e ao soltar pipas, assim como com a tentativa de furto de energia.

O projeto foi difundido também em palestras, oficinas para formar multiplicadores nas comunidades e ações específicas em escolas, eventos e apresentações realizadas em parceria com a Associação Brasileira de Conscientização sobre os Perigos da Eletricidade (ABRACOPEL).

Para garantir a segurança dos clientes, além das campanhas de conscientização, a Ampla utiliza uma metodologia que se apóia, principalmente, em métodos e ferramentas estabelecidos nos mais diversos manuais, normas técnicas, padrões e instruções de operação, para assegurar que os produtos novos e/ou modificados sejam lançados isentos de não-conformidade e no prazo adequado. Para tal, possui um Padrão de Estruturas de Linhas e Redes, que estabelece os critérios básicos para a montagem de estruturas de linhas e redes de baixa, média e alta tensão, de forma a assegurar boas condições técnico-econômicas das instalações e a qualidade da prestação do serviço de fornecimento de energia elétrica.

A Coelce atua direcionando à população os projetos Coelce nas Escolas, Escola Coelce Caminhos Eficientes e Coelce nos Bairros, que visam educar a população para o uso seguro e eficiente da energia elétrica.

A regularização de redes elétricas que atendem às comunidades de baixa renda, onde existiam maior vulnerabilidade para o furto de energia e acidentes com a população, também auxilia na redução dessas ocorrências. Foram investidos, em 2006, R\$ 14 milhões em projetos de redes antifurto (rede DAT).



## Investimentos em Infra-Estrutura

Mantendo o desafio de melhorar, continuamente, a qualidade do serviço e a confiabilidade do sistema, as empresas de geração e distribuição da Endesa Brasil realizaram, em 2006, investimentos em projetos de ampliação e reforço do sistema elétrico, controle de perdas, sistemas de informação e atendimento ao cliente.

Esses investimentos em infra-estrutura procuram atingir dois importantes objetivos: promover melhorias nas unidades para tornar a operação mais eficiente e segura e garantir avanços nas áreas de meio ambiente, pesquisa e desenvolvimento (P&D).

O sistema elétrico da área de distribuição da Endesa Brasil também apresentou investimentos em infra-estrutura durante 2006.

A Ampla investiu, em 2006, R\$ 333 milhões em obras ligadas a manutenção e expansão de sua infra-estrutura operacional, como reformas de ligações elétricas, redes e criação de subestações. Parte desse investimento esteve direcionado à manutenção da infra-estrutura comercial da empresa, em obras físicas, como, por exemplo, reforma em agências comerciais.

A Coelce operou com 93 subestações, refletindo um aumento de três subestações de energia em relação a 2005. A capacidade instalada das subestações é de 2.066 MVA, uma média de 22 MVA por subestação. A rede de distribuição da companhia passou de 90.587 km, em 2005, para 92.141 km, em 2006, um aumento de 1,7%. A Coelce investiu R\$ 343 milhões em obras de expansão, reformas e manutenção de seu sistema, em controle de perdas, sistemas de informação e atendimento ao cliente, garantindo a eficiência da rede, a elevação dos níveis de confiabilidade e a ampliação da capacidade de atendimento. Esse montante significou uma elevação de 37% em relação aos R\$ 251 milhões aplicados em 2005.

Na área de P&D, teve início o primeiro ciclo de projetos na Endesa Fortaleza em 2006, com investimento de R\$ 1,7 milhão.

## Processos Administrativos e Judiciais

Em seu relacionamento com os clientes, existem situações em que as empresas de distribuição estão sujeitas a processos administrativos e judiciais.

A Ampla encerrou 2006 com mais de 33.500 causas, o que significou para a companhia o desembolso de, aproximadamente, R\$ 37 milhões. Desse montante, 83% refere-se a processos que tiveram ingresso até 2005, decorrentes de situações ocorridas no passado.

Em 2006 a Coelce apresentou 3.686 processos administrativos. Os 7.053 processos cíveis sobre a empresa se concentraram em causas cujo valor não ultrapassa 20 salários mínimos; destes, 1.607 foram baixados e 353 acordados.

As empresas da Endesa Geração Brasil encerraram 2006 com um total de 508 processos em todas as instâncias. A Endesa Cachoeira sofreu 18 processos – 11 trabalhistas, 2 cíveis e 5 tributários. A Endesa Fortaleza respondeu a 20 processos – 13 trabalhistas, 2 cíveis e 5 tributários. E a Endesa Cien encerrou o ano com 470 processos, dos quais 430 referentes a Ações Declaratórias Anulatórias de Negócio Jurídico, que dizem respeito às servidões (Linhas I e II), 4 de caráter tributário, 31 cíveis e 5 trabalhistas.

Quanto à existência de processos que questionem assuntos relacionados aos direitos humanos, as empresas da Endesa Brasil não sofreram nenhuma ação nesta instância.

### Ouvidoria

A Ampla e a Coelce acrescentaram a seus canais de comunicação a Ouvidoria, para aprimorar seu relaciona-

mento com os clientes. A Ouvidoria funciona como um canal de comunicação direto entre as empresas e os consumidores. Atua de forma imparcial no pós-atendimento, mediando conflitos, reclamações e denúncias e atendendo às solicitações.

Na Ampla, a Ouvidoria desempenha o papel de mediadora de possíveis conflitos com o cliente e procura personalizar o atendimento. Atua por meio de contato pessoal, telefônico, mensagem eletrônica ou correspondência, apresentando soluções às reclamações e denúncias, e também representa a empresa perante os órgãos de regulação e de defesa do consumidor.

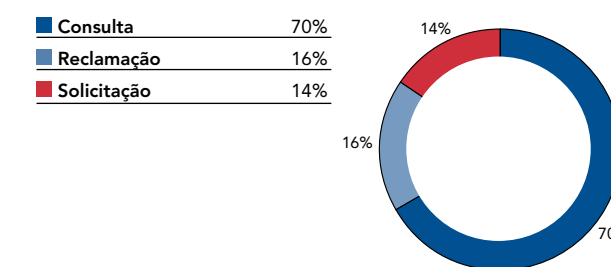
Em 2006, a Ouvidoria consolidou um relacionamento estreito e agregador, apresentando rápidas soluções aos contatos dos órgãos de defesa do consumidor. Reduziu, dessa forma, a expectativa do ingresso de investigações preliminares dos Procons, garantindo a efetiva resolução do atendimento e minimizando o número de ações impetradas nos Juizados Especiais Cíveis.

Canal de entrada	2005	2006
Aneel <sup>1</sup>	5.525	5.741
Procon <sup>1</sup>	905	624
Codecon <sup>1</sup>	257	355
Pré-Atendimento da Ouvidoria <sup>2</sup>	6.500	4.239
<b>Total</b>	<b>13.187</b>	<b>10.959</b>

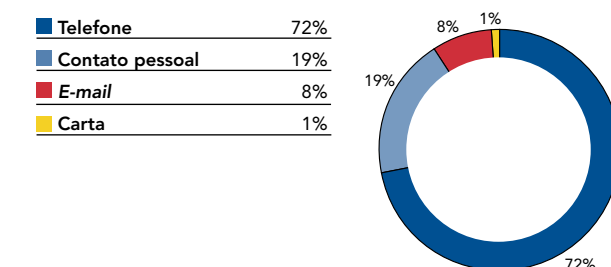
<sup>1</sup> Demanda de solicitações e notificações registradas na empresa.  
<sup>2</sup> Representa a demanda de ações preventivas no que se refere ao atendimento a clientes e órgãos de regulação e defesa do consumidor, evitando-se o ingresso das solicitações e notificações oriundas dos referidos órgãos.

Em 2006 a Ouvidoria da Coelce realizou 13.494 atendimentos (consultas, reclamações e solicitações), sendo 72% por meio do teleatendimento gratuito (0800 2804100), 19% pelo atendimento personalizado na sede administrativa da companhia e 9% por e-mails e cartas. Foram gerados na Ouvidoria 2.403 processos, dos quais 1.923 foram julgados procedentes e 480 improcedentes. Do total de processos gerados, apenas 14% recorreram à Agência Reguladora de Serviços Públicos Delegados do Estado do Ceará (ARCE).

OUVIDORIA – DEMANDAS DE CLIENTES – COELCE 2006



OUVIDORIA – ATENDIMENTO POR CANAL – COELCE 2006



### Indenização por Ocorrências Elétricas

A Ampla e a Coelce realizam ressarcimentos de danos elétricos em equipamentos instalados em unidades consumidoras causados por perturbação ocorrida no sistema elétrico de clientes, seguindo a Resolução nº 61, de 29 de abril de 2004, publicada pela Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel). Para ter direito, basta que o titular da conta de energia entre em contato com a empresa pelos diferentes canais de comunicação e peça o ressarcimento. O cliente tem o prazo de 90 dias corridos, a contar da data do dano elétrico no equipamento, para solicitar o ressarcimento, devendo fornecer algumas informações solicitadas pela empresa.

Em 2006 a Ampla recebeu 12.682 solicitações para indenização, das quais 31% foram deferidas, totalizando um montante pago de R\$ 1.483.042,78. Os principais motivos para o não-deferimento pela análise comercial foram: fraude, inspeção do equipamento, documentação incompleta e inclusão de peças mecânicas no orçamento.

A Coelce conta com uma equipe de 84 lojas de assistência técnica especializadas e credenciadas para atendimento de indenização de bens por ocorrências elétricas, em todo o Estado do Ceará. A empresa recebeu, em 2006, uma média de 473 solicitações de ressarcimento por mês, totalizando 5.547 solicitações em toda a sua área de concessão, sendo cerca de 61% dos processos deferidos e ressarcidos.

As empresas têm até 20 dias corridos para responder ao cliente sobre seu pedido de ressarcimento. Caso a análise realizada pela área técnica constata que houve perturbação passível de danos em equipamentos, a área comercial entra em contato com o cliente, encaminhando-o à loja credenciada. Nos locais em que não existe uma loja credenciada é solicitada documentação (orçamento discriminado, laudo técnico do defeito no equipamento e a nota fiscal deste – em caso de perda total –, além de uma cópia do CPF e do RG). Caso não seja constatada a perturbação, automaticamente é emitida uma carta para o cliente informando-o sobre o indeferimento.

#### Negociação de Dívida

A Ampla e a Coelce oferecem a seus clientes inadimplentes a alternativa de parcelamento de suas dívidas, estipulando condições bem mais favoráveis que as praticadas no mercado financeiro, em relação a taxas e prazos de parcelamento. A negociação de dívida pode ser feita em qualquer local de atendimento.

#### Privacidade

As empresas da Endesa Brasil garantem a privacidade das informações a ela confiadas por clientes por meio de cláusulas contratuais, assegurando a manutenção da confidencialidade necessária. As empresas consideram que as informações de seus clientes são sigilosas e se comprometem a não discutir perante terceiros, usar, divulgar, reproduzir ou dispor delas, condição igualmente seguida por seus colaboradores, tanto interna como externamente. Tais posturas e condutas estão detalhadas no Código de Ética das empresas da Endesa Geração Brasil, publicado em 2006.

Nas empresas de distribuição, as informações fornecidas pelos clientes são utilizadas somente para o propósito concordado e apenas pessoas autorizadas têm acesso a elas. Também são utilizados métodos para assegurar que as informações sejam mantidas com cuidado e os clientes têm sempre acesso a suas informações pessoais, para corrigi-las ou alterá-las.

Além disso, na Central de Relacionamento somente o titular da conta tem acesso a suas informações pessoais, sendo ele o único autorizado a modificá-las, por meio dos atendentes da empresa. Durante o ano não foram registradas reclamações referentes à violação de privacidade ou perda de dados dos clientes.

Cabe ressaltar que em 2006 não foi detectado nenhum problema decorrente de acesso ou divulgação indevida de informações, nem de rompimento da privacidade dos clientes em nenhuma empresa da Endesa Brasil.

Para o caso de reclamações sobre esse tipo de ocorrência, a Endesa Brasil disponibiliza um canal de diálogo aberto a todas as partes interessadas: o Canal Ético, disponível em [www.endesabrasil.com.br](http://www.endesabrasil.com.br). Buscando ainda a transparência dos processos de denúncia, a Endesa Brasil conta com um órgão externo – a Ethicspoint – encarregado de gerenciar possíveis reclamações às partes competentes.

## NOSSOS ACIONISTAS – COMPROMISSO COM A CRIAÇÃO DE VALOR E A RENTABILIDADE

As empresas da Endesa Brasil têm como objetivo remunerar adequadamente seus acionistas, buscando de maneira eficaz e competitiva a otimização de seus recursos, de forma ética, transparente e sustentável.

O compromisso das empresas da Endesa Brasil em assegurar a criação de valor contribui para o desenvolvimento econômico e social do País, pois permite distribuir o valor agregado, impulsionando outros setores da economia, ao passo que as empresas crescem, além de contribuir com os recursos relativos ao governo. Buscando manter elevados seus índices de valorização, as empresas realizam investimentos que se alinham com as perspectivas de crescimento dos mercados onde operam, mantendo sua competitividade.

A criação de valor pelas empresas da Endesa Brasil se dá de forma direta e indireta para todas as suas partes interessadas. Ao realizar suas atividades, as empresas do grupo agregam valor aos bens – materiais ou serviços – que adquirem, e distribuem este valor criado de formas diferentes, de acordo com cada grupo associado a seu funcionamento: fornecedores, clientes, colaboradores, governo, acionistas, comunidade e financiadores.

### Resultados Gerais de 2006 das Empresas da Endesa Brasil

A criação de valor é fundamental a qualquer empresa: o valor adicionado “evidencia, de forma concisa, os dados e as informações do valor da riqueza gerada pela entidade em determinado período”<sup>1</sup>. A partir dele é possível demonstrar como esta riqueza é distribuída entre as diferentes partes, construindo um quadro qualitativo da distribuição de renda promovida pela empresa.

O valor adicionado constitui-se da receita de venda deduzida dos custos dos recursos adquiridos de terceiros. É, portanto, quanto a entidade contribuiu para a formação do Produto Interno Bruto (PIB) do País<sup>2</sup>.

Destacamos que o valor adicionado a ser distribuído em 2006, no total das empresas da Endesa Brasil, foi 5,6% superior ao de 2005. O que comprova o compromisso com a criação de valor e ratifica a gestão implementada pela empresa.

<sup>1</sup> Resolução do Conselho Federal de Contabilidade (CFC) nº 1.010, de 21.01.2005. In <http://www.portaldecontabilidade.com.br/nbc/res1010.htm>. Acesso em 12/03/07.

<sup>2</sup> <http://www.ccsa.ufpb.br/~nca/dva.html>. Acesso em 12/03/07.

As tabelas a seguir demonstram o valor adicionado pelas empresas de distribuição e da Endesa Geração Brasil no último ano:

Valor Adicionado Distribuído pelas Empresas de Distribuição da Endesa Brasil em 2006 (R\$ milhões)				
	Distribuição		Coelce	%
	Ampla	%		
Governo	1.362,4	67	890,60	64,6
Pessoal	101,9	7	75,60	5,5
Acionistas	54,94	3	283,30	20,6
Financiadores	370	18	112,50	8,2
Lucro retido	136,1	5	14,90	1,1
DVA	2.025,34	100	1.376,90	100

Valor Adicionado Distribuído Total pelas Empresas de Distribuição da Endesa Brasil em 2006 (R\$ milhões)		
Governo	2.252,9	66,3%
Pessoal	177,4	5,2%
Acionistas	338,2	9,9%
Financiadores	482,6	14,2%
Lucro retido	151,1	4,4%
DVA	3.402,2	100,0%

Valor Adicionado Distribuído pelas Empresas da Endesa Geração Brasil em 2006 (R\$ milhões)						
	Geração Brasil					
	Cachoeira	%	Fortaleza	%	Cien	%
Governo	59,7	24	263,6	51,5	-26,1	-15,9
Pessoal	8,2	3,3	6,6	1,3	13,8	8,4
Acionistas	167,1	67,2	167,9	32,8	-127,1	-77,3
Lucro retido	0	0	8,7	12,7	0	0
Terceiros	13,6	5,5	65,1	1,7	303,7	184,8
DVA	248,6	100	511,9	100	164,3	100

Valor Adicionado Distribuído Total pelas Empresas da Endesa Geração Brasil em 2006 (R\$ milhões)		
Governo	297,2	30,5%
Pessoal	28,6	2,9%
Acionistas	257,7	26,5%
Lucro retido	8,7	0,9%
Terceiros	382,4	39,2%
DVA	974,6	100,0%

## Criação de Valor e Rentabilidade para Acionistas das Empresas da Endesa Brasil

As empresas da Endesa Brasil têm seus acionistas como principais interessados na geração de valor e rentabilidade, pois eles são remunerados com a distribuição de dividendos e juros sobre o capital próprio, além do alcance de resultados que garantam um comportamento satisfatório no valor de mercado das ações.

A Ampla apresentou em 2006 um lucro líquido de R\$ 191 milhões, o que representa um acréscimo de 51% em relação ao resultado obtido em 2005, quando foi registrado um lucro de R\$ 126,16 milhões.

A Coelce apresentou um lucro líquido de R\$ 298,26 milhões, o que significa um crescimento de 58% em relação ao resultado obtido em 2005, quando o lucro foi de R\$ 189,12 milhões.

A Endesa Cachoeira apresentou em 2006 um lucro líquido de R\$ 200,56 milhões, o que representa um acréscimo de 41% em relação ao resultado obtido em 2005, de R\$ 142,40 milhões.

A Endesa Fortaleza alcançou um lucro líquido de R\$ 414,12 milhões em 2006, com um aumento de 236% em relação ao resultado obtido em 2005, quando apresentou um lucro de R\$ 123,18 milhões.

A Endesa Cien apresentou em 2006 um decréscimo de R\$ 72,02 milhões em relação ao resultado obtido em 2005, quando registrou um lucro de R\$ 29 milhões. Essa variação está vinculada principalmente à reestruturação dos negócios da empresa.

## Criação de Valor para Fornecedores e Terceirizados das Empresas da Endesa Brasil

Os fornecedores e contratistas são considerados parceiros das empresas da Endesa Brasil e fundamentais em sua atividade, recebendo um valor direto pelos bens e serviços que oferecem e contribuindo em troca com valor agregado para a companhia na forma de bens e serviços. Por isso para a Endesa Brasil a relação com eles deve ser baseada no benefício mútuo. Dessa forma, estabelece em seus contratos os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados em sua gestão. O valor total pago aos fornecedores em 2006 pelas empresas da Endesa Brasil foi de R\$ 2,28 milhões.

Valor Distribuído aos Fornecedores e Terceiros em 2006 (R\$ milhões)	
Ampla	550,0
Coelce	1.347,5
Endesa Cachoeira	35,5
Endesa Fortaleza	135,0
Endesa Cien	501,3
Total	2.569,8

Entre os fornecedores de serviços, a Ampla conta com 390 empresas, que totalizaram contratos de R\$ 400 milhões em 2006. Para o fornecimento de materiais foram contratadas 307 empresas, totalizando aquisições de produtos no valor de R\$ 150 milhões em 2006.

A Coelce adquiriu materiais e serviços de terceiros, em 2006, no valor de R\$ 927,5 milhões. Tal valor se refere à aquisição de energia elétrica e de materiais e serviços, além de encargos sobre o uso da rede elétrica. Desse total, 77% se refere à aquisição de energia elétrica. Foram gastos, no mesmo período, R\$ 420 milhões em bens imobilizados, que em sua maioria são relativos às máquinas e equipamentos utilizados na rede elétrica.

A Endesa Cachoeira contou, em 2006, com uma distribuição de valor para terceiros de R\$ 35,5 milhões, a Endesa Fortaleza de R\$ 135,0 mil e a Endesa Cien de 501,3 milhões pagos aos fornecedores.

## Criação de Valor para Colaboradores das Empresas da Endesa Brasil

As empresas da Endesa Brasil praticam uma política de remuneração que garante a seus colaboradores níveis de renda compatíveis com as médias do mercado. Os vencimentos de suas empresas sempre superam o patamar salarial proposto pelo governo. Em 2006, os colaboradores receberam um total de R\$ 206 milhões sob a forma de remunerações, encargos sociais, previdência privada, auxílio-alimentação, convênio assistencial, participação nos resultados, entre outros.

Valor Distribuído aos Colaboradores em 2006 (R\$ milhões)	
Ampla	101,8
Coelce	75,6
Endesa Cachoeira	8,2
Endesa Fortaleza	6,6
Endesa Cien	13,8
<b>Total</b>	<b>206</b>

As empresas da Endesa Brasil oferecem, ainda, benefícios na forma de treinamento e aperfeiçoamento profissional permanente, visando à excelência de seus serviços e à garantia da qualidade dos serviços prestados por seus colaboradores.

## Provedores de Capital das Empresas da Endesa Brasil

A Política de Gestão de Recursos Financeiros das empresas da Endesa Brasil prioriza a alocação eficiente dos recursos financeiros disponíveis em caixa, administrando-os com vista à equalização da relação entre risco e retorno.

## Criação de Valor das Empresas da Endesa Brasil para o Governo

Em 2006, o pagamento de impostos, taxas e contribuições estabelecidos na legislação brasileira pelas empresas da Endesa Brasil apresentou o resultado final – ou seja, o regime de competências – de R\$ 2.626,7 milhões, com INSS, Contribuição Social, Imposto de Renda Recolhido, PIS e COFINS, ICMS e outros.

Valor Distribuído ao Governo em 2006 (R\$ milhões)	
Ampla	1.362,3
Coelce	890,6
Endesa Cachoeira	59,7
Endesa Fortaleza	263,7
Endesa Cien	26,0
<b>Total</b>	<b>2.602,3</b>

## Resultados Econômico-Financeiros da Endesa Brasil

Dados Econômico-Financeiros Consolidados (R\$ mil)	2005*	2006
Receita Operacional Bruta	1.677.422	6.261.611
Receita Operacional Líquida (ROL)	1.239.731	4.440.281
EBITDA <sup>1</sup>	392.024	1.403.746
Resultado do Serviço	306.953	1.082.974
Resultado Financeiro	136.140	210.313
Lucro Líquido (LL)	15.667	376.044
Ativo Total (AT)	12.933.428	12.266.930
Dívida Bruta <sup>2</sup>	2.706.954	2.599.790
Dívida Líquida <sup>3</sup>	1.789.541	1.776.205
Patrimônio Líquido (PL)	3.826.350	4.047.505
<b>Indicadores de Rentabilidade</b>		
Retorno sobre Investimento (LL/AT)	0,12%	3,07%
Rentabilidade sobre Patrimônio Líquido (LL/PL)	0,41%	9,29%
<b>Indicadores Econômico-Financeiros</b>		
Margem EBITDA % (EBITDA/ROL)	31,62%	31,61%
Margem Bruta % (Resultado do Serviço/ROL)	24,76%	24,39%
Margem Líquida % (Lucro Líquido/ROL)	1,26%	8,47%
Cobertura de Juros (EBITDA/Resultado Financeiro – em vezes)	-2,9	-6,7
Dívida Líquida/EBITDA	5	1
<b>Ações</b>		
Valor Patrimonial da Ação (R\$)	23,014	23,687

<sup>1</sup> Lucro Líquido  
Mais:  
Resultado Financeiro Líquido  
Imposto de Renda e Contribuição Social  
Depreciação e Amortização  
Resultado não-operacional líquido  
Participação minoritária

<sup>2</sup> Empréstimos, financiamentos, encargo das dívidas e Swaps

<sup>3</sup> Endividamento deduzido das aplicações financeiras e saldo de caixa

\* Representa o resultado das operações consolidadas da companhia para o período de três meses, findo em 31 de dezembro de 2005, uma vez que a Endesa Brasil apenas adquiriu as participações acionárias de suas controladas em outubro de 2005.

## Valor Intangível da Endesa Brasil e de Suas Empresas

Os ativos intangíveis de uma empresa têm cada vez mais importância para o mercado, pois a capacidade de geração de riqueza não está somente relacionada à eficiência na gestão dos ativos materiais. Hoje, a criação e a manutenção de vantagens competitivas também dependem do investimento e da gestão dos ativos intangíveis, que na Endesa Brasil estão relacionados, sobretudo, às seguintes áreas:

### Capital Humano

É o conjunto de atitudes, capacidades e competências de seus funcionários, especialmente na aplicação dos seis valores da empresa. As empresas da Endesa Brasil possuem uma série de especialistas que trabalham para a melhoria contínua do clima laboral, investem na capacitação de seus funcionários e desenvolvem ações que visam à retenção de talentos, incentivando-os a permanecer na empresa por meio de uma série de reconhecimentos.

### Capital Tecnológico

É a capacidade de inovar e melhorar, sobretudo a partir da utilização de novas tecnologias, que devem responder aos múltiplos desafios dos negócios. Alguns exemplos de investimento: Tecnologia da Informação (TI), em parceria com a Synapsis; Centro de Operações do Sistema (COS); uso de Global Position System (GPS) para a localização de veículos; e, principalmente, as tecnologias de ponta desenvolvidas para dar suporte a cada uma das empresas da Endesa Brasil.

### Capital Organizacional

Inclui a estrutura, a aprendizagem, os processos e os sistemas da organização que fazem a gestão do conhecimento. As empresas da Endesa Brasil desenvolveram processos que estimulam a aprendizagem e a difusão do conhecimento na empresa por intermédio dos diferentes programas de desenvolvimento profissional.

### Capital de Negócio e Capital Social

Dizem respeito à cultura relacional da empresa, ou seja, sua capacidade de se comunicar com todas as partes interessadas. A Endesa Brasil e suas empresas colocam à disposição uma série de canais de comunicação permanentes, além de incentivar o diálogo direto com todos os seus públicos, por meio de diversas iniciativas, que incluem: a negociação sindical, os contatos com as autoridades e as organizações sociais das comunidades, a participação em fóruns, conferências, debates, encontros e reflexões.

### Capital Reputacional

Está relacionado ao valor que a sociedade dá à empresa, sobretudo no que tange a sua marca. As empresas da Endesa Brasil passaram por profundas transformações após a reorganização societária e a criação da holding controladora das empresas no Brasil, ocorrida em 2005. As principais transformações compreenderam uma nova forma de gestão, permitindo que a marca ENDESA ganhasse um novo valor no mercado brasileiro, em decorrência da nova percepção que a sociedade começou a ter da empresa, principalmente em função da implantação de uma estrutura de gestão que possibilitasse às empresas da Endesa no Brasil o cumprimento dos sete compromissos da marca.

## NOSSA GENTE – COMPROMISSO COM A SAÚDE, A SEGURANÇA E O DESENVOLVIMENTO PESSOAL E PROFISSIONAL DOS COLABORADORES

Os colaboradores das empresas da Endesa Brasil têm como premissa a busca pelo desenvolvimento e o êxito da companhia. Em contrapartida, a organização busca considerar os anseios de seus colaboradores e criar condições adequadas e seguras de trabalho, oferecendo oportunidade de ascensão profissional sem qualquer tipo de discriminação e garantindo benefícios a todos.

Investir nos colaboradores é uma condição prioritária para que as empresas da Endesa Brasil possam superar os inúmeros desafios que seus negócios e o mercado apresentam. Por isso, as empresas desenvolvem uma série de políticas para reconhecê-los, beneficiá-los e estimulá-los a crescer profissional e pessoalmente e estão em sintonia com as mais modernas práticas de gestão de pessoas, direcionando seus esforços para programas com alto impacto na cultura organizacional.

A Endesa Cachoeira, a Endesa Fortaleza e a Endesa Cien promovem programas corporativos para os colaboradores. Dentre esses programas, destacamos a disseminação dos valores e princípios da empresa, o incentivo a uma cultura de inovação, a avaliação 360° e a adoção de programas de relacionamento social interno e externo. Além de promover políticas de capacitação profissional com o objetivo de melhorar a qualificação de todos os colaboradores, independentemente de sua raça, gênero, idade, religião ou orientação sexual.

Além disso, todas as empresas da Endesa Brasil estão comprometidas com a legislação brasileira, em todas as suas instâncias, e com as declarações e princípios das Nações Unidas pelos direitos humanos e da Organização Internacional do Trabalho, em suas políticas trabalhistas, não admitindo qualquer prática de trabalho compulsório ou emprego de mão-de-obra infantil, assim como o exercício de funções que coloquem em risco a saúde e a segurança dos colaboradores.

As empresas da Endesa Brasil se comprometem, ainda, a zelar pela igualdade de oportunidades entre seus colaboradores, para que desenvolvam seu talento e sua carreira profissional, respeitando a diversidade – em particular as relativas a raça, gênero, tendência política ou crença religiosa – e valorizando competências individuais.

### Política de Gestão de Pessoas das Empresas da Endesa Brasil

Remuneração e Benefícios Praticados no Mercado – prática de remuneração nos melhores níveis do mercado onde atua.

Compromisso com as Gerações Futuras – programas de aprendizagem para jovens nas categorias de aprendiz, nível médio e política explícita de proibição ao trabalho infantil.

Diversidade – posição de respeito à diversidade no relacionamento com todas as suas partes interessadas.

Desenvolvimento Profissional – investimento em capacitação e orientação profissional para seus empregados.

Buscando um relacionamento ético e transparente com seus colaboradores, as empresas da Endesa Brasil facilitam a participação de seus empregados em entida-

des sindicais, o que conforma uma boa relação entre as empresas e o sindicato local, que intermedia todas as negociações coletivas ou individuais.

Além disso, as empresas da Endesa Brasil incentivam o envolvimento de seus colaboradores na gestão, disponibilizando informações e capacitando-os para que possam compreendê-las e analisá-las, oferecendo dados econômico-financeiros por meio dos canais de comunicação e apresentações presenciais.

É importante destacar também que as empresas da Endesa Brasil possuem programas para estimular a participação de seus colaboradores na gestão, incentivando que proponham sugestões inovadoras e soluções organizacionais para a melhoria de processos internos da empresa.

O envolvimento de empregados também ocorre pela integração em comissões de trabalhadores, como as Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (CIPAs), que têm seus membros eleitos entre e pelos próprios colaboradores, sem interferência das empresas.

Evolução do Número de Colaboradores das Empresas da Endesa Brasil			
	2005	2006	% de Aumento
Empregados	2.836	2.916	2,82%
Terceirizados	12.043	13.572	12,70%
Estagiários	286	337	17,80%
Aprendizes	-	8	-
Total de colaboradores	15.165	16.833	10,99%

#### Perfil das Empresas de Distribuição da Endesa Brasil

A Ampla encerrou dezembro de 2006 com 8.463 colaboradores – 1.413 empregados, 116 estagiários e 6.934 terceirizados –, que trabalham em 11 localidades diferentes.

A Coelce encerrou 2006 com um total de 1.313 empregados, 8 menores aprendizes, 6.376 terceirizados e 193 estagiários, totalizando 7.890 colaboradores.

#### Perfil da Endesa Geração Brasil

A Endesa Cachoeira encerrou 2006 com um total de 166 colaboradores, sendo 57 empregados, 105 terceirizados e 4 estagiários.

## Os Colaboradores das Empresas da Endesa Brasil

### Perfil Geral

As empresas de geração, comercialização e distribuição da Endesa Brasil encerraram 2006 com um total de 16.833 colaboradores, sendo 2.916 empregados, 13.572 terceirizados e 337 estagiários.

A Endesa Brasil apresenta uma porcentagem de trabalhadores terceirizados em relação ao total de seus colaboradores de 80,64%. As empresas geradoras apresentam uma porcentagem de 54,58% de colaboradores terceirizados com relação ao total da mão-de-obra, enquanto que as distribuidoras apresentam 81,39%. A porcentagem de trabalhadores empregados pelas empresas da Endesa Brasil é de 17,32%, contando ainda com 2% de colaboradores estagiários e 0,04% de aprendizes.

A Endesa Cien encerrou 2006 com 193 colaboradores, sendo 79 empregados, 93 terceirizados e 21 estagiários.

A Endesa Fortaleza encerrou 2006 com 54 empregados, 64 terceirizados e 3 estagiários, totalizando 121 colaboradores.

### Regime de Trabalho dos Empregados

Os empregados das empresas da área de geração da Endesa Brasil trabalham em regime integral de 220 horas. Os empregados das empresas de distribuição do grupo podem trabalhar em regime integral ou parcial, sendo que, em 2006, na Ampla 94,5% dos empregados trabalharam em tempo integral (210 a 220 horas) e 5,5%

em tempo parcial (de 120 a 180 horas), e, na Coelce, 92% dos empregados trabalharam em tempo integral (220 horas) e 8% em tempo parcial de 180 horas.

Todos os empregados das empresas possuem contratos assinados por tempo indeterminado, não existindo contratos de prazos determinados.

## Diversidade

As empresas da Endesa Brasil acreditam profundamente no potencial da diversidade em agregar valor, mantendo, por isso, um quadro de empregados de diversas

faixas etárias, valorizando as idéias jovens de uns e a experiência e o conhecimento profissional de outros, e uma distribuição diversificada de profissionais de distintos gêneros e raças.

Além disso, elas cumprem a legislação antidiscriminação racial do País, comprometendo-se a aplicar a política da companhia ENDESA, que tem por fim promover, por métodos adequados às circunstâncias e aos usos locais, a igualdade de oportunidades e de tratamento em relação a emprego e profissão, com o objetivo de eliminar toda discriminação nesse âmbito.

### Perfil dos Empregados por Raça

Nas empresas da Endesa Brasil verifica-se a seguinte distribuição dos empregados em função da raça:

	Perfil dos Empregados por Raça									
	Ampla	%	Coelce	%	Cien	%	Fortaleza	%	Cachoeira	%
Negros	291	20,60	372	28,00	1	1,30	3	5,60	4	7,02
Branco	1.122	79,40	941	72,00	78	98,70	51	94,40	53	92,98

### Perfil dos Empregados por Gênero

Nas empresas da Endesa Brasil verifica-se a seguinte distribuição de empregados em função do gênero:

	Perfil dos Empregados por Gênero									
	Ampla	%	Coelce	%	Cien	%	Fortaleza	%	Cachoeira	%
Homens	1.078	76,30	1.036	79,00	56	72	46	85	52	91
Mulheres	335	23,70	277	21,00	23	28	8	15	5	9

### Perfil por Idade

Nas empresas da Endesa Brasil verifica-se a seguinte distribuição de empregados em função da idade:

	Perfil dos Empregados por Idade									
	Ampla	%	Coelce	%	Cien	%	Fortaleza	%	Cachoeira	%
Até 45 anos	1.142	80,80	808	62,00	61	77	46	85	35	62
Mais de 45 anos	271	19,20	505	38,00	18	23	8	15	22	38

### Portadores de Necessidades Especiais

Nas empresas da Endesa Brasil verifica-se a seguinte distribuição de empregados portadores de necessidades especiais:

Perfil dos Empregados com Necessidades Especiais									
Ampla	%	Coelce	%	Cien	%	Fortaleza	%	Cachoeira	%
28	2	48	3,65	1	1,3*	0	0	1	1,8*

\* A Endesa Fortaleza e a Endesa Cien possuem, apesar da legislação em vigor, portadores de necessidades especiais em seu quadro de pessoal.

As empresas da Endesa Geração Brasil não estão obrigadas legalmente a cumprir a Lei de Cotas para pessoas com deficiência (Lei nº 8.213/91), pois esta legislação é aplicável às empresas com mais de 100 empregados.

As empresas de distribuição da Endesa Brasil vêm-se preparando para ampliar o número de contratações por meio de novas políticas de seleção e recrutamento.

### Benefícios

As empresas da Endesa Brasil possuem políticas de remuneração e benefícios que valorizam competências e os potenciais apresentados, estimulando seus empregados, por meio da remuneração e do investimento em seu desenvolvimento profissional. As informações apresentadas na distribuição de valor adicionado distribuído

ao público interno corroboram esta afirmação. Todos os empregados têm acesso a uma série de benefícios que visam melhorar sua qualidade de vida, proporcionando-lhes maior bem-estar e, por conseguinte, elevação dos níveis de produtividade nas empresas. Tais benefícios são oferecidos para os empregados (homens e mulheres) indiscriminadamente, abrangendo todos os níveis hierárquicos.

Benefício	Descrição	Empresas que Possuem
Plano de previdência privada	Plano de previdência na modalidade Plano de Contribuição Definida, com reservas constituídas pela contribuição dos empregados e da empresa.	Ampla, Coelce, Endesa Cachoeira, Endesa Cien, Endesa Fortaleza
Plano de assistência médica	Benefício concedido aos empregados e seus dependentes.	Ampla, Coelce, Endesa Cien, Endesa Fortaleza, Endesa Cachoeira
Plano de assistência odontológica	Benefício concedido aos empregados e seus dependentes.	Ampla, Coelce, Endesa Cien, Endesa Fortaleza, Endesa Cachoeira
Vale-alimentação	Crédito mensal individual por meio de uma operadora de cartão de crédito, atendendo a todos os empregados.	Endesa Cachoeira, Endesa Cien, Endesa Fortaleza, Ampla, Coelce
Auxílio-funeral	Auxílio financeiro, vinculado ao seguro de vida, destinado às despesas funerárias – atende a seus empregados, familiares e dependentes legais.	Endesa Cachoeira, Endesa Cien, Endesa Fortaleza, Coelce, Ampla
Seguro de vida em grupo	Seguro contratado pela empresa com cobertura para seus empregados, extensiva aos dependentes.	Endesa Cachoeira, Endesa Cien, Endesa Fortaleza, Ampla, Coelce
Transporte	Em 2006 todos os empregados das empresas da Endesa Brasil tiveram a sua disposição vale-transporte, auxílio para despesas com transporte ou transporte fornecido pela empresa.	Endesa Cachoeira, Endesa Cien, Endesa Fortaleza, Coelce, Ampla

Benefício	Descrição	Empresas que Possuem
Programa de Participação nos Resultados	Programa que beneficia anualmente todos os empregados das empresas com o pagamento de parcela do resultado positivo relativo ao exercício anterior.	Endesa Cachoeira, Ampla, Coelce
Auxílio-creche	Auxílio concedido para empregados que tenham filhos em idade escolar determinada no acordo com a empresa.	Endesa Cien – Escritório Rio de Janeiro (17 anos), Endesa Cien – Usina Garabi (11 anos), Endesa Fortaleza (17 anos), Coelce (7 anos), Ampla (6 anos)
Complemento salarial	Concedido nos casos de acidente de trabalho ou doenças ocupacionais, auxilia nas necessidades especiais geradas por afastamentos; a empresa realiza, durante 12 meses, o complemento da remuneração – ou seja, a diferença entre o valor pago pelo INSS e a remuneração mensal.	Ampla, Coelce, Endesa Cachoeira, Endesa Fortaleza, Endesa Cien
Auxílio para pais de filhos excepcionais	Auxílio concedido aos empregados que têm filhos portadores de deficiência mental, motora ou sensorial um benefício para que possam realizar tratamento especializado.	Ampla, Coelce
Assistência social	Apóia o empregado na solução de determinados problemas familiares – seu objetivo é atuar em relações humanas na esfera do trabalho, desenvolvendo atividades de acompanhamento pessoal, benefícios sociais e previdenciários, bem como saúde ocupacional e segurança do trabalho.	Ampla
Empréstimos	Em qualquer momento, um empregado pode solicitar o empréstimo de um salário-base, a ser descontado diretamente no contracheque em 12 vezes sem juros.	Ampla, Endesa Cachoeira, Endesa Fortaleza, Endesa Cien
Convênio com o INSS para licença-maternidade	Por meio desse convênio com o INSS, a gestante entrega o atestado médico à área de Recursos Humanos para que a licença de 120 dias seja concedida.	Ampla, Endesa Cachoeira, Endesa Fortaleza, Endesa Cien
Licença-acompanhante	Afastamento concedido ao empregado que necessite acompanhar dependente legal, por motivo de doença, mediante atestado do especialista que acompanha o paciente, condicionado ao parecer favorável do serviço social da empresa.	Coelce
Vale-Natal	Benefício concedido em dezembro aos empregados, que consiste em um adicional de 100% do valor mensal do vale-alimentação – em 2006 esse benefício foi oferecido por meio de um cartão de crédito.	Ampla
Indenização por morte ou incapacidade total e permanente por acidente de trabalho	Benefício concedido em caso de morte ou invalidez total e permanente do empregado, decorrente de acidente no trabalho, não sendo inferior a dez salários nominais.	Coelce, Endesa Cachoeira, Endesa Fortaleza, Endesa Cien

### Política de Remuneração

A política de remuneração das empresas da Endesa Brasil permite o pagamento de salários e benefícios idênticos a homens e mulheres (cumprindo a legislação antidiscriminação da mulher) que exerçam a mesma função em qualquer nível hierárquico, como também oferece benefícios idênticos a negros, pardos e brancos com a mesma função, em qualquer nível hierárquico.

### Relações Sindicais

As empresas da Endesa Brasil valorizam o diálogo relacionado ao reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva e facilitam a participação dos empregados nas reuniões com o sindicato. Incentivam também o livre associativismo, assegurando condições para que os representantes de seus empregados não sofram qualquer tipo de assédio ou discriminação em decorrência de sua representação.

As empresas da Endesa Brasil buscam ampliar cada vez mais os canais de comunicação para o diálogo com as representações sindicais, fornecem informações sobre as condições de trabalho e se reúnem periodicamente com os sindicatos para ouvir sugestões e negociar reivindicações, além de manter acordos coletivos firmados com o sindicato da categoria principal. As empresas fornecem ainda informações sobre direitos e deveres da categoria, como acordos e contribuições sindicais, conforme o Acordo Coletivo de Trabalho (ACT), com renovação a cada dois anos.

As empresas possuem um programa de participação nos resultados estabelecido por meio de negociação com o sindicato e em conformidade com a legislação vigente – com exceção de suas diretorias e gerências, 100% dos empregados das empresas da Endesa Brasil são abrangidos por acordos de negociação coletiva.

### Preparação para a Aposentadoria

Prevendo a situação do funcionário após seu desligamento da empresa, as empresas da Endesa Brasil buscam criar situações favoráveis que o ajudem nesse momento de mudança de vida tão significativo.

Para isso, a Ampla mantém o Plano de Incentivo à Aposentadoria, que tem como público-alvo os empregados com idade superior a 50 anos ou que completarão 50 anos até junho do ano seguinte. O plano contempla também aqueles que estão aposentados ou em condições de se aposentar até meados do ano seguinte e tenham

interesse em se desligar da empresa. Este plano engloba não só incentivo financeiro e assistência médica, mas também um Programa de Preparação para a Aposentadoria. Os 149 empregados elegíveis ao plano em 2006 foram convidados a participar de um *workshop* com dois dias e 16 horas de duração, em que foram tratados temas como: planejamento financeiro, relacionamento interpessoal e planejamento pós-carreira. Dos 40 empregados que participaram da atividade em 2006, 21 aderiram ao plano.

A Coelce realizou duas palestras tratando da temática da aposentadoria, uma abordando os “aspectos psicológicos e o planejamento financeiro” e a outra sobre a mudança de vida do empregado aposentado, na qual foram abordados temas referentes à qualidade de vida.

### Saúde e Segurança no Trabalho

As empresas da Endesa Brasil assumem uma postura responsável em relação à segurança e às condições de trabalho de seus colaboradores, atuando prioritariamente no controle e na prevenção de acidentes. Com o intuito de assegurar boas condições de trabalho e saúde a seus colaboradores, as áreas de segurança dessas empresas vêm intensificando, a cada dia, ações com o objetivo informativo, campanhas regulares de conscientização e pesquisas do nível de satisfação dos empregados em relação ao tema, evidenciando as áreas suscetíveis; além de investir na aquisição de equipamentos de proteção individual e nos demais itens necessários ao funcionamento seguro da unidade.

#### CIPA – Comissão Interna de Prevenção de Acidentes

Com o objetivo de prevenir acidentes e doenças, de modo a tornar permanentemente compatíveis a preservação da vida e a promoção da saúde com as atividades de trabalho, as CIPAs (Comissões Internas de Prevenção de Acidentes) existentes dentro dos sistemas de gestão das empresas promovem reuniões ordinárias, nas quais são discutidos tópicos formais referentes à saúde e à segurança dos trabalhadores, dentre os quais se destacam:

- recomendações de melhorias no ambiente de trabalho, abrangendo aspectos relativos à prevenção de acidentes e doenças decorrentes do trabalho;
- indicação, ao Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e Medicina do Trabalho e ao empregador, de situações de riscos no ambiente de trabalho e apresentação de sugestões para melhorias.

Nas empresas da Endesa Brasil as CIPAs possuem integrantes eleitos pelos empregados, sem interferência das empresas. Juntas, as companhias possuem 30 CIPAs, sendo 3 comissões nas empresas de geração e 27 comissões na distribuição, beneficiando 100% dos empregados.

Por meio dos planos de trabalho elaborados nas CIPAs das companhias, são realizadas atividades de reconhecimento de riscos e adoção de medidas de controle, além de serem definidas as assessorias necessárias para a resolução das questões de segurança mais complexas.

As CIPAs das empresas da Endesa Geração Brasil realizam, periodicamente, palestras sobre temas relacionados à saúde e ao bem-estar. Entre os temas tratados destacam-se obesidade, higiene e saúde e doenças sexualmente transmissíveis, incluindo a AIDS.

#### SIPAT – Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho

Com o objetivo de informar, integrar, prevenir e conscientizar seus colaboradores, empregados e terceirizados sobre as principais medidas de proteção contra acidentes de trabalho, doenças ocupacionais e outros riscos laborais, as empresas da Endesa Brasil promoveram, em 2006, uma série de Semanas Internas de Prevenção de Acidentes de Trabalho (SIPATs), envolvendo toda a área de concessão das companhias.

A programação de cada SIPAT foi elaborada por cada CIPA, com conteúdos pertinentes ao evento. Durante esses eventos são realizadas várias palestras sobre temas relativos à prevenção de acidentes e doenças, como AIDS/HIV e direção defensiva, entre outros.

#### Controle

##### Acidentes de Trabalho

Acidente de trabalho é aquele que ocorre pelo exercício do trabalho a serviço da empresa, provocando lesão corporal ou perturbação funcional que cause morte, perda ou redução, permanente ou temporária, da capacidade para o trabalho. As empresas da Endesa Brasil registram os acidentes de empregados por meio do preenchimento do formulário de Comunicação de Acidente de Trabalho (CAT) – conforme modelo estabelecido pelo INSS, que depende da ação do empregado de informar a ocorrência do acidente ou de doenças profissionais.

Com um amplo processo de conscientização e educação desenvolvido pelas CIPAs e pelos Comitês Regionais de Segurança em todas as suas unidades, as empresas da Endesa Brasil têm procurado reduzir o número de acidentes com e sem afastamento de seus empregados e terceirizados.

Índice de Absenteísmo nas Empresas da Endesa Brasil	
Ampla	2,73%
Coelce	7,00%
Endesa Cachoeira	3,00%
Endesa Fortaleza	3,62%
Endesa Cien	1,30%

**Diretrizes sobre Sistemas de Gestão de Segurança e Saúde no Trabalho**

Para as empresas da Endesa Brasil, a utilização das melhores práticas em saúde e segurança do trabalho é uma condição básica para o exercício de suas atividades. É parte de suas políticas a melhoria contínua das práticas relacionadas ao tema. Nenhuma tarefa pode ser realizada sem que sejam seguidas à risca todas as normas de segurança exigidas. Nenhuma urgência, importância ou qualquer outra razão poderá ser invocada para justificar a falta de segurança no trabalho nas atividades de seus empregados e prestadores de serviços.

Além disso, as empresas da Endesa Brasil asseguram a seus empregados e prestadores de serviços o direito de recusa em realizar tarefas se, para sua execução, as medidas de segurança não forem devidamente satisfeitas e se for constatada a condição de risco que ameace sua segurança, a de outros trabalhadores ou a de terceiros.



### OHSAS 18001

Como resultado do conjunto de políticas relacionadas à saúde e à segurança no trabalho – adotadas pela Endesa Brasil –, a Coelce, a Endesa Cachoeira, a Endesa Fortaleza e a Endesa Cien obtiveram a certificação OHSAS 18001.

### II Encontro Corporativo de Segurança e Saúde Laboral Endesa

Durante três dias, a Ampla sediou um encontro internacional da ENDESA, cujo objetivo foi alinhar as estratégias de suas várias empresas no que se refere às questões de saúde e segurança no trabalho. Por meio de palestras e *workshops*, foram compartilhadas boas práticas de prevenção de acidentes, fomentando experiências inovadoras. Participaram do evento empresas da Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Espanha, França, Itália e Peru.

O encontro comprovou o compromisso da ENDESA e de todas as suas empresas com relação à segurança de todos os seus colaboradores. Em setembro de 2006 a companhia aderiu à Declaração Mundial de Segurança do Trabalho, cuja finalidade é promover a segurança nos locais de trabalho, por meio da troca de experiências e da divulgação dos resultados obtidos pelas empresas associadas.

## Saúde e Qualidade de Vida

O grande desafio da vida corporativa atual é melhorar constantemente o desempenho das atividades e, ao mesmo tempo, preservar a qualidade de vida dos empregados. Como o bem-estar tem reflexos diretos na produtividade, as empresas da Endesa Brasil incentivam sua equipe a cuidar da saúde, a praticar atividade física, a dedicar tempo à família e aos amigos, a cultivar o equilíbrio entre a vida pessoal e a vida profissional.

A Ampla promove programas de saúde e qualidade de vida visando ao bem-estar e ao melhor desempenho profissional de seus colaboradores. A empresa promo-

ve a Semana de Vida mais Ampla, que busca fornecer informações para incentivar seus colaboradores a cuidarem de sua saúde física e mental. A empresa oferece ainda orientação nutricional – por intermédio de uma profissional contratada, especialista em reeducação alimentar –, acompanhamento para gestantes por meio de reuniões mensais, com o objetivo de tirar dúvidas e trocar experiências, além da campanha de vacinação contra a gripe, que busca prevenir a doença entre seus colaboradores.

A Coelce, a Endesa Cachoeira, a Endesa Fortaleza e a Endesa Cien promovem ainda programas de combate ao estresse – especialmente para os empregados que exercem funções que exigem maior dedicação –, como o programa de Ginástica Laboral, que estreou em 2005, seguindo a política de qualificação do ambiente de trabalho, por meio da melhoria na qualidade de vida de seus empregados. A Ginástica Laboral consiste em sessões diárias de exercícios orientados por um profissional especializado. Ocorrem no próprio ambiente de trabalho, pouco antes do início das atividades e, segundo os resultados já obtidos, a atividade tem proporcionado aos empregados ganhos de energia, flexibilidade, coordenação e bom humor.

## Participação do Colaborador na Gestão da Empresa

### Gestão Participativa

Quanto ao envolvimento dos empregados na gestão, as empresas da Endesa Brasil disponibilizam informações sobre elas e treinam os empregados para que possam compreendê-las e analisá-las, oferecendo ainda dados econômico-financeiros.

O envolvimento dos empregados também ocorre pela integração em comissões de trabalhadores, como as Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (CIPAs). Os membros das CIPAs são eleitos pelos empregados, sem interferência das empresas.

As empresas possuem ainda políticas e mecanismos formais para ouvir, avaliar e acompanhar atitudes, preocupações, sugestões e críticas dos empregados com o objetivo de agregar novos aprendizados e conhecimentos.

Para tanto, conta com diversos canais de comunicação com seus colaboradores, dentre os quais informativos e periódicos internos das empresas e da companhia ENDESA e a intranet, e canais de participação, tais como Pesquisa de Clima Laboral, Pesquisa de Comunicação Interna, Grupos de Trabalho para Objetivos Estratégicos, Banco de Idéias etc.

### Pesquisa de Clima Laboral

A Pesquisa de Clima Laboral é realizada periodicamente nas empresas da Endesa Brasil, onde o planejamento das diversas áreas leva em consideração os pontos destacados no resultado das pesquisas.

O modelo e o conteúdo seguem as diretrizes determinadas pela matriz ENDESA e, para que se tenha total isenção na obtenção dos resultados, a pesquisa não identifica a folha de respostas com o empregado que a respondeu, além de contratar uma empresa externa para a apuração final da pesquisa.

Os temas abordados na pesquisa são: compensação e benefícios, desenvolvimento profissional, valores praticados pela empresa, prevenção e riscos, comunicação, estilo de direção, organização, relacionamento entre as áreas, orientação ao cliente e satisfação geral.

### Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade

As empresas da Endesa Brasil desenvolvem capacitação multidisciplinar com seus colaboradores para o aperfeiçoamento de competências e aptidões profissionais e humanas. A capacitação profissional está focada basicamente em educação e treinamento para seus empregados, e treinamento para terceirizados e parceiros.

### Gestão por Competências



As Diretorias de Recursos Humanos das empresas da Endesa Brasil implementaram, em 2005, os Planos de Gestão por Competências. Essa nova ferramenta de gestão está sendo usada em todas as empresas do grupo e tem como objetivo proporcionar aos gestores os parâmetros adequados para o desenvolvimento de suas equipes.

A Gerência de Recursos Humanos de cada empresa conduz permanentemente um trabalho de definição do perfil de cada cargo, identificando as características necessárias para que um profissional possa exercê-lo de forma eficaz.

O modelo de gestão por competências proporciona às empresas um plano integrado de gestão de pessoas que permite conectar funcionalmente todas as áreas de atuação da empresa, por meio dos mesmos critérios de alocação e desenvolvimento profissional.

As competências requeridas pela organização orientam as ações das pessoas na contratação, no treinamento, na avaliação de desempenho e na preparação de planos de carreira, oferecendo orientação e capacitação profissional.

Todos os colaboradores das empresas da Endesa Brasil recebem regularmente informações sobre seu desempenho no cargo assumido, como orientações para o desenvolvimento de suas carreiras.

**Avaliação 360º**

As Gerências de Recursos Humanos da Endesa Cachoeira, da Endesa Fortaleza e da Endesa Cien concluíram o mapeamento de desempenho de todas as empresas da Endesa Brasil usando o modelo 360º.

Esse modelo oferece uma ferramenta importante para o conhecimento e o desenvolvimento de cada colabora-

dor, oferecendo à empresa subsídios para a elaboração de planos de melhora no desempenho laboral, além de facilitar a identificação de profissionais talentosos.

Por meio desse modelo, as empresas podem ainda facilitar a formação de gestores e planejar programas de capacitação mais eficazes, focalizados nas aptidões identificadas.

**Treinamento e Capacitação Profissional**

Em 2006 foram realizadas 386.017,4 horas de capacitação, beneficiando gestores e empregados das empresas da Endesa Brasil.

Tempo de Treinamento por Funcionário das Empresas da Endesa Brasil					
Horas/funcionário	Ampla	Coelce	Endesa Cachoeira	Endesa Fortaleza	Endesa Cien
	153,3	113,7	189,6	134,6	102,8

**Programas Corporativos**

As empresas da Endesa Brasil possuem Programas Corporativos que funcionam como propulsores do desenvolvimento, uma vez que estimulam os colaboradores a conhecerem mais e melhor o negócio da companhia,

incorporando seus valores e desenvolvendo a compreensão de sua atuação no contexto organizacional. Dentre os 11 programas institucionais de desenvolvimento da Ampla, destacam-se:

Programas Corporativos Ampla 2006		
Ampliando Valores	Programa sistemático cujo objetivo é disseminar os valores da empresa entre os funcionários e parceiros, garantir seu entendimento e motivá-los para sua prática. Ele se dá por meio da formação de multiplicadores internos, que se tornam os responsáveis pela condução dos Jogos de Valores ou de reuniões nas quais se discutem valores, práticas, ações e compromissos para melhorias contínuas. Em 2006 foram formados 180 multiplicadores.	4.000
Boas-Vindas	Programa de integração cuja finalidade é proporcionar aos recém-contratados maior conhecimento da empresa, por meio de palestras e visitas.	91
Sombra – Dupla de Visitas	Seu objetivo é estreitar o relacionamento entre as áreas e a prática dos valores corporativos, criando um maior entendimento das atividades e a busca de soluções para os desafios do dia-a-dia, por meio da vivência das atividades do colega.	200
Semear Talentos	Seu objetivo é colocar os estagiários/estudantes em contato com o mercado de trabalho, contribuindo para a complementação de sua formação acadêmica e desenvolvendo a aquisição de competências.	80

Programas Corporativos Coelce 2006		
A Arte da Competência	Visa ao desenvolvimento de competências comportamentais, enfocando os conhecimentos, as habilidades e as atitudes essenciais para o desempenho profissional. O programa tem duração de 12 horas e os conceitos são transmitidos com a aplicação de jogos e de atividades lúdicas, que despertam nos colaboradores maior compreensão e absorção dos temas.	500
Conhecendo a Coelce	Envolve visita às áreas mais representativas da companhia, expondo-se temas relacionados às perspectivas do cliente, de aprendizagem e crescimento, benefícios, sustentabilidade e meio ambiente, em consonância com os objetivos estratégicos da companhia. O programa é destinado aos empregados dos diversos setores da empresa, buscando desenvolver as competências: “característica do setor elétrico”, “trabalho em equipe”, “orientação a resultados” e “comunicação”.	417
Programa Crescer Juntos	Envolve a visita de um empregado a outro departamento, por dois dias, de modo a promover sua integração, bem como desenvolver uma visão intersetorial. O projeto contribui para um melhor entendimento do negócio e o desenvolvimento de uma visão holística e de competências específicas.	410
Valores em Ação	Encontro que reúne um grupo de cerca de 45 pessoas, com uma carga horária de 12 horas, cujo objetivo é a internalização dos valores, da missão e das ações de responsabilidade social e ambiental da Coelce. Os conceitos são trabalhados com atividades lúdicas, de modo a manter o grupo motivado e despertando nele uma maior compreensão e absorção dos temas.	425

Programas Corporativos Endesa Cachoeira, Endesa Fortaleza e Endesa Cien 2006		
In!nova	Um importante espaço participativo para os colaboradores é o programa <i>In!nova</i> , que procura tornar-se o canal de diálogo das boas idéias e inovações dentro do ambiente das empresas e uma ferramenta para gerenciar o processo desde a captação de idéias, estruturação, seguimento até sua implantação.	
Programa Diálogo	O programa procura ampliar a transparência e o nível de informação interna, desenvolvendo a competência “comunicação” entre os colaboradores e promovendo maior integração e participação. O objetivo deste programa é estabelecer um diálogo fluido e permanente entre as pessoas nas empresas da Endesa Geração Brasil, por meio de ferramentas de comunicação interna e o uso de práticas interativas de pesquisa, medição e <i>feedback</i> constantes dos colaboradores. A política foi elaborada sob as hostes da transparência e da construção de uma cultura participativa e comunicativa nas empresas. A intenção é tornar cada colaborador um multiplicador, representante da empresa e de seus valores. Com o <i>slogan</i> “Comunicação de verdade só se constrói com Diálogo”, o programa marca todo o conceito que norteia a comunicação e o relacionamento a ser desenvolvido com os <i>stakeholders</i> .	

## Eventos Sociais e Culturais Internos

Além de investir em benefícios para seus colaboradores, as empresas da Endesa Brasil estão comprometidas com sua integração, seu bem-estar e sua qualificação em sentido amplo, realizando diversos eventos sociais e campanhas culturais.

Comemoração de Datas Festivas		
Evento	Descrição	Participantes
Dia Internacional da Mulher	Felicitação com cartões e prêmios.	Ampla, Endesa Cachoeira, Endesa Cien, Endesa Fortaleza, Coelce
Dia das Mães	Felicitação com cartões ou e-mails.	Endesa Cachoeira, Endesa Cien, Endesa Fortaleza, Ampla, Coelce
Dia dos Pais	Felicitação com cartões ou e-mails.	Ampla, Coelce, Endesa Cachoeira, Endesa Cien, Endesa Fortaleza
Dia da Criança	Felicitação e distribuição de presentes para os filhos dos colaboradores.	Endesa Cachoeira, Endesa Cien, Endesa Fortaleza
Dia da Secretária	Felicitação com cartões e comunicados internos.	Ampla, Coelce, Endesa Cachoeira, Endesa Fortaleza, Endesa Cien
Dia do Eletricista	Felicitação com cartões e comunicados internos.	Ampla, Coelce
Divulgação de aniversários	Felicitação com cartões ou e-mails.	Ampla, Coelce, Endesa Cachoeira, Endesa Cien, Endesa Fortaleza
Festa junina	Festejo que reflete uma manifestação cultural popular que ocorre em todo o Brasil, com eventos como dança, música e comidas típicas da roça.	Endesa Cachoeira, Endesa Cien, Endesa Fortaleza
Confraternização natalina	Comemoração de final de ano para colaboradores e familiares.	Ampla, Endesa Cachoeira, Endesa Cien, Endesa Fortaleza, Coelce

Campanhas e Eventos Culturais		
Evento	Descrição	Participantes
Concurso de desenho para filhos de colaboradores	O objetivo do concurso foi o de estimular a reflexão e o diálogo entre os empregados das empresas da Endesa e seus filhos sobre temas propostos considerados relevantes para o desenvolvimento infantil.	Endesa Cachoeira, Endesa Cien, Endesa Fortaleza, Coelce
Olimpíadas	Evento que pretende promover integração e qualidade de vida por meio do esporte.	Coelce
Coral	O objetivo do coral é trazer lazer e descontração aos empregados por meio da cultura, da arte e da integração.	Coelce, Ampla
Cine Ampla	No auditório do prédio-sede e em algumas localidades (São Gonçalo, Magé, Itaboraí, Resende, Campos, Petrópolis, Macaé, Saracuruna, Itaperuna) são colocados à disposição espaços apropriados para a exibição de filmes, proporcionando aos colaboradores momentos de cultura e lazer sem precisarem sair do ambiente de trabalho.	Ampla

Campanhas e Eventos Culturais		
Evento	Descrição	Participantes
Aniversário da marca e festa de final de ano	Em comemoração aos dois anos da marca Ampla, foi realizada uma grande festa, com show do grupo musical JotaQuest. E, no final do ano, para comemorar o sucesso do trabalho em conjunto com todos os colaboradores, foi promovida uma festa com show musical da Banda Celebrare.	Ampla

## Compromisso com a Erradicação do Trabalho Forçado

A Endesa Brasil considera o trabalho forçado ou compulsório como uma situação de risco para suas empresas e para a comunidade em que elas operam, empenhando-se sempre em combatê-lo.

Buscando a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório internamente e na cadeia produtiva na qual se insere, o Grupo Endesa Brasil possui cláusulas específicas em contratos com empresas terceirizadas, das quais adquire produtos e serviços.

## Compromisso com a Erradicação do Trabalho Infantil

A empresa divulga para o público interno a legislação nacional e as convenções internacionais ratificadas pelo País sobre a erradicação do trabalho infantil, bem como os princípios e metas do Pacto Global.

No trato com a sociedade, sua campanha é pela erradicação do trabalho infantil em toda e qualquer etapa do processo de produção, seja interna ou externamente, com relação a terceiros. A empresa somente emprega adolescentes menores de 18 anos na condição de aprendizes, em acordo com a iniciativa do governo brasileiro, por meio da Lei nº 10.097, de 19 de dezembro de 2000.

## NOSSA CONDUTA – COMPROMISSO COM A BOA GOVERNANÇA E O COMPORTAMENTO ÉTICO

A Endesa Brasil e suas empresas possuem como princípios básicos a transparência e a ética. Fomenta em sua visão de sustentabilidade a transparência em seu desempenho econômico-financeiro e o uso de planos estratégicos em seu modelo de gestão. A empresa investe em novas tecnologias para gerar eficácia no desenvolvimento de suas atividades. E, ainda, promove a responsabilidade social e ambiental com o objetivo de garantir o bem-estar das gerações futuras. Além disso, a Endesa Brasil e suas empresas procuram expandir e aperfeiçoar os serviços para garantir qualidade, desenvolvimento econômico para o País e empregabilidade para seus colaboradores. Cabe ressaltar também seu modo de atuação ético nas relações com os públicos interno e externo.

A ética e a integridade são valores essenciais para as empresas da Endesa Brasil. Os relacionamentos das empresas são baseados no diálogo e na confiança mútua entre clientes, acionistas, colaboradores, fornecedores, governo, sociedade, comunidades e outras partes interessadas.

### Estrutura Acionária

A *holding* Endesa Brasil é uma sociedade anônima de capital aberto/fechado e tem como principal acionista a ENDESA, presente em 11 Países, em três continentes, sendo a maior empresa do setor elétrico na Espanha e uma das maiores empresas do setor no mundo.

Até julho de 2006, a composição acionária da Endesa Brasil era distribuída entre a Endesa Internacional e suas

Sendo assim, as empresas informam com transparência a evidenciação contábil, os planos estratégicos, o compromisso com o meio ambiente e o cumprimento das obrigações e responsabilidades relativas às comunidades de entorno, por meio da colaboração e do diálogo com as instituições públicas e os órgãos reguladores.

controladas chilenas Enersis, Endesa Chile, Chilectra e outras companhias controladas pela ENDESA, e nesse período o International Finance Corporation (IFC) adquiriu 2,7% do capital acionário da Endesa Brasil. Com a entrada do IFC na companhia, a ENDESA passou a deter 97,3% da *holding*. Em 31 de dezembro de 2006, o capital social da Endesa Brasil era de R\$ 916.878, um aumento de 13,78% com relação ao encerramento de 2005 e sua composição acionária tem a seguinte distribuição:

Composição Acionária da <i> Holding </i> Endesa Brasil		
Empresa Acionista	Quantidade de Ações	Participação (%)
Companhia Eléctrica Cono Sur S.A.	60.299.607	35,29
Endesa Internacional S.A.	47.354.669	27,71
Enersis S.A. – Ag. Ilhas Cayman	19.460.714	11,39
Enersis S.A.	14.702.746	8,60
Chilectra S.A.	7.735.702	4,53
Edegel S.A.	6.957.053	4,07
Luz de Rio Ltda.	5.809.529	3,40
Chilectra Inversud S.A.	3.939.013	2,31
Chilectra S.A. – Ag. Ilhas Cayman	40	0,00
International Finance Corporation (IFC)	4.618.298	2,70
Outros	7	0,00
<b>Total</b>	<b>170.877.378</b>	<b>100</b>

A Endesa Brasil, por sua vez, atua no setor elétrico brasileiro por meio de suas empresas controladas com as seguintes participações acionárias:

Participação da <i> Holding </i> Endesa Brasil em Suas Empresas Controladas			
Empresa Controlada	Participação (%)	Direta	Indireta
Endesa Fortaleza	100,0	100,0	-
Endesa Cachoeira	99,6	99,6	-
Endesa Cien	100,0	100,0	-
Ampla	91,9	46,9	45,0
Coelce	48,0	2,3	45,7
Investluz	80,7	63,6	17,1
Ampla Investimentos	91,9	46,9	45,0

### Governança Corporativa

De acordo com o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), governança corporativa é o sistema pelo qual as sociedades são dirigidas e monitoradas, envolvendo relacionamentos entre acionistas e cotistas, Conselho de Administração, Diretoria, auditores independentes e Conselho Fiscal.

O Código de Melhores Práticas de Governança Corporativa do IBGC objetiva indicar os caminhos para todos os tipos de sociedade, visando aumentar seu valor, melhorar seu desempenho, facilitar seu acesso ao capital a custos mais baixos e contribuir para sua perenidade. Os princípios básicos inerentes a essa prática são a transparência, a equidade, a prestação de contas e a responsabilidade corporativa.

Práticas de Governança Corporativa Recomendadas pelo IBGC e Adotadas pela Endesa Brasil
<ul style="list-style-type: none"> <li>• emissão exclusiva de ações ordinárias;</li> <li>• manutenção e divulgação de registro informando a quantidade de ações relativas a cada sócio;</li> <li>• política de uma ação igual a um voto;</li> <li>• contratação de empresa de auditoria independente para a análise de balanços e demonstrativos financeiros, sendo que esta empresa não deve ser contratada para prestar outros serviços, assegurando sua independência;</li> <li>• estatuto social claro quanto à forma de convocação da Assembléia Geral, competências do Conselho de Administração e da Diretoria, sistema de votação, eleição, destituição e mandato dos membros do Conselho de Administração e da Diretoria;</li> <li>• transparência na divulgação de Relatórios Anuais da Administração;</li> <li>• a Assembléia Geral de Acionistas tem competência para deliberar sobre aumento ou redução do capital social e outras reformas do estatuto social, eleger ou destituir, a qualquer tempo, conselheiros de administração e conselheiros fiscais, tomar anualmente as contas dos administradores e deliberar sobre as demonstrações financeiras e deliberar sobre transformação, fusão, incorporação, cisão, dissolução e liquidação da sociedade;</li> <li>• previsão estatutária para a instalação de um Comitê Fiscal.</li> </ul>

## Órgãos de Apoio à Governança Corporativa

Além da Assembléia Geral, do Conselho de Administração e da Diretoria, cujas competências já foram especificadas na descrição da estrutura organizacional da Endesa Brasil, assim como o tempo de mandato e os critérios das eleições, a estrutura de governança corporativa da Endesa Brasil conta ainda com outros órgãos de apoio:

### Auditoria Interna

A missão principal da Auditoria Interna, que é parte integrante da Direção Corporativa da Auditoria da ENDESA Espanha, principal acionista das empresas do grupo no Brasil, é permitir ao Conselho de Administração e à alta direção uma segurança razoável de que o sistema de controles internos esteja bem concebido, efetivamente administrado e contribua para a criação de valor. O planejamento dos trabalhos é construído com base em uma análise de riscos (dos negócios e operacionais), formalizada em um documento chamado Planejamento de Longo Prazo, que é atualizado periodicamente e aprovado pelo Comitê de Auditoria e Cumprimento da ENDESA Espanha.

As principais funções da Auditoria Interna são:

- verificar o cumprimento das políticas, normas e procedimentos vigentes e propor sua modificação, revisão e adaptação;
- avaliar a suficiência e a aplicação dos controles contábeis, financeiros e operacionais (incluindo auditorias técnicas e de sistemas de informação);
- validar a existência e a situação dos ativos, assim como a suficiência das medidas para proteger sua integridade;
- avaliar a eficácia e a eficiência com que são utilizados os recursos, bem como a confiança e a segurança da informação de gestão;

- canalizar as informações interna e externa relacionadas com denúncias (Canal Ético), segundo o requerido pela Lei Sarbanes-Oxley.

### Comitê de Auditoria

Com periodicidade semestral, são realizadas as reuniões do Comitê de Auditoria Interna Endesa Brasil, constituído pelo diretor de Auditoria Interna, pelos presidentes de todas as companhias do País e o gerente de Auditoria Interna, oportunidade na qual são apresentados os principais pontos dos trabalhos desenvolvidos, manifestadas as preocupações com relação a riscos e processos de negócio e se capta a percepção da alta administração sobre esses temas.

Além disso, em janeiro de cada ano se celebra o Comitê de Auditoria Interna Chile, em que é apresentado ao diretor geral da Endesa para a América Latina e para os presidentes da Enersis e da Endesa Chile (principais acionistas) os resultados das auditorias do ano anterior.

### Auditoria Externa

Até o exercício social de 2006, a Deloitte Touche Tohmatsu foi a empresa de auditoria independente que prestou serviços à Endesa Brasil, quando se completa o prazo de cinco anos para a rotatividade dos auditores independentes. O relacionamento da Endesa Brasil com os auditores independentes segue o princípio de independência. A Deloitte não presta outros serviços à Endesa Brasil além da auditoria externa. Seus representantes participam da Assembléia Geral Ordinária de acionistas e das reuniões dos Conselhos de Administração e Fiscal, quando as demonstrações financeiras da companhia são analisadas e aprovadas.

## Princípios Gerais de Conduta

A Endesa Brasil está comprometida com os princípios da governança corporativa, prezando a transparência, a ética, a clareza, a integridade e a veracidade das informações em suas práticas de gestão e relacionamento com suas partes interessadas.

Como signatária do Pacto Global, a empresa também assumiu o compromisso de implantar em suas atividades os dez princípios estabelecidos nesse compromisso, dentre os quais se destaca o combate à corrupção. Desde então, a Endesa Brasil e suas empresas incorporaram esses princípios à sua Visão, Missão e Valores Corporativos e as suas normas de conduta de negócios.

## Comportamento Ético e Postura Anticorrupção

A Endesa Brasil e suas empresas entendem que a corrupção impede o desenvolvimento social e econômico do País e têm um posicionamento claro de repúdio à corrupção perante todos os seus parceiros. As empresas entendem, ainda, que corrupção é crime previsto por lei e, caso se configure alguma ação interna nesse sentido, consideram os processos legais de punição.

Sendo signatária do Pacto Global das Nações Unidas, a Endesa Brasil e suas empresas assumiram o compromisso de implementar, gradualmente, esses princípios em sua gestão e de comunicar e prestar contas à sociedade a respeito dos avanços e progressos nesse campo. Salieta-se que um dos pontos do Pacto Global é exatamente o repúdio a qualquer prática de corrupção.

Além disso, as empresas da Endesa Brasil, em obediência às orientações estratégicas da companhia, não praticam alinhamento político de nenhuma natureza e respeitam a condição cidadã de todos os seus colaboradores. Em reciprocidade, as empresas solicitam que eles saibam compatibilizar o legítimo interesse da organização com sua atividade cidadã. E, em sua atividade operacional, as empresas repudiam qualquer tipo de registro indevido de contas e previnem o uso de procedimentos relativos à concessão de subsídios e licenças pelas autoridades públicas para atividades comerciais.

As empresas da Endesa Brasil também utilizam estudos, pesquisas e apoio de especialistas para melhor fundamentar a resolução de dilemas éticos, socioam-

bientais e relativos a direitos humanos com seus colaboradores. Baseiam-se em informações e publicações do Instituto Ethos, do qual são associadas, e em orientações provenientes dos princípios do Pacto Global. Além disso, participam das reuniões nacionais realizadas pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD).

As empresas da Endesa Brasil adotam uma postura ética também no aspecto de relacionamento com as partes interessadas, favorecendo relações comerciais e práticas de respeito aos direitos humanos. No que tange à utilização do poder econômico para influenciar seus parceiros ou outras instituições, contam ainda com normas explícitas visando impedir essa prática e garantir a imparcialidade de suas ações.

A disseminação dos princípios anticorrupção nas empresas da Endesa Brasil tem sido realizada por meio de quadros de divulgação nas empresas, intranet, Internet, bem como de anexos nos contratos realizados com fornecedores e terceiros. Isso ocorre porque consideram importante que assuntos ligados ao combate à corrupção sejam naturalmente tratados em suas relações com os diferentes grupos (fornecedores, clientes, acionistas, público interno, concorrência, comunidades). Além disso, as empresas promovem, estimulam e apóiam formalmente iniciativas abertas de diálogo entre vários sujeitos sociais sobre questões relacionadas à corrupção, cumprindo ressaltar que em 2006 não houve nenhuma ocorrência relacionada a corrupção no âmbito dessas empresas.

## Canais Éticos

Com o objetivo de estimular esse comportamento e assegurar relações transparentes com suas partes interessadas, as empresas da Endesa Brasil estabelecem canais éticos de comunicação, favorecendo relações comerciais e práticas de respeito aos direitos humanos.

### Canal Ético na Endesa Brasil

Desde 2005, as empresas da Endesa Brasil utilizam o Canal Ético implementado na Internet pela companhia ENDESA. Com utilidade e acesso pelos públicos interno e externo, o canal mantém a confidencialidade das informações, pois sua gestão cabe a uma empresa – a Ethicspoint – com longa e abrangente experiência nesta área. As comunicações são encaminhadas ao responsável, garantindo o anonimato com segurança absoluta. A utilização deste procedimento está sujeita às responsabilidades penais e civis nos termos da Lei, caso haja falsidade ou desprezo imprudente pela verdade.

Os tipos de denúncia que podem ser realizados por meio do Canal Ético:

- contas e auditorias;
- utilização de informação privilegiada para benefício próprio;
- confidencialidade;
- apropriação indevida;
- conflitos de interesses;
- meio ambiente, saúde e segurança;
- falsificação em contratos;
- contratistas e fornecedores;
- discriminação verbal ou escrita;
- outros.

Além disso, as empresas da Endesa Brasil têm implementado medidas e mecanismos para auditar quaisquer vantagens ou benefícios materiais recebidos ou oferecidos por seus colaboradores que possam resultar em possíveis conflitos de interesses relativos a suas funções nas empresas, bem como medidas e mecanismos para facilitar a denúncia de práticas corruptas internas, com total anonimato.

### Comitê de Ética nas Empresas de Distribuição

O Comitê de Ética tem como objetivo divulgar e zelar pela observância e respeito ao Código de Conduta dos Empregados e ao Código de Ética Empresarial, propondo à Diretoria adequações, salvaguardando a dignidade,

os direitos, a segurança e o bem-estar de todos os empregados.

O comitê procura ainda prevenir fatos, situações ou conduta que faltem ao rigor profissional e receber sugestões, manifestações, críticas e consultas das partes interessadas, apurando e avaliando os casos de violação de maior gravidade do Código de Conduta e Ética Empresarial e deliberando em questões de dúvida sobre a interpretação do texto.

As Ações de Conduta são divulgadas por ambas as empresas por meio de seus canais de informação e participação, como a Internet e a intranet, e de reuniões e palestras realizadas para seus públicos, como o programa “Boas-Vindas”, da Ampla, e o programa “Coelce Seja Bem-Vindo”, da Coelce.

### Código de Conduta da Ampla

Criado em 2003 e revisado em 2005 para incluir requisitos precisos de direitos humanos, responsabilidade social e respeito ao meio ambiente, o Código de Conduta da Ampla contém todos os princípios que devem ser observados e seguidos no exercício das atividades profissionais e em toda a cadeia de relacionamentos que essas ações venham a envolver. No documento são estabelecidas regras e responsabilidades, e é obrigação de todos a observância fiel de seus preceitos. No entanto, ele deve ser entendido como um facilitador, e não como um instrumento punitivo.

O cumprimento do Código de Conduta visa à melhoria na prestação dos serviços e à busca do pleno exercício da cidadania. Por isso a empresa espera que seus colaboradores demonstrem consciência e conduta humana condizentes com um comportamento ético fundamentado, sobretudo em seus valores.

A disseminação do Código é feita para cada funcionário por meio da leitura prévia, reuniões com seus respectivos gestores e assinatura de compromisso. Os parceiros entram em contato com ele em reuniões realizadas

com os gestores das empresas contratadas, que recebem o Código anexado a seu contrato no momento da assinatura. Os novos contratados aprendem mais sobre ele durante o programa “Boas-Vindas”. Para todas as partes interessadas ele fica disponível na Internet, para consulta e sugestões.

### Código de Ética Empresarial da Coelce

Elaborado em 2005, esse Código apresenta os princípios que direcionam as políticas adotadas pela empresa e norteiam suas ações e relações com as partes interessadas, além de formalizar o compromisso ético da organização no exercício de sua missão e valores e suas expectativas quanto às relações com parceiros.

O Código está estruturado em cinco partes: Direcionadores das Relações e Ações; Partes Interessadas; Princípios que Norteiam as Relações da Coelce; Práticas Inaceitáveis; e Regras Orientadoras para Relacionamentos Específicos.

Em 2006 foram realizados nove seminários, nas principais sedes da Coelce, com o objetivo de dialogar com os empregados sobre a importância da postura ética, bem como a distribuição de um exemplar para todos os empregados. O Código de Ética Empresarial está disponível para *download* na intranet da companhia. A divulgação externa se dá pelo *website* da companhia e distribuição em encontros realizados pela Coelce ou dos quais ela participe.

### Canal Ético na Endesa Geração Brasil

O Canal Ético na Internet, implantado em 2005 pela ENDESA e aberto aos públicos interno e externo, funciona também como canal de diálogo geral nas empresas da Endesa Geração Brasil, garantindo a confidencialidade das informações.

As empresas da Endesa Geração Brasil utilizam estudos e pesquisas, por meio de informações e publicações, além de contar com as diretrizes do Instituto Ethos, do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

(Ibase), do Instituto Akatu e do Programa das Nações Unidas de Desenvolvimento (PNUD). Este acompanhamento é utilizado para difundir e melhor fundamentar a resolução de dilemas éticos, socioambientais e relativos a direitos humanos.

### Código de Ética Endesa Geração Brasil

A Endesa Geração Brasil possui um programa de disseminação dos valores corporativos que ampliou sua difusão, reconhecimento e prática por meio de folhetos, encontros e campanhas. Em 2006 as empresas da Geração Brasil desenvolveram um Código de Ética participativo, estimulando o diálogo para a formalização do Código das empresas legitimado pelo conjunto das pessoas, após amplo debate, e incluindo todos os públicos de relacionamento, segundo a orientação e o modelo do Instituto Ethos. A ética é um dos valores das empresas, bem como a inovação e a criatividade, também foco de trabalho importante, buscando fortalecer os princípios e os valores que orientam as pessoas nas empresas e consolidam sua identidade e cultura própria.

## Lei Sarbanes-Oxley e Controles Internos

Todas as empresas da qual a Endesa Brasil é acionária adotam a Lei nº 6.404/76 e a Lei Sarbanes-Oxley para ampliar a confiança do mercado e garantir o volume de captação nas bolsas onde atuam, destacadamente, no mercado internacional.

Com isso os procedimentos de boa governança corporativa têm sido constantemente aperfeiçoados em todas as empresas da Endesa Brasil, por meio do cumprimento da Seção 404 da Lei Sarbanes-Oxley, de 2002, que determina uma avaliação anual dos controles e procedimentos internos para a emissão de relatórios financeiros e estabelece que o auditor independente da companhia deve emitir um relatório distinto que ateste a asserção da administração sobre a eficácia dos controles internos e dos procedimentos executados para a emissão dos relatórios financeiros.

De acordo com os dispositivos deste importante instrumento legal do direito comercial norte-americano, de cumprimento obrigatório para empresas que negociam ações nas bolsas desse País ou que sejam ligadas a essas empresas, o presidente (CEO) e o diretor financeiro (CFO) da empresa controladora passam a ser civil e criminalmente responsabilizados pela veracidade das informações prestadas. No caso da ENDESA, esta responsabilidade recai sobre a matriz multinacional, não sobre cada empresa que ela controla. Mas as informações pelas quais os principais líderes na matriz são responsáveis vêm de cada procedimento realizado dentro de cada empresa – motivo pelo qual cada empresa da Endesa Brasil trabalha em nível de excelência em controles internos.

Levando-se em conta o peso das obrigações e a complexidade do programa que a Sarbanes-Oxley determina, pode-se dizer que as empresas da Endesa Brasil obtiveram grande sucesso na adaptação de sua estrutura de gestão de controles internos às responsabilidades criadas pela norma. A transição para o novo modelo foi considerada plenamente bem-sucedida.

O sistema de gestão de controles internos, que define o relacionamento entre os diversos órgãos que compõem a estrutura de elaboração dos demonstrativos financeiros, funciona de acordo com os modelos da matriz (ENDESA). Utiliza-se o modelo COSO (Comitee of Sponsoring Organizations), fundado sobre a idéia de que os riscos a serem considerados na estruturação do modelo de gestão de controles internos devem ter relação direta com os objetivos estabelecidos. A partir da definição dos objetivos e dos respectivos riscos, elabora-se uma metodologia para controle e avaliação efetiva desses riscos, considerando-se sempre um ambiente de controle.

A partir da metodologia de avaliação de riscos, são desenvolvidos processos para o monitoramento (auditoria interna). Desse modo, a informação cuja veracidade é objeto das obrigações da matriz perante a Lei Sarbanes-

Oxley sai das empresas da Endesa Brasil certificada por auditoria interna para ser consolidada no nível superior da estrutura de propriedade e é submetida à avaliação das autoridades competentes.

## Gestão de Riscos

No âmbito do Plano de Sustentabilidade em desenvolvimento nas empresas da Endesa Brasil, já existe uma Política de Gestão de Riscos Corporativos que é utilizada como ferramenta ágil e efetiva nos processos decisórios, viabilizando melhores práticas de governança corporativa, tratamento integrado a múltiplos riscos (portfólio de riscos) e fornecimento de subsídios aos outros ciclos de gestão estratégica.

Entre as metodologias utilizadas no gerenciamento de riscos corporativos está a gestão dos ativos e passivos financeiros de cada empresa, que busca acima de tudo otimizar o custo de capital de longo prazo e preservar níveis adequados de liquidez e segurança.

Esta gestão de ativos e passivos financeiros obedece a uma política financeira que estabelece critérios e indicadores específicos para o gerenciamento de riscos de liquidez, mercado e crédito, buscando principalmente reduzir a volatilidade dos fluxos de caixa e agregar valor às empresas.

Para isso, as empresas dispõem de modelos quantitativos de otimização de alocação do caixa, que buscam valorizar a qualidade dos instrumentos de investimento e mitigar riscos de liquidez.

A exposição dos resultados das empresas a riscos de mercado é identificada por meio de simulações e análises de sensibilidade dos fluxos de caixa e é minimizada, principalmente, por meio de operações de derivativos financeiros.

Com relação ao risco de crédito de clientes e fornecedores, é controlado por análises financeiras criteriosas,

que procuram sobretudo avaliar a sustentabilidade dos clientes no curto e no longo prazo.

Por fim, é importante destacar que as empresas da Endesa Brasil já dispõem de uma estrutura de gestão de riscos operacionais que visa principalmente mitigar perdas inesperadas, em razão de seus sistemas, práticas e medidas de controle serem incapazes de resistir a erros humanos, à infra-estrutura de apoio danificada e à falha de modelagem. Essa estrutura inclui um sistema de controles internos, que é utilizado pelas empresas, as quais realizam avaliações periódicas de suas atividades e processos, identificando seus riscos inerentes e sua eficácia, de modo a implementar planos para mitigar os riscos identificados e aprimorar os controles, resultando em uma menor exposição a riscos.

## Concorrência Leal

As empresas da Endesa Brasil trabalham para o fortalecimento da cadeia de fornecedores, estimulando assim a livre concorrência, efetuando suas compras e contratações em condições de competição entre os fornecedores de materiais ou serviços, convocando-os por meio de cotações ou licitações, de forma a garantir equidade, transparência e compromisso com o desenvolvimento da cadeia produtiva. Além disso, a Endesa Brasil e suas empresas contratam como fornecedores e prestadores de serviços desde pequenas empresas até empresas multinacionais.

## NOSSO MEIO AMBIENTE – COMPROMISSO COM A PROTEÇÃO DO ENTORNO

As empresas da Endesa Brasil reconhecem que suas atividades interferem no meio ambiente e por isso identificam e minimizam os impactos, avaliando e monitorando os efeitos decorrentes de suas ações. Ao mesmo tempo, consideram que o uso dos recursos naturais e a interferência na Natureza são inevitáveis para o desenvolvimento socioeconômico, zelando para que suas atividades sejam realizadas com responsabilidade e sobre bases seguras, tendo em vista o compromisso ético de assegurar condições de vida e desenvolvimento às gerações futuras.

As empresas da Endesa Brasil, especialmente em função da natureza de suas atividades, adotam um controle ambiental rígido, como forma de consolidar o compromisso da companhia, consolidado em sua política ambiental, com a proteção e a preservação do meio ambiente e dos recursos naturais.

Os princípios da Política Ambiental da Endesa Brasil refletem suas crenças e valores e estabelecem o compromisso com a prevenção e o controle dos impactos ambientais nas atividades de suas empresas, bem como o atendimento à legislação e às normas ambientais aplicáveis.

### Princípios da Política Ambiental da Endesa Brasil

- inserir componente ambiental em todos os procedimentos, atividades e áreas das empresas, visando à proteção da comunidade, de seus empregados e do ambiente;
- implantar sistemas e processos, de acordo com a legislação e as normas vigentes, visando ao cumprimento dos objetivos e das metas ambientais estabelecidas e o efetivo gerenciamento ambiental em todas as áreas das empresas;
- revisar, atualizar e adequar periodicamente seus processos, com soluções tecnológicas e economicamente viáveis, buscando a melhoria contínua, a prevenção da poluição, o uso racional dos recursos naturais e o desenvolvimento sustentável;
- incentivar fornecedores e prestadores de serviços a agirem de acordo com os princípios ambientais das companhias;
- manter canais de comunicação e conscientização abertos com as partes interessadas, especialmente com a comunidade.

Atuar em conformidade com esses princípios é uma responsabilidade de cada colaborador e parceiro das empresas da Endesa Brasil e permite evidenciar a todas

as partes interessadas a preocupação permanente da companhia em relação à proteção ambiental e ao desenvolvimento sustentável.

## Gestão Ambiental

A gestão ambiental nas empresas da Endesa Brasil foi reformulada de modo a ser conduzida e orientada pelo Sistema de Gestão Ambiental, cujo método é pautado no modelo PDCA (*Plan, Do, Check, Action*), de cada uma das empresas.

O Sistema de Gestão Ambiental (SGA) é o conjunto de políticas ambientais seguidas pelas empresas, integradas em todas as esferas de seu funcionamento. O sistema prevê a catalogação e o gerenciamento de todo tipo de emissão de resíduos, além da adequação às normas ambientais em todas as atividades das empresas e prestadoras de serviços. Assim, a divulgação de dados e a produção de informativos sobre as relações com o meio ambiente das empresas da Endesa Brasil são facilitadas, pois a compilação dos dados faz parte do cotidiano das empresas.

Na Endesa Cachoeira e na Endesa Cien o SGA foi implantado em 2004 e 2005, respectivamente, e na Ampla, na Coelce e na Endesa Fortaleza está implantado desde 2006.

As empresas da Endesa Brasil possuem mecanismos específicos para realizar a gestão dos assuntos ligados ao meio ambiente e ao desenvolvimento sustentável.

### Estruturas Responsáveis pela Execução do Sistema de Gestão Ambiental

#### Empresas da Endesa Geração Brasil

Em cada empresa da Endesa Geração Brasil existe, desde 2003, no âmbito da Diretoria Técnica, a Gerência de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável, responsável pela execução das políticas ambientais, pelo SGA e pelos aspectos práticos da operação dos negócios em relação ao meio ambiente.

As empresas contam também com a existência de Comitês de Meio Ambiente designados para discutir e tratar

questões ambientais, criados com o objetivo de auxiliar assim as tomadas de decisão e operacionalidade tanto da Diretoria quanto da Gerência de Meio Ambiente.

#### Comitê de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável

Os Comitês de Meio Ambiente das empresas da Endesa Geração Brasil foram estabelecidos em 2004. Eles são a estrutura formalmente designada para discutir e tratar das questões ambientais. A perspectiva para 2007 é o estabelecimento de um comitê único para as três empresas – Endesa Cachoeira, Endesa Fortaleza e Endesa Cien – e a criação de um Grupo de Trabalho subordinado ao comitê para a operacionalização e o acompanhamento das decisões tomadas na estrutura unificada.

#### Empresas de Distribuição da Endesa Brasil

Para impulsionar e acompanhar a execução das políticas ambientais e do SGA, além da Diretoria Institucional, as empresas de distribuição possuem comitês encarregados de definir as questões prioritárias e suas políticas de desenvolvimento sustentável. Criados em 2005, o órgão responsável na Coelce é o Comitê de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável; na Ampla, o Comitê Executivo de Meio Ambiente e Sustentabilidade.

#### Comitês de Desenvolvimento Sustentável

Estes comitês são os órgãos máximos das empresas no âmbito do desenvolvimento sustentável. Têm como principais atuações:

- analisar e aprovar as políticas, estratégias, planos e ações ambientais e de desenvolvimento sustentável;
- impulsionar e coordenar as atividades estratégicas entre as diferentes áreas da empresa;
- impulsionar as ações do Planejamento Estratégico de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável;
- promover as atuações do Programa Estratégico de Sustentabilidade (PES);
- manter as atividades relacionadas à estratégia empresarial em relação às mudanças climáticas;
- avaliar e manter as atividades de comunicação e apresentação de relatório estratégico nesta área.



### ISO 14001

Este certificado registra a conformidade do Sistema de Gestão Ambiental das empresas em relação à norma NBR ISO 14001. O certificado de registro do Sistema de Gestão Ambiental é emitido pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

A certificação ISO 14001 preza pela complementaridade dos mecanismos de gestão ambiental e empresarial integrados, afirmando uma atuação consciente e efetiva ante a questão ambiental.

A Endesa Cachoeira obteve a ISO 14001 em 2005 e a Ampla, a Coelce, a Endesa Fortaleza e a Endesa Cien possuem essa certificação desde 2006.

### Princípio da Prevenção

As empresas da Endesa Brasil adotam o Princípio da Prevenção com o intuito de antecipar quaisquer danos sociais e ambientais. Acreditam que as agressões ao meio ambiente, uma vez consumadas, são de difícil reparo e o custo de recuperação pode ser bastante elevado.

Com o fim de proteger o meio ambiente, o Princípio da Prevenção deverá ser amplamente observado pelos Estados, de modo que, quando houver ameaça de danos graves ou irreversíveis, a ausência de certeza científica absoluta não será utilizada como razão para o adiamento de medidas economicamente viáveis para prevenir a degradação ambiental.

## Impactos da Atividade Operacional no Meio Ambiente

As empresas da Endesa Brasil atuam de acordo com a legislação ambiental que regula as operações em cada ramo de atividades e participa de fóruns sociais e empresariais sobre valorização e promoção da responsabilidade ambiental no setor. Mesmo assim, como em qualquer atividade produtiva, alguns impactos estão presentes, ainda que se busque mitigá-los.

### Proteção da Biodiversidade

A atividade operacional das empresas da Endesa Brasil é planejada de modo a causar somente os impactos ambientais inevitáveis, além de não impactar diretamente nas espécies da Lista Vermelha da União Internacional para Conservação da Natureza (UICN).

Para o planejamento e a execução do traçado de novas linhas de transmissão e distribuição, as empresas da Endesa Brasil elaboram estudos ambientais, procurando evitar a passagem de suas rotas de transmissão em áreas de preservação permanente, de vegetação de grande porte ou significativa, de manguezais e dunas, entre outras.

É importante salientar o fato de que, em 2006, nenhuma das empresas da Endesa Brasil recebeu autuações ou multas por descumprimento de legislação ambiental ou de tratados, acordos ou quaisquer outros compromissos subscritos pelas companhias.

Na Ampla, os impactos causados pelas redes de distribuição em áreas protegidas são, em geral, classificados como de baixa magnitude. Como forma de mitigação, nessas áreas são utilizados postes de eucalipto tratado e cabos pré-reunidos isolados ou semi-isolados, e o traçado da rede acompanha as trilhas já abertas na mata. Com essas ações, a Ampla reduz as necessidades de poda na manutenção da rede, pois os cabos pré-reunidos permitem melhor convivência com a vegetação, além de algum contato da fauna, com menores riscos. O impacto visual é reduzido com a utilização dos postes de eucalipto, que ficam integrados à paisagem. A utilização das trilhas minimiza a necessidade de supressão vegetal, além de não serem abertos novos caminhos passíveis de degradação.

A Coelce possui subestações localizadas em áreas ricas em biodiversidade, como em Guaramiranga (CE), Viçosa do Ceará (CE), Tianguá (CE), Inhuçu (CE) e Ibiapina (CE). A companhia tem a preocupação de adotar todos os procedimentos necessários para harmonizar suas

instalações com o meio ambiente. Para situações em que possam ser gerados impactos mais significativos, são realizados estudos especializados. No município de Viçosa do Ceará, antes da construção da linha de transmissão de alta tensão, a empresa GAIA Engenharia Ambiental realizou estudo durante cinco meses, constatando a existência de animais ameaçados de extinção; entretanto, o desmatamento para a construção da referida linha de transmissão não apresentou impedimentos para a sobrevivência da fauna local.

A retirada da cobertura vegetal realizada pela Coelce não ocasiona danos como erosão, tendo em vista que, após esta ação, há uma recomposição do ambiente em até 15 dias. Para evitar contatos com árvores e animais, prevenindo acidentes e reduzindo impactos na paisagem, a Coelce possui instalados, em algumas localidades de Fortaleza (CE), cabos compactos, conhecidos como Linha Verde. Atualmente a Linha Verde é utilizada no *campus* do Pici (Universidade Federal do Ceará), nos Shoppings Aldeota e Iguatemi, no Aeroporto Internacional Pinto Martins e na Subestação Maguary, compreendendo cerca de 21 km de extensão desse tipo de rede.

A Endesa Cachoeira possui em seu entorno, por estar situada em área de cerrado, espécies ameaçadas ou em risco de extinção no Brasil, com destaque para alguns vertebrados na categoria vulnerável, como o lobo-guará (*Chrysocyon brachyurus*) e o tamanduá-bandeira (*Myrmecophaga tridactyla*). O tamanduá-bandeira consta da Lista Vermelha da União Internacional para Conservação da Natureza (UICN), mas as atividades da Endesa Cachoeira, no entanto, não impactam diretamente a vida dessas espécies e seus *habitats*. Além disso, a Endesa Cachoeira não possui, não arrenda nem administra terras para produção ou uso extrativo.

O principal impacto resultante da construção da Usina Hidrelétrica de Cachoeira Dourada está relacionado ao aspecto paisagístico, uma vez que a segunda etapa da construção de sua barragem afetou diretamente “Cachoeira Dourada” – queda d’água entre 9 e 17 metros

de altura – e causou o desaparecimento de algumas ilhas fluviais. As demais alterações no Rio Paranaíba estão relacionadas a outros aproveitamentos situados a montante, os quais foram e são responsáveis pela regulação de sua vazão. No que se refere às áreas inundadas pela formação do reservatório, o impacto maior está relacionado à perda de solos agricultáveis, já que as margens do Rio Paranaíba eram bastante utilizadas para a agricultura, em função de seu relevo apropriado para a mecanização e de sua fertilidade.

Em 2003, a Endesa Cachoeira firmou, ainda, um acordo com a Agência Goiana de Meio Ambiente (AGMA) para a criação de um parque de preservação da Mata Atlântica. Por meio deste acordo, a empresa liberou um total de R\$ 1,8 milhão, do qual R\$ 1,3 milhão foi destinado ao pagamento das terras e R\$ 500 mil foram destinados para outros projetos de cunho ambiental.

A Endesa Fortaleza situa-se em uma área de transição, de formação de caatinga e início da região litorânea do Estado do Ceará, estando próxima a áreas consideradas de preservação permanente e Áreas de Preservação Ambiental (APAs), conforme a classificação do Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC). Apesar disso, as atividades operacionais da empresa não impactam diretamente, de forma significativa, nenhuma área ou *habitat* sensível, protegido ou sob regime especial de proteção. Desta forma, pode-se afirmar que não ocorreram mudanças significativas de *habitats* resultantes das atividades da Endesa Fortaleza.

A Endesa Cien, desde a instalação de seus empreendimentos, desenvolve programas com o objetivo de proteger áreas de preservação ambiental e recuperar regiões degradadas. Nesse sentido, destaca-se o Projeto Garabi, relativo à Reposição Florestal da Linha de Transmissão Garabi-Itá, desenvolvido em um período de cinco anos. O projeto foi responsável pelo plantio de mais de 300 mil árvores nativas, em nove municípios da região noroeste e fronteira oeste do Rio Grande do Sul. O Projeto Garabi contou com a participação de 538 proprietários rurais,

além do envolvimento de diversas escolas da região, em atividades educativas e de plantio de mudas.

Outro programa que merece destaque refere-se à aplicação de recursos para a regularização fundiária, aparelhamento e operacionalização de Unidades de Conservação no Estado do Rio Grande do Sul. Com esse programa, implantado como medida compensatória pela Endesa Cien, são aplicados recursos nos Parques Nacionais de Aparados da Serra, Serra Geral e Lagoa do Peixe, além da previsão de recursos a serem aplicados em duas Unidades de Conservação (UCs) estaduais.

### Gestão de Impactos nas Empresas de Distribuição da Endesa Brasil

#### Resíduos

Os resíduos gerados nas instalações das empresas de distribuição da Endesa Brasil são segregados, identificados e acondicionados de acordo com seu tipo, em depósitos temporários. Para o controle desses resíduos, são feitos registros em fichas de Gestão Interna de Resíduos, que recolhem a informação sobre o tipo, a quantidade, o transportador e o destinatário, conforme instruções e normas técnicas ambientais. Ressalta-se que a gestão de resíduos visa desenvolver a cultura de sua redução pelo reúso e reciclagem, minimizando impactos sobre o meio ambiente.

#### Controle de Podas de Árvores

Para evitar impactos com as podas e o desmatamento, empresas especializadas nessa atividade são contratadas para a realização do serviço. Existem ainda procedimentos técnicos e de segurança que orientam as atividades das empresas de modo a recolher os galhos de forma adequada, minimizando a interferência da rede elétrica na vegetação, a qual constitui riscos de acidentes para as pessoas e para o meio ambiente, além de ocasionar interrupções no fornecimento de energia. A adoção de tais procedimentos no campo de trabalho é freqüentemente fiscalizada em seus aspectos técnicos de controle e prevenção de acidentes.

#### Controle de Emissão de Ruídos

No que tange à emissão de ruído, oriunda das instalações de transmissão de energia elétrica, subestações e linhas elétricas, as empresas dispõem de uma série de ações preventivas e corretivas destinadas a seu controle, para minimizar o desconforto às comunidades do entorno.

### Manejo de Emissões, Efluentes e Resíduos nas Empresas da Endesa Geração Brasil

A Endesa Cachoeira, a Endesa Fortaleza e a Endesa Cien possuem medidas de contenção e procedimentos específicos referentes ao gerenciamento de impactos potenciais, relacionados principalmente a eventuais derrames de óleos. Além disso, realizam estudos de materiais alternativos e estimulam em sua cadeia de negócios o uso de materiais com baixo nível de impacto ambiental.

O Sistema de Gestão Ambiental das empresas vem acompanhando regularmente o destino dos resíduos que entrega a terceiros para venda, de modo a se assegurar da adequação de sua destinação. O objetivo é ser um exemplo em excelência no gerenciamento de emissões, resíduos e efluentes.

Em 2006 não foram registrados impactos ambientais significativos imprevistos relacionados à gestão de resíduos sólidos, produtos químicos e efluentes nas empresas da Endesa Geração Brasil.

#### Emissões

As atividades realizadas nas empresas da Endesa Geração Brasil não produzem emissões significativas de substâncias que destroem a camada de ozônio e consomem pequenas quantidades de SF<sub>6</sub>, substância utilizada em todo o setor elétrico. O consumo anual de SF<sub>6</sub> em 2006 foi de aproximadamente 12 kg na Endesa Cachoeira, 29,1 kg na Endesa Cien e sua utilização

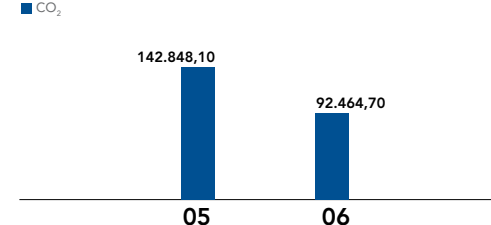
não foi necessária na Endesa Fortaleza, que apresentou ainda uma emissão de aproximadamente 91,5 kg de clorodifluormetano, utilizado em sistemas de condicionadores de ar.

As atividades de produção de energia hidrelétrica e de conversão e transmissão, realizadas respectivamente pela Endesa Cachoeira e pela Endesa Cien, também não produzem emissões significativas de gases causadores do efeito estufa, como o dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), o metano (CH<sub>4</sub>), o óxido de nitrogênio (N<sub>2</sub>O), os hidrofluorcarbonos (HFCs), os perfluorcarbonos (PFCs) e os hexafluoretos de enxofre (SF<sub>6</sub>).

Na Endesa Fortaleza a emissão direta de gases causadores do efeito estufa está diretamente relacionada à queima do combustível utilizado para a geração de energia elétrica. A emissão de CO<sub>2</sub> da empresa em 2006 apresentou uma redução de 35,3% com relação ao ano anterior.

Não ocorrem emissões significativas de outros gases de efeito estufa originadas de fontes pertencentes ou controladas por terceiros a serviço da Endesa Fortaleza.

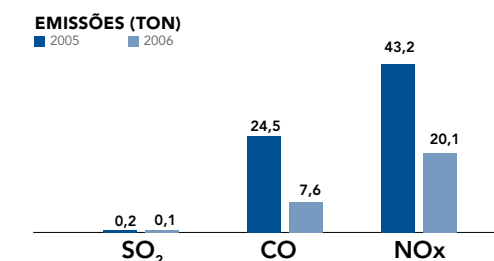
#### EMIÇÃO (TON)



Pela natureza de suas atividades, a Endesa Cachoeira e a Endesa Cien não produzem emissões significativas de monóxido e dióxido (NOx) e óxidos de enxofre (Sox), não geram poluentes orgânicos persistentes e não têm impacto transfronteiriço ou que envolva a adoção de Procedimento de Conhecimento Prévio Informado.

A Endesa Fortaleza monitora continuamente as emissões de gases oriundos da combustão do gás natural. Graças às características menos poluentes do combustível empregado, os valores de concentração das emissões de gases contaminantes são relativamente baixos, bem como a quantidade total emitida. Além disso, o aumento da eficiência no processo de geração de energia em 2006 garantiu a redução de tais emissões em relação ao ano anterior.

Seguem abaixo as emissões significativas de SO<sub>2</sub>, CO e NOx da empresa:



#### Efluentes

As atividades da Endesa Cachoeira e da Endesa Cien não causam impactos negativos sobre corpos d'água receptores de seus efluentes. A qualidade final das águas servidas, que são previamente tratadas em sistema específico, e a vazão bastante reduzida de lançamento dessas águas são incapazes de alterar as características desses receptores.

A Endesa Cien adota o sistema de infiltração no solo para uma parte dos esgotos tratados, não havendo lançamento direto nos corpos d'água.

A Endesa Cachoeira não produz descargas expressivas de águas servidas, que são basicamente originadas do sistema de esgotamento sanitário e de serviços de limpeza da área administrativa e industrial. Em 2006, o volume de efluentes sanitários tratados pela Estação Compacta de Tratamento de Efluentes Líquidos da Usina de Cachoeira foi de aproximadamente 593,5 m<sup>3</sup>,

valor compatível com a população atendida pelo sistema e que inclui 100% do volume de efluentes sanitários gerados.

A Endesa Fortaleza entrega seus efluentes líquidos resultantes do processo de geração de energia para receptor externo no mar, nas proximidades do Porto do Pecém. O recalque e o lançamento do efluente são realizados pela Companhia de Águas e Esgotos do Ceará (CAGECE), mediante contrato com a Endesa Fortaleza. A CAGECE possui licenciamento ambiental específico para a atividade e é responsável pelo monitoramento dos impactos associados.

Descarte de Água Industrial (m³)	
2005	2006
309.257	424.466

A atividade operacional das empresas da Endesa Geração Brasil não apresenta aspectos que causem impactos a fontes de água e ecossistemas/*habitats* significativamente afetados pelo consumo de água. Durante 2006 não foram verificadas quaisquer situações de derramamento significativo de produtos químicos, combustíveis com impactos ao meio ambiente, nem procedimentos de remoção de solo.

#### Resíduos

As empresas da Endesa Geração Brasil não produzem, importam ou exportam resíduos, assim como não fazem transporte transfronteiriço de resíduos perigosos, conforme os termos especificados na "Convenção da Basiléia".

Todos os resíduos gerados pelas empresas são segregados, conforme sua natureza, para a disposição adequada.

Em 2006 foram geradas 73,7 toneladas de resíduos, sendo 2,4 toneladas de resíduos perigosos (óleos usados e outros materiais) e 71,3 toneladas de resíduos não perigosos e materiais recicláveis, pela Endesa Cachoeira.

Na Endesa Cien foram geradas 37,5 toneladas de resíduos, sendo 1,4 tonelada de resíduos perigosos (óleos usados e outros materiais) e 36,1 toneladas de resíduos não perigosos e materiais recicláveis.

E na Endesa Fortaleza foram gerados 412.228,1 kg de resíduos, sendo 272.790 kg de resíduos perigosos (óleos usados e outros materiais), 139.043,3 kg de resíduos não perigosos, dos quais 11.330 kg de resíduos comuns e 126.993 kg de materiais recicláveis.

Em todas as empresas da Endesa Geração Brasil os resíduos recicláveis são periodicamente encaminhados a uma empresa de reciclagem, após serem realizados tratamentos de lavagem físico-química, que visam descontaminar os produtos.

Os resíduos de baterias e *tonners* são devolvidos por todas as empresas aos fornecedores para que sejam destinados adequadamente, conforme estabelecido pela legislação brasileira. Os produtos que contêm graxa ou tintas, por sua vez, são enviados para empresas especializadas em seu tratamento.

De acordo com a particularidade do serviço oferecido pelas empresas, não existe recuperação de produtos ou embalagens, tendo em vista que seu consumo é imediato. Portanto, não há controle de energia para elaboração de produtos, nem uso indireto de energia.

## Educação Ambiental

Tendo em conta a importância da conscientização de seus parceiros em torno da temática ambiental, as empresas de distribuição da Endesa Brasil consideram a educação ambiental como um instrumento para o desenvolvimento e a consolidação de uma atitude ética e cidadã em relação ao meio ambiente.

### FORMAÇÃO AMBIENTAL INTERNA

#### Ampla

Na Ampla foram realizadas diversas atividades de formação ambiental interna em 2006:

- Programa Anual de Formação Ambiental – 127 horas de cursos para 60 membros do Comitê Ambiental e do grupo de coordenadores ambientais, incluindo a formação de auditores ambientais e treinamentos específicos;
- palestras para todos os colaboradores sobre o SGA, sobre práticas de redução do consumo e de coleta seletiva;
- oficina de educação ambiental para os filhos dos colaboradores da empresa com atividades associadas ao plantio de sementes, à reciclagem e à produção de brinquedos a partir do lixo.

#### Coelce

Na Coelce, com vistas à implementação do SGA, foram realizados em 2006 os seguintes treinamentos:

- Formação Ambiental – foram treinados na Coelce 1.524 empregados/estagiários e 5.478 empregados de empresas parceiras;
- Formação de Auditores Ambientais – foram treinados 109 empregados;
- treinamento sobre procedimentos ambientais, normas técnicas ambientais, instruções de controle ambiental e procedimentos de execução – foram treinados 1.168 empregados da Coelce e de empresas parceiras.

#### Endesa Cachoeira, Endesa Fortaleza e Endesa Cien

Na Endesa Cachoeira, na Endesa Fortaleza e na Endesa Cien foi elaborada a campanha pelo "Consumo Consciente", direcionada aos colaboradores, possibilitando uma reflexão para um consumo mais coerente com o atual momento histórico, pois se torna urgente diminuir o ritmo de consumo da sociedade. Os procedimentos adotados para diminuir o impacto ambiental da atuação das empresas concentram-se em três ações:

- utilização de material reciclado em todos os impressos produzidos pela empresa;
- coleta seletiva, destinando os recursos obtidos a instituições sociais e escolas;
- manutenção de espaço aberto para sugestão dos colaboradores, por meio do programa *In!nova*.

Além disso, as empresas estimulam, com a produção de materiais didáticos e palestras, outras medidas que visam à reestruturação das práticas de consumo, incentivando a:

1. planejar as compras, evitando produtos desnecessários;
2. avaliar os impactos do consumo, considerando o meio ambiente e a sociedade na hora de escolher algum produto;
3. consumir apenas o necessário, vislumbrando as reais necessidades;
4. reutilizar produtos e embalagens;
5. separar o lixo, contribuindo para a economia de recursos naturais e gerando empregos;
6. tomar crédito conscientemente, planejando a compra para ter a certeza de que pode honrar as prestações assumidas;
7. conhecer e valorizar as práticas de responsabilidade social, escolhendo empresas comprometidas com os colaboradores, a sociedade e o meio ambiente;
8. não comprar produtos ilegais ou pirateados, contribuindo para a geração de empregos e a arrecadação de impostos aos cofres públicos;

9. contribuir para a melhoria de produtos e serviços, enviando sugestões e críticas para as empresas;
10. divulgar o consumo consciente, contribuindo com a causa;
11. cobrar dos políticos, escolhendo candidatos e partidos comprometidos com o consumo consciente.

## FORMAÇÃO AMBIENTAL EXTERNA

### Ampla

#### Dia da Árvore

Nos dias 20 e 21 de setembro, foram distribuídas 4 mil sementes de espécies nativas da Mata Atlântica e folhetos informativos sobre meio ambiente, com dicas de plantio e preservação, aos pedestres em duas praças de São Gonçalo e na Estação das Barcas de Niterói. Também foram realizadas palestras ambientais em três escolas municipais de São Gonçalo.

#### Dia Mundial da Água

No dia 22 de março foram realizados:

- exposição na sede da empresa sobre a situação atual dos recursos hídricos do Estado do Rio – a mostra teve o enfoque do consumo consciente e a necessidade de conservar os ecossistemas, por meio de práticas sustentáveis de uso dos recursos naturais (foram expostos *banners* e maquetes e houve exibição de vídeos educativos);
- palestra com o escritor e jornalista André Trigueiro para o lançamento do livro *Mundo Sustentável*, que teve 100% dos direitos autorais revertidos para o Centro de Valorização da Vida.

#### Dia Mundial do Meio Ambiente

Nos dias 4 e 5 de junho, no Campo de São Bento, em Niterói, foram distribuídos:

- sacos de lixo para carros e lâmpadas eficientes, conscientizando a comunidade local sobre as ações que contribuem para a sustentabilidade global;
- folhetos com a Política Ambiental da Ampla, reafirmando seu compromisso com o meio ambiente e seu propó-

sito de obter a certificação na norma internacional ISO 14001, além da distribuição de sacos de lixo para carros aos colaboradores que estiveram no edifício-sede.

### Coelce

#### Coelce nas Escolas

O projeto tem como objetivo a capacitação de professores para atuarem como multiplicadores em educação ambiental. São realizadas apresentações teatrais de “As Aventuras do Lampinha”, que, de modo lúdico, transmitem para as crianças a importância do uso seguro e racional da energia elétrica. O público-alvo do projeto são alunos dos Ensinos Fundamental e Médio das escolas públicas do Ceará. Os multiplicadores são capacitados pelo Centro Federal de Educação Tecnológica (CEFET/CE), com a metodologia “A Natureza da Paisagem”, concebida pelo Procel/Eletróbrás.

O programa, iniciado em 1999, já atendeu 408 mil alunos. Em 2006 o projeto realizou atendimento em 85 escolas, capacitando 680 professores e envolvendo em torno de 93 mil alunos, com um investimento de R\$ 500 mil.

#### Escola Coelce Caminhos Eficientes

Lançado em 12 de dezembro de 2006, o projeto consiste no desenvolvimento de atividades lúdicas em uma plataforma móvel, que visa percorrer todos os municípios cearenses com o fim de introduzir nas comunidades a cultura do uso racional e seguro da energia elétrica e o respeito ao meio ambiente. São capacitadas crianças, donas de casa e lideranças comunitárias, com a utilização de recursos didáticos e pedagógicos e a realização de atividades multidisciplinares. Em 2006 foram atendidas sete comunidades, beneficiando diretamente 675 pessoas e indiretamente 2,7 mil pessoas, com um investimento de R\$ 656 mil. A meta para 2007 é o atendimento a 25 comunidades.

#### Grafitando com Arte

O projeto tem o objetivo de utilizar muros de subestações da Coelce para a pintura de painéis divulgando

seus projetos ambientais, conscientizando e transformando a juventude por meio da arte do grafite. O projeto beneficia os grafiteiros cearenses com a exposição de seus trabalhos, seguindo temas de educação ambiental, transmitindo mensagens educativas a respeito da proteção, da conservação e do desenvolvimento sustentável dos recursos naturais. Em 2006 foram pintados 13 muros e o valor investido foi de R\$ 6 mil.

#### Coelce – Uma Luz para o Verde

O projeto teve início em 2005 e consiste na plantação de mudas originárias da Mata Atlântica. Em 2006 contemplou os municípios cearenses de Guaramiranga, Pacoti e Juazeiro do Norte, objetivando a revitalização da Natureza nessas regiões. Em 2006 foram plantadas 100 mudas, com um investimento de R\$ 9 mil.

#### Dia Coelce do Meio Ambiente

O Dia Coelce do Meio Ambiente é comemorado em 4 de outubro, com uma programação educativa, alinhada com os princípios da política ambiental da empresa. Em 2006 o evento contou com atividades em todas as sedes da companhia e também com apresentações de teatro e do Coral das Luzes, campanha informativa, “lanche consciente”, além da realização de jogos e da entrega de brindes. Cerca de 500 colaboradores participaram do evento.

#### Ecotimes na Coelce

A Coelce, com o intuito de potencializar a divulgação de sua política e a realização de projetos e ações no âmbito de toda a companhia, criou os Ecotimes, formados por 87 empregados, que compõem 11 grupos, espalhados em todas as regiões do Estado do Ceará.

Em 2006, os integrantes do Ecotimes se envolveram em diversas atividades, dentre as quais:

- comemoração do Dia Coelce do Meio Ambiente, em 4 de outubro;
- treinamento de conscientização ambiental para empregados e colaboradores de empresas parceiras, acerca do Sistema de Gestão Ambiental;

- auditorias internas com vistas a averiguar a implementação do SGA;
- palestras nas comunidades para a difusão da temática ambiental;
- realização de treinamento referente ao SGA para colaboradores.

### Endesa Cachoeira

A Endesa Cachoeira patrocinou uma semana temática de preservação da natureza, usando a arte como veículo da informação, na Escola Municipal do Instituto Novo Goiás, que possui 50 anos de história e pode ser considerado uma das referências do município de Cachoeira Dourada, em Goiás.

### Endesa Cien

#### Semana do Meio Ambiente

Em 2006, o programa de voluntariado da Endesa Cien promoveu a Semana do Meio Ambiente, em comemoração ao Dia do Meio Ambiente. O principal objetivo desse projeto foi promover atividades de conscientização acerca da questão ambiental, com destaque para a coleta seletiva de lixo. Entre os atores diretamente envolvidos no projeto estavam a comunidade, os colaboradores da empresa e o poder público. A empresa doou para a cidade quatro contêineres de mil litros e dois conjuntos de recipientes para coleta seletiva, sendo uma parte desses recipientes destinada às escolas da região. Com isso, pretende-se que o trabalho fomentado pela Endesa Cien tenha continuidade. A empresa se comprometeu com o descarte do lixo e com a venda do material reciclável, cuja renda será revertida às escolas. Ela se responsabilizou, ainda, pelo apoio financeiro, cartilhas, cartazes e prêmios para o concurso realizado nas escolas da região, além da elaboração do material informativo que foi distribuído por seus colaboradores. O objetivo foi conscientizar a população sobre reciclagem, coleta seletiva e cuidado com o meio ambiente.

## Iniciativas Sustentáveis das Empresas da Endesa Brasil

### Utilização de Papel Reciclado

A Ampla é a primeira distribuidora de energia do País a imprimir suas contas de luz em papel reciclado. Desde fevereiro de 2006, todos os 2,3 milhões de clientes da empresa passaram a receber suas faturas no novo material.

Essa ação envolve a substituição de 100% do consumo de sete toneladas de papel/ano destinadas para esse fim. O papel reciclado também é empregado em 80% da comunicação interna e externa (folhetos, cartilhas, cartazes, contracheques, cartões de visita, envelopes, papel-carta etc.). A empresa pretende realizar, gradativamente, a substituição da maior parte do papel branco pelo reciclado para a impressão de seus documentos internos e externos.

A Endesa Cachoeira, a Endesa Fortaleza e a Endesa Cien, a partir da campanha de “Consumo Consciente”, desenvolvida em 2006, utilizam papel reciclado em todo o material gráfico impresso para a comunicação interna e externa.

### Coleta Seletiva

O programa de Coleta Seletiva acontece em todas as áreas operacionais, desde a correta separação até sua adequada destinação final, em todas as empresas da Endesa Brasil.

### Incentivo para a Reciclagem – Energia na Lata

É um projeto da Ampla que possibilita aos clientes trocarem latas de alumínio e garrafas PET por descontos em sua conta de luz. Foi ampliado em 2006, com a abertura de mais um posto de coleta em São Gonçalo. Os três postos realizaram mais de 500 trocas por meio desse projeto, que conta com a parceria da Aleris Latasa.

### Tratamento e Descarte de Lâmpadas – Papa-Lâmpadas

O projeto Papa-Lâmpadas da Ampla envolve o uso de um equipamento para o descarte de lâmpadas fluorescentes e pode satisfazer as necessidades tanto do grande como do pequeno gerador de lâmpadas queimadas. O equipamento funciona como uma usina de tratamento, sendo composto de um tambor metálico de 200 litros e um sistema de tripla filtragem que retém o pó e os gases venenosos.

Tem capacidade para compactar aproximadamente 850 lâmpadas por tambor. Transforma resíduo classe I – lâmpadas fluorescentes – em resíduo classe II – vidro triturado e descontaminado, para ser reciclado. Usa um sistema de três estágios de filtro para remover as micropartículas de vidro, pó fosfórico e vapores de mercúrio. Os fragmentos resultantes da moagem são pequenos e compactos. Elimina os riscos de manuseio e os custos de transporte, prevenindo a poluição ambiental e a contaminação de pessoas e animais por substâncias tóxicas presentes nas lâmpadas fluorescentes.

Iniciado em agosto, o projeto descontaminou aproximadamente 10 mil lâmpadas fluorescentes das unidades operativas da Ampla, da Marinha do Brasil e de contratos de iluminação pública com prefeituras. A divulgação se dá no contato com clientes e na apresentação em eventos – como a 2ª Mostra Ampla de Inovação e Tecnologia, que recebeu cerca de 2 mil visitas de estudantes de universidades e escolas técnicas do Estado –, grandes clientes, clientes de governo e fornecedores. O objetivo do projeto é a prevenção da poluição, com a meta de atender às necessidades internas de gestão ambiental da Ampla (todas as unidades administrativas/operacionais certificadas na ISO 14001), assim como o apoio na gestão de clientes (contratos de iluminação pública e grandes clientes, entre outros).

## Fontes de Energia Alternativa

### Energia Solar

A Ampla, em parceria com o Comitê Gestor Estadual-RJ do Programa Luz para Todos, estava, em 2006, no processo de conclusão de um projeto pioneiro de instalação de energia solar para beneficiar 55 famílias caiçaras da Ilha do Algodão e da Ponta da Juatinga, na região de Paraty e Angra dos Reis. O projeto visa atender às comunidades isoladas de difícil acesso e em região de preservação ambiental, sendo um marco para completar a eletrificação costeira dessas cidades. O sistema solar consiste no fornecimento de energia por meio de painéis fotovoltaicos, sem qualquer poluição para o meio ambiente, inclusive por utilizar materiais reciclados de plástico e alumínio em sua estrutura.

### Energia Eólica

Do total de energia elétrica contratada pela Coelce em 2006, a energia proveniente da fonte eólica corresponde a aproximadamente 1%. Para o suprimento com este tipo de energia, a Coelce mantém contrato com a empresa Wobben Windpower Indústria e Comércio Ltda., comprando energia de três parques eólicos (Taíba, Praia e Mucuripe), todos situados no Estado do Ceará.

A Coelce viabiliza ainda a atuação de empreendimentos geradores de energia eólica ao disponibilizar seu sistema de distribuição de energia para sete empreendimentos, mediante contrato. Esses empreendimentos eólicos são selecionados no âmbito do Programa de Incentivo às Fontes Alternativas de Energia Elétrica (PROINFA).

Empreendimentos Eólicos com o Uso da Rede de Distribuição da Coelce 2006

Empresa	Projeto	Potência Instalada (MW)	Conexão
Eco Energy Ltda.	Central Geradora Eólica Beberibe	25,2	SE Cascavel – 69 kV
Eletrowind S/A	Central Geradora Eólica Parajuru	28,8	SE Aracati e Itaíçaba – 69 kV
SIIF Ltda.	Central Geradora Eólica Foz do Rio Choró	25,2	SE Pacajus – 69 kV
SIIF Ltda.	Central Geradora Eólica Paracuru	23,4	SE Pecém – 69 kV
Ventos Energia	Central Geradora Eólica Taíba Albatroz	16,5	SE Pecém – 69 kV
Rosa dos Ventos	Central Geradora Lagoa do Mato	3,23	SE Aracati
Eólica Paracuru Ltda.	Central Geradora Paracuru	23,4	SE Paraipaba

## INOVAÇÃO – COMPROMISSO COM A EFICIÊNCIA

Diante da dinâmica do mercado, cada vez mais competitivo, as empresas da Endesa Brasil buscam idéias e inovações em todas as áreas, com novos produtos, novas maneiras de segmentar os clientes e novos modelos de negócio. Para que, desta forma, consigam gerar valor superior para o mercado e seus parceiros.

O compromisso com a eficiência das empresas da Endesa Brasil é resultado da sinergia da dimensão econômica e da dimensão ambiental, integradas ao compromisso com o crescimento, por meio da inovação.

Ao aliar inovação à eficiência das atividades, as empresas da Endesa Brasil buscam utilizar ferramentas disponíveis e orientadas à capacidade de pesquisa e desenvolvimento, para assim reduzir impactos de suas atividades e ampliar o uso consciente de recursos. Com a consolidação de sua cultura de investir em novas tecnologias no setor elétrico, essas empresas têm assumido uma posição de destaque no Brasil.

As empresas da Endesa Brasil utilizam recursos naturais muito valiosos e os processos industriais próprios de suas atividades geram efeitos inevitáveis sobre o ambiente. Por isso realizam um processo de gerenciamento ambiental de suas atividades, dos padrões de conduta e qualidade nas instalações, produtos, materiais e equipamentos.

As empresas estabelecem, ainda, metas de minimização de produção de resíduos e redução do consumo de recursos naturais; para tanto, procuram empregar tecnologias limpas e eficientes, orientando seu potencial de inovação tecnológica para a redução dos efeitos sobre o meio, em escala local e global.

### Eficiência no Uso de Recursos

As empresas da Endesa Brasil utilizam indicadores específicos de eficiência ambiental para controlar o uso de energia, água e materiais e estabelecem objetivos

de melhoria contínua, procurando manter-se em diálogo com as inovações tecnológicas que sejam ambientalmente seguras. O objetivo é incorporá-las aos processos de produção ou prestação de serviços.

### Água

Uma parte da água utilizada pelas empresas da Endesa Brasil está associada diretamente às atividades de produção, conversão e transmissão de energia elétrica da Endesa Cachoeira, da Endesa Fortaleza e da Endesa Cien.

A Endesa Cachoeira gera energia hidrelétrica por meio do regime de operação a fio d'água, usando a vazão regularizada do Rio Paranaíba. Além disso, utiliza água para o resfriamento dos óleos lubrificantes das turbinas da usina em sistema aberto, com a passagem da água por trocador de calor, de montante para jusante da barragem, sem comprometimento significativo de suas características. As águas utilizadas são liberadas a jusante, local em que se misturam com as águas que passaram pelo conduto das turbinas e/ou pelas comportas dos vertedouros, onde ocorre o equilíbrio da temperatura. O uso de água da empresa é praticamente 100% não consultivo, ficando ela disponível para outros usos a jusante.

A Endesa Cien utiliza sistema fechado de água para o resfriamento do conjunto de válvulas utilizado no sistema de controles de temperatura das Estações Conversoras Garabi I e II, com reaproveitamento de quase 100% da água, que por sua vez é novamente resfriada, por meio de trocadores de calor, com o uso de ventiladores.

A Endesa Fortaleza contrata fornecimento de água da Companhia de Gestão dos Recursos Hídricos do Ceará (COGERH-CE) para suas atividades produtivas. A água fornecida para a usina vem de um açude artificial, que foi construído para o armazenamento e a distribuição de água via canal aberto, tendo em vista o desenvolvimento regional. A empresa consome água desmineralizada e para resfriamento, e possui um sistema que possibilita sua reutilização posterior. Em 2006, o consumo de água no processo de geração de energia da Endesa Fortaleza foi de 424.452 m³.

A outra parte do consumo de água ocorre em todas as empresas da Endesa Brasil e se realiza em função do consumo humano, para serviços gerais e de limpeza, e para esgotamento sanitário e jardinagem. Esse consumo de água tratada é contratado de fornecedor externo por todas as empresas.

Consumo de Água Potável pelas Empresas da Endesa Brasil	
Empresa	Consumo (m³)
Ampla	101.336
Coelce	50.645
Endesa Cachoeira	4.804
Endesa Cien	1.244
Endesa Fortaleza	6.883

### Materiais

Em razão da própria natureza do serviço de geração de energia, apenas a Endesa Cachoeira e a Endesa Fortaleza têm apresentado dados relevantes sobre consumo de materiais.

Na Endesa Cachoeira, com exceção da própria água utilizada na geração de energia, o uso de materiais mais importante é o relacionado ao emprego de óleos lubrificantes. O volume de óleo utilizado em 2006 foi de 2,8 m³.

A Endesa Fortaleza utiliza gás natural fornecido pela CEGÁS na produção de energia, sendo este o insumo

mais importante utilizado pela empresa, em conjunto com a água. Em 2006 foram utilizados 51.343,3 dm³ de gás para a geração de energia elétrica.

As empresas não utilizam materiais reprocessados ou resíduos de fontes externas à empresa.

### Energia

Sem contar a energia contratada pelas distribuidoras e pela Endesa Cien para comercialização, o principal foco de consumo de energia nas empresas da Endesa Brasil ocorre na utilização direta para serviços gerais e auxiliares, nos locais de funcionamento das sedes das empresas.

Consumo de Energia Elétrica pelas Empresas da Endesa Brasil	
Empresa	Consumo (kWh)
Ampla	17.772.403
Coelce	10.000.000
Endesa Cachoeira	4.998.082
Endesa Cien	24.000.000
Endesa Fortaleza	12.458.365

## Pesquisa e Desenvolvimento

Como consta em cláusula específica dos contratos de concessão, as empresas do setor elétrico são obrigadas a investir anualmente em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D). Os primeiros contratos de geração previam o percentual mínimo de 0,25% da receita anual, enquanto que para os contratos de distribuição o percentual era de 0,1%.

Com a edição da Lei nº 9.991, de 24 de julho de 2000, os percentuais para investimentos mínimos em P&D foram alterados, bem como ampliada a abrangência de agentes do setor elétrico comprometidos com investimentos. Dessa forma, todas as empresas concessionárias, permissionárias e autorizadas do setor de energia elétrica passaram a investir em P&D.

As concessionárias e autorizadas do serviço público de geração, assim como os produtores independentes, ficaram obrigadas a investir, anualmente, no mínimo 1% (um por cento) de sua receita operacional líquida (ROL) em pesquisa e desenvolvimento no setor elétrico, excluindo-se, por isenção, as empresas que geram energia, exclusivamente, a partir de instalações

eólicas, solares, de biomassa e pequenas centrais hidrelétricas.

A Aneel é a responsável por estabelecer as diretrizes e as orientações que regulamentam a elaboração de projetos de P&D por meio do Manual de Programa de Pesquisa e Desenvolvimento do Setor de Energia Elétrica.

**Diretrizes Gerais da Lei nº 9.991/2000**

Dos recursos totais, equivalente ao montante mínimo de 1% da ROL:

- 40% (quarenta por cento) para projetos de pesquisa e desenvolvimento segundo os regulamentos estabelecidos pela Aneel;
- 40% (quarenta por cento) devem ser depositados no Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FNDCT);
- 20% (vinte por cento) para aplicações no Ministério de Minas e Energia.

A legislação brasileira vigente estabelece, ainda, que as empresas do setor de importação e exportação de energia não são obrigadas a investir em pesquisa e desenvolvimento, o que isenta a Endesa Cien de tais investimentos.

um ou mais projetos. Todo mês de março as empresas enviam à agência reguladora um programa contendo vários projetos de pesquisa. Após a aprovação, inicia-se a execução dos projetos. Os valores calculados em 2006 pelas empresas para aplicação a partir de 2007 são:

Os programas das empresas geradoras da Endesa Brasil são divididos em ciclos e podem ser constituídos por

**Aplicação em P&D das Empresas Geradoras da Endesa Brasil**

Setor	Endesa Fortaleza	Endesa Cachoeira
Fundo Nacional de Desenvolvimento Tecnológico (FNDCT)	1.902.260,40	1.006.223,47
Ministério de Minas e Energia (MME)	1.545.643,27	503.111,73
Programas de Pesquisa e Desenvolvimento	2.487.275,42	1.080.923,47
<b>Total</b>	<b>5.937.185,09</b>	<b>2.590.258,66</b>

A obrigação de recolhimento dos valores para a Endesa Cachoeira começou em janeiro de 2006 e a Endesa Fortaleza aplica 1% de sua ROL desde dezembro de 2003, que é o montante mínimo de investimentos exigidos pela Aneel às geradoras de energia.

Aneel em janeiro desse mesmo ano. Estes projetos foram realizados por meio de parcerias com seis instituições de excelência: CEFET-CE – Centro Federal de Educação Tecnológica do Ceará, EMBRAPA – Centro Nacional de Pesquisa de Solos, UFC – Universidade Federal do Ceará, UFF – Universidade Federal Fluminense, UFJF – Universidade Federal de Juiz de Fora, UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Os valores calculados em 2003 e 2004 pela Endesa Fortaleza foram efetivados a partir de março de 2006, destinados à implantação de projetos aprovados pela

**Principais Projetos de P&D da Endesa Fortaleza – 2006**

Projeto	Perfil	Parceiro	Investimento (R\$)
Efeitos de radiação eletromagnética	Estudos dos efeitos de radiação eletromagnética em planta industrial e desenvolvimento de um sistema de blindagem.	CEFET-CE	262.820,00
Análise de reguladores e estabilizadores de potência de usinas termelétricas	Análise da operação dos reguladores de velocidade, de tensão e estabilizadores de potência de usinas termelétricas de ciclo combinado, interligadas em sistema com geração predominantemente hidráulica.	UFC	196.880,00
SIVIT	Modelagem de um sistema em realidade virtual com interface para mundo real de uma central geradora termelétrica.	CEFET-CE	207.280,00
Transformadores de potência de grande porte	Desenvolvimento de ferramentas inteligentes e adaptativas para incipientes em transformadores de potência de grande porte.	UFC	363.474,00
Agricultura familiar	Avaliação e difusão de tecnologias para o desenvolvimento da agricultura familiar da área do entorno da CGTF.	EMBRAPA	326.325,00
Sistemas inteligentes	Sistemas inteligentes aplicados à confiabilidade e à seletividade de plantas termelétricas.	UFJF UFRJ	272.102,06
Ferramenta computacional de gestão de programas de P&D	Desenvolvimento de metodologia e ferramenta computacional de gestão de programas de P&D no setor de energia elétrica objetivando otimização de recursos e busca de resultados.	UFF	190.255,60
Plataforma de otimização de custos	Desenvolvimento de uma plataforma de otimização de custos de operação e manutenção de usinas térmicas de ciclo combinado.	UFJF UFRJ	394.164,72

As empresas distribuidoras da Endesa Brasil também investem parte de sua receita operacional líquida em P&D, de acordo com a Lei nº 9.991.

A Ampla utiliza para a execução dessa obrigatoriedade regulatória, fixada no contrato de concessão e em legislação específica do setor elétrico, 0,3% da receita operacional líquida anual. Na empresa, entre o início dos ciclos de programas de P&D do setor elétrico, em 1999, e o ano de 2006, foram executados 64 projetos, perfazendo um total investido de R\$ 22 milhões. Em 2006 estavam em andamento 20 projetos, com investimentos de cerca de R\$ 3,5 milhões, sendo oito já concluídos.

Principais Projetos de P&D da Ampla – 2006		
Projeto	Perfil	Status
Energia segura – inibidor de furto	A tecnologia compreende a geração de um sinal que torna a energia no ramal indisponível para consumo por parte ou a totalidade dos equipamentos elétricos, e que a deixa disponível para uso a partir do medidor de consumo. O projeto piloto envolve os municípios de Niterói, São Gonçalo, Duque de Caxias, Magé, Itaboraí e Petrópolis.	Está instalado como piloto em 236 clientes de seis municípios.
Lacre eletrônico	Dispositivo eletrônico, de baixo custo, a ser instalado junto aos medidores de energia para aumentar a segurança contra violações. Ele é capaz de armazenar, de forma eletrônica, código e dados específicos que serão gerados pela concessionária para cada medidor. Posteriormente, em campo, poderão ser lidos por um segundo dispositivo, que indicará ao leitorista as reais condições do lacre. As operações de leitura e inspeção serão realizadas simultaneamente, o que reduzirá os gastos com inspeção.	Em teste. Meta para 2007 é a produção de 45 mil unidades.
Perfil de consumo do cliente furtador	Estuda as determinantes culturais do furto de energia, permitindo à empresa aperfeiçoar as ações existentes, desenvolver e orientar novas medidas a fim de reduzir o furto de energia, preservando a modicidade da tarifa de energia e o equilíbrio econômico-financeiro do contrato de concessão da exploração do serviço.	Em andamento.
Tarifa diferenciada	Objetiva formular e avaliar a adoção de tarifas diferenciadas para os clientes do grupo B (baixa tensão – residencial de baixa renda). A finalidade é melhorar os serviços oferecidos para esse grupo, com tarifas diferenciadas. Dessa forma, a distribuidora teria ainda a curva de carga mais bem equacionada pela redução da demanda máxima no horário de ponta.	Em andamento.
Fechadura com microchip	Fechadura com <i>microchip</i> , que faz o controle remoto do acesso às caixas onde estão instalados os equipamentos de medição de grandes clientes, dificultando sua adulteração.	Concluído.
Veículos elétricos	Estuda o desempenho de veículos elétricos comparados aos veículos a combustão interna. A empresa foi a primeira distribuidora do País a aderir à Associação Brasileira de Veículos Elétricos, criada em agosto de 2006. O projeto inclui testes operacionais de um veículo elétrico de pequeno porte e duas motocicletas elétricas, já adquiridas. A tecnologia veicular elétrica traz ganhos que vão além da pura e simples economia de combustível e da redução de custos operacionais, como redução da emissão dos gases do efeito estufa, redução da poluição sonora e geração de emprego e renda. Será analisada a utilização dos veículos elétricos na frota própria da Ampla.	Em andamento.
Indicadores de sustentabilidade no setor elétrico	A Ampla está desenvolvendo indicadores de sustentabilidade para o setor de distribuição de energia elétrica, como ferramentas para melhorar o gerenciamento das atividades e facilitar a divulgação das informações dos produtos e serviços das organizações. Em médio prazo pretende-se que os indicadores de sustentabilidade integrem os sistemas de gestão da qualidade, meio ambiente, responsabilidade social, saúde e segurança no trabalho, sendo apresentados e divulgados nos relatórios das empresas.	Em andamento.
Mapeamento climatológico	Objetiva reforçar a proteção do sistema nos pontos com maior incidência de fenômenos atmosféricos, e possibilitar que o Centro de Operação do Sistema e os pólos operacionais possam antecipar-se a esses eventos para restabelecer mais rapidamente o serviço de fornecimento de energia.	Em andamento.
Automação da rede de distribuição	Iniciado em 2004 e concluído em 2006, o projeto inclui sete equipamentos (entre religadores e chaves de manobras), 40 monitores de interrupção em consumidores e software especialista, com metodologia para cálculo do retorno financeiro da automação e redução do DEC. Permitirá o telecomando de equipamentos que antes requeriam o deslocamento de turmas para efetuar manobras na rede e restabelecer o fornecimento ao cliente, conferindo mais agilidade à operação e melhoria para os índices de qualidade de fornecimento.	Concluído.
Cultura organizacional	Projeto que estudou e trabalhou a cultura organizacional da Ampla e suas implicações na gestão de Recursos Humanos, bem como seus valores e identidade.	Concluído.
Mercado de gás natural	Visando atender à população da melhor maneira possível, foi feito um estudo do mercado de energia elétrica que pode, eventualmente, vir a ser atendido e/ou substituído pelo gás natural.	Concluído.

**Eficiência Energética** – Realizado desde 1998, esse programa propicia à sociedade conforto, segurança e economia no uso racional de energia elétrica. É executado com 0,5% da receita operacional líquida apurada pelas empresas do setor, de acordo com a Lei Federal nº 9.991/00, regulamentada pela Resolução Aneel nº 17.605. Os projetos de eficiência energética visam eliminar o desperdício de energia e favorecer a sociedade por meio de programas que reduzam custos com energia elétrica e melhorem a qualidade de vida da população. A Ampla conta com os programas para residências de baixa renda, hospitais, delegacias de polícia, programas com fontes alternativas de energia e programa de gestão municipal da energia.

O programa de P&D da Coelce, com o investimento de 1%, envolve projetos em diversas áreas de pesquisa, dentre as quais:

**Eficiência Energética** – objetiva reduzir o desperdício de energia elétrica por meio da troca de equipamentos antigos por novos que tenham consumo menor de energia, modernizar pontos de iluminação e realizar educação ambiental. Para tanto, são realizados projetos de eficiência energética que beneficiam prédios públicos, principalmente os ligados à saúde e à educação, gestão energética e eficiência energética de iluminação pública em municípios e projetos de educação ambiental para a comunidade.

Eficiência Energética em Prédios Públicos		
Instituições Beneficiadas	Benefícios	Investimento
Federação da Agricultura do Estado do Ceará	<ul style="list-style-type: none"> <li>modernização de 108 pontos de iluminação pública;</li> <li>troca de 22 condicionadores de ar;</li> <li>redução na demanda, no horário de ponta, de 18,62 kW;</li> <li>economia de 43 MWh/ano de energia no sistema de refrigeração e iluminação.</li> </ul>	R\$ 33 mil
Casa da Indústria – FIEC	<ul style="list-style-type: none"> <li>modernização de 1.144 pontos de iluminação pública;</li> <li>troca de 11 condicionadores de ar e modernização da central de refrigeração;</li> <li>redução na demanda, no horário de ponta, de 552 kW;</li> <li>economia de 336 MWh/ano de energia no sistema de refrigeração e iluminação.</li> </ul>	R\$ 52 mil
Universidade Estadual do Ceará (UECE)	<ul style="list-style-type: none"> <li>modernização de 3.933 pontos de iluminação pública;</li> <li>troca de 594 condicionadores de ar;</li> <li>redução na demanda, no horário de ponta, de 552 kW;</li> <li>economia de 1.268 MWh/ano de energia no sistema de refrigeração e iluminação.</li> </ul>	R\$ 870 mil
Centro de Ciências Tecnológicas da Universidade Federal do Ceará (UFC)	<ul style="list-style-type: none"> <li>modernização de 1.522 pontos de iluminação pública;</li> <li>troca de 259 condicionadores de ar;</li> <li>redução na demanda, no horário de ponta, de 230 kW;</li> <li>economia de 527 MWh/ano de energia no sistema de refrigeração e iluminação.</li> </ul>	R\$ 348 mil
Centro de Ciências Agrárias da Universidade Federal do Ceará (UFC)	<ul style="list-style-type: none"> <li>modernização de 2.689 pontos de iluminação pública;</li> <li>troca de 439 condicionadores de ar;</li> <li>redução na demanda, no horário de ponta, de 404 kW;</li> <li>economia de 930 MWh/ano de energia no sistema de refrigeração e iluminação.</li> </ul>	R\$ 567 mil



Eficiência Energética em Prédios Públicos		
Instituições Beneficiadas	Benefícios	Investimento
Centro de Hematologia e Hemoterapia do Ceará (HEMOCE)	<ul style="list-style-type: none"> <li>modernização de 832 pontos de iluminação pública;</li> <li>troca de 19 condicionadores de ar;</li> <li>redução na demanda, no horário de ponta, de 40 kW;</li> <li>economia de 88 MWh/ano de energia no sistema de refrigeração e iluminação.</li> </ul>	R\$ 89 mil
Santa Casa de Misericórdia de Fortaleza	<ul style="list-style-type: none"> <li>modernização de 1.061 pontos de iluminação pública;</li> <li>troca de 91 condicionadores de ar;</li> <li>redução na demanda, no horário de ponta, de 77 kW;</li> <li>economia de 258 MWh/ano de energia no sistema de refrigeração e iluminação.</li> </ul>	R\$ 163 mil
Procuradoria Geral de Justiça do Estado do Ceará	<ul style="list-style-type: none"> <li>modernização de 390 pontos de iluminação pública;</li> <li>troca de 19 condicionadores de ar;</li> <li>redução na demanda, no horário de ponta, de 28 kW;</li> <li>economia de 63 MWh/ano de energia no sistema de refrigeração e iluminação.</li> </ul>	R\$ 46 mil
Centro de Ciências da UFC	<ul style="list-style-type: none"> <li>modernização de 1.522 pontos de iluminação pública;</li> <li>troca de 259 condicionadores de ar;</li> <li>redução na demanda, no horário de ponta, de 224 kW;</li> <li>economia de 826 MWh/ano de energia no sistema de refrigeração e iluminação.</li> </ul>	R\$ 610 mil
Total de Investimentos em 2006		R\$ 2.778 mil

**Programa de Gestão Energética Municipal** – Contempla o planejamento energético municipal com a capacitação de técnicos e consultores municipais, que trabalham na operação e no controle financeiro relativo à energia elétrica do município beneficiado. Como instrumento para a gestão, é elaborado para cada município um plano municipal de gestão de energia elétrica. Em 2006 foram beneficiados 13 municípios, capacitados 26 técnicos e investidos R\$ 473 mil.

**Eficiência da Iluminação Pública** – Tem como objetivo modernizar os sistemas de iluminação pública de avenidas e ruas em municípios cearenses, introduzindo equipamentos mais eficientes. Em 2006, foram investidos R\$ 1.985 mil e beneficiados 13 municípios, proporcionando uma redução de 594 kW de demanda no horário de ponta e 2.603 MWh/ano de economia de energia no sistema de iluminação.

**Educação Ambiental** – Tem como objetivo promover uma cultura na sociedade com vistas ao uso eficiente e seguro da energia elétrica. Em 2006, a Coelce realizou dois projetos: Coelce nas Escolas e Escola Coelce Caminhos Eficientes. Foram investidos, no referido ano, R\$ 1.156 mil.

**Meio Ambiente** – Investimentos direcionados para melhorar o entendimento dos impactos ambientais provocados pela distribuição de energia e as medidas mitigadoras de tais impactos. Em 2006, foram investidos R\$ 1.375 mil nos seguintes projetos: Desenvolvimento de Metodologia para o Acompanhamento Contábil do Sistema de Gestão Ambiental da Coelce, Desenvolvimento de Processo Biotecnológico de Compostagem para a Reciclagem dos Resíduos de Poda de Árvores, Desenvolvimento e Implementação de Óleo Ecológico, Programa Coelce de Desenvolvimento Social pela

Energia Consumida – Projeto ECoelce, Sistema de Gestão e Manejo da Arborização Urbana ao Longo das Redes de Distribuição.

**Qualidade e Confiabilidade** – Envolve projetos destinados ao desenvolvimento de tecnologias que visem à adequação e à segurança dos sistemas elétricos. Em 2006, foram investidos R\$ 579 mil em projetos de Desenvolvimento e Implantação de Sistema Indicador de Conformidade de Níveis de Tensão e Corrosão e Degradação Atmosférica dos Materiais Elétricos.

**Planejamento e Operação de Sistemas Elétricos** – Projetos destinados ao desenvolvimento de metodologias, técnicas e ferramentas de auxílio ao planejamento e à operação do sistema elétrico. Em 2006, foram investidos R\$ 130 mil no projeto “Avaliação do Grau de Correlação entre as Chuvas no Estado do Ceará e a Energia Requerida pela Coelce”.

**Supervisão, Controle e Operação de Sistemas Elétricos** – Projetos que visam ao desenvolvimento de tecnologia para a sincronização de dados em sistemas de supervisão e controle, análise dinâmica de sistemas em tempo real e desenvolvimento de técnicas para a recomposição de sistemas elétricos. Em 2006, foram investidos R\$ 1.192 mil nos seguintes projetos: Desenvolvimento de Ferramenta Computacional para Auxiliar Operadores de Sistemas Elétricos no Processo de Diagnóstico de Falta, Desenvolvimento de Sistema de Treinamento a Distância e Presencial para Operação e Proteção de Sistemas Elétricos, Detector de Falhas em Conexões e Isoladores para Sistemas de Distribuição Energizados, Investigações para Redução de Riscos Associados à Ocorrência de Falta de Alta Impedância, Sistema Adaptativo para Comunicação de Dados em Redes de Telemetria, Sistema de Controle Automático para Reguladores Indutivos, Sistema de Monitoramento de Descargas Atmosféricas para o Estado do Ceará e Testador de Falhas em Sistemas Radiais de Média Tensão (13,8 kV).

**Desenvolvimento de Tecnologia de Combate à Fraude e Furto** – Projetos que visam ao desenvolvimento de tecnologias para combate ao furto e à fraude de energia elétrica. Em 2006 foram investidos R\$ 271 mil em projetos de Sistema para Corte e Religação de Clientes em Prédios com Múltiplas Unidades de Consumo e Sistema de Religamento e Corte de Unidades Consumidoras com Tecnologia Bluetooth.

## Inovação nas Empresas da Endesa Brasil

### Programa INOVA nas Empresas de Distribuição

Buscar inovações e melhorias simples que possam aumentar a rentabilidade da empresa e melhorar a satisfação dos clientes é um dos principais focos das empresas de distribuição da Endesa Brasil. Nesse contexto, o programa INOVA sistematiza a procura por novas idéias entre os funcionários e colaboradores, que contribuam para a evolução de importantes indicadores da empresa, como qualidade de serviços, redução das perdas de energia, imagem, clima organizacional, rentabilidade e produtividade, entre outros.

Para sedimentar a cultura de inovação e criatividade por todas as áreas das empresas, o programa INOVA possui Comitês de Inovação formando multiplicadores, que também têm a função de apoiar os autores das idéias em seu desenvolvimento e aplicação. Esses colaboradores, de diferentes áreas, realizaram apresentações e discussões sobre inovação.

Em 2006, na Ampla, foram enviadas ao programa INOVA mais de 2,6 mil idéias, das quais 63 foram transformadas em perfis, ou seja, em projetos de inovação ou melhoria aprovados pela Diretoria. A aplicação desses projetos soma um investimento de R\$ 700 mil, com expectativa de benefícios líquidos acima dos R\$ 3 milhões em valor presente líquido. Como incentivo para a participação no programa, os colaboradores recebem, além do reconhecimento público feito pelo presidente e diretores da empresa em solenidade no auditório da sede,

um prêmio em dinheiro. São valores crescentes à medida que a idéia vai se desenvolvendo até ser implantada. O valor é de R\$ 300 quando o perfil é aprovado, mais R\$ 1.000 por projetos pilotos implementados com êxito e até 10% dos benefícios líquidos anuais de um projeto definitivo introduzido em larga escala (com valor limitado a R\$ 10 mil por projeto).

Além disso, durante um evento com os principais executivos da ENDESA, na Espanha, em agosto de 2006, a Ampla foi a empresa mais destacada no Novare – Prêmio Mundial de Inovação da ENDESA, conquistando o primeiro lugar nas categorias Melhor Idéia em Serviços Corporativos, com o envio da fatura por *e-mail*, e Melhor Idéia em Comercialização, com o envio de mensagens eletrônicas avisando os reclamantes sobre o motivo da falta de energia e a previsão do restabelecimento. E ainda recebeu mais duas menções honrosas pelos cases “Criação de Postos de Arrecadação nas Comunidades”, em parceria com as associações locais, e “Desenvolvimento de um Sistema de Distribuição de Ordens de Serviços Comerciais em Tempo Real”. Outro reconhecimento importante dessa cultura de inovação na Ampla foi a classificação como a 12ª empresa mais inovadora do País, no *ranking* de Inovação da revista *Exame*.

Na Coelce, para a implementação do programa foram instituídos 60 multiplicadores de inovação; um pré-comitê, cuja composição é de colaboradores de áreas afins aos projetos e tem como objetivo filtrar idéias para o comitê; e um Comitê de Inovação, composto pela Diretoria da empresa e outros profissionais selecionados, que têm como função selecionar e priorizar os projetos que serão implementados pela companhia. Em 2006, os multiplicadores realizaram 41 palestras, beneficiando 611 empregados. Foram recebidas 141 idéias, enviadas por 71 empregados. Do total de idéias recebidas, 136 foram analisadas e seis foram efetivamente aprovadas pelo Comitê de Inovação.

#### Projeto *In!nova* 2006 nas Empresas da Endesa Geração Brasil

Considerando que a inovação é parte integrante da estratégia da Endesa Geração Brasil, o grupo mantém-se engajado na busca da melhoria contínua do processo de inovação. Tal iniciativa se confirma tanto internamente, com os colaboradores, quanto externamente, por meio de parcerias e investimentos em pesquisa e desenvolvimento.

No início de 2006, a Endesa Geração Brasil manteve a estratégia de recebimento de idéias e sugestões pela intranet corporativa no programa Novare do Campus Endesa Chile. Após ter sido verificada a baixa participação dos colaboradores do Brasil e as dificuldades de acesso e utilização do programa informático existente, a Endesa Geração formou um grupo de estudo composto pelas áreas de Comunicação, Técnica, Recursos Humanos e Tecnologia da Informação a fim de implementar um programa mais abrangente que alcançasse os objetivos da empresa.

Este grupo elaborou uma especificação técnica com as funcionalidades exigidas e a filosofia do projeto. Para a implementação e a gestão do portal foi contratada uma empresa de informática, ficando a área de Comunicação responsável por toda a criação de *folders*, identidade visual, campanha publicitária e divulgação.

O portal *In!nova* foi lançado em 1º de agosto de 2006, com grande sucesso, contando com a participação efetiva de todos os colaboradores e alcançando inclusive o melhor índice de sugestões/funcionário das empresas controladas da Endesa na América Latina. Inicialmente, o *In!nova* contou com dois eixos principais para o envio de idéias: Melhorias Técnicas e “Consumo Consciente” (campanha criada também em 2006).

Ainda na área de inovação, a partir de uma parceria da Endesa Geração Brasil com a Universidade Federal Fluminense (UFF), foi realizado um curso de gestão de inovação para 15 colaboradores do grupo, com o objetivo de capacitá-los a gerenciar e supervisionar o processo de inovação na empresa. Desses participantes, nove colaboradores foram convidados a formar um Comitê de Inovação da Endesa Geração Brasil.

O papel desse comitê permanente é analisar o processo de inovação de cada uma das empresas da Endesa

Geração Brasil, propondo melhorias, corrigindo falhas, controlando índices e buscando a solução de problemas durante o processo. O comitê se reuniu cinco vezes em 2006 e ao final desse ano realizou um levantamento das propostas aceitas e seu *status* de implementação. O ano de 2006 terminou com um total de 221 idéias recebidas. Destas, 104 foram aprovadas pelo comitê, analisadas, sendo 15 implantadas, 13 em implantação, 44 em análise pelas áreas, 16 sem pendências para sua implementação, 11 sem previsão para sua implementação e cinco não serão implementadas.

## SOCIEDADE – COMPROMISSO COM O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE

As empresas da Endesa Brasil, a partir de seus objetos de negócios, reconhecem a importância de sua atuação para o desenvolvimento, o conforto e o bem-estar da sociedade. Tanto por aportar um bem indispensável à sobrevivência humana e ao desenvolvimento econômico como por se relacionar diretamente com as áreas em que atuam. Por isso, as empresas têm o dever de estar plenamente atentas às necessidades sociais e ao crescimento sustentável de suas atividades e do entorno onde estão inseridas.

O impacto social de suas operações é uma preocupação constante da Endesa Brasil e suas empresas controladas. A responsabilidade social empresarial faz parte da estratégia do negócio e está no centro das decisões estratégicas das companhias.

As ações de responsabilidade social empresarial contemplam as necessidades das comunidades que se relacionam com as companhias e levam em conta todos os aspectos econômicos, sociais e ambientais, com o objetivo de contribuir com a melhoria da qualidade de vida da população, promovendo uma cultura corporativa, além de assumirem uma postura de empresas cidadãs diante dos problemas sociais verificados no País.

A Endesa Brasil, assim como suas coligadas, pauta sua estratégia de responsabilidade social empresarial de acordo com o compromisso com a sociedade apresentado acima – adotado por todas as empresas da ENDESA no mundo. Esse compromisso, assumido publicamente e implementado em todas as esferas da companhia, consolida as estratégias de operar de acordo com as diretrizes indicadas.

As ações das empresas da Endesa Brasil estimulam a formação de uma consciência cidadã, por meio dos diferentes programas educativos e culturais, nos quais são incentivadas reflexões sobre os temas: respeito à diversidade, cuidados com a saúde e doenças sexualmente transmissíveis, ética, violência, educação ambiental,

consumo consciente, reciclagem e coleta seletiva, entre outros. Há ainda projetos esportivos de cunho socioeducativo e projetos culturais que visam à preservação do patrimônio histórico e ao resgate da identidade das comunidades.

Além disso, em suas políticas de relacionamento, as empresas da Endesa Brasil consideram a Declaração Universal dos Direitos Humanos uma importante referência para suas atividades, buscando a adequação de suas políticas e práticas na área social a essa declaração, e a outras diretrizes globais, como os princípios do Pacto Global. As empresas da Endesa Brasil também utilizam indicadores locais e princípios de desenvolvimento sustentável difundidos pelo Programa das Nações Unidas pelo Desenvolvimento (PNUD), para estabelecer metas na ação social e definir prioridades. Nesse sentido, mantêm-se atualizadas em relação a riscos e oportunidades por meio de uma relação permanente com organizações da sociedade civil que lidam com o tema do desenvolvimento.

### Comunidades

As ações sociais e a responsabilidade das empresas da Endesa Brasil com as comunidades em que estão inseridas visam a seu desenvolvimento, fundamentado na interação sustentável entre as dimensões social, econômica e ambiental e nos Sete Compromissos da Endesa com o Desenvolvimento Sustentável.

Para isso as empresas definem metas e políticas para gerenciar impactos sobre as comunidades, por meio de sistemas de monitoramento e da construção de mecanismos, em conformidade com as organizações locais, para solucionar esses impactos e auxiliar no desenvolvimento das comunidades.

As empresas da Endesa Brasil consideram os temas da educação ambiental e do direito das futuras gerações fundamentais no desenvolvimento de suas atividades, projetos específicos e conteúdos de seus programas e ações sociais.

Abordam também os temas de protagonismo juvenil, da importância da participação democrática dos jovens e da violência sexual (exploração e abuso) de crianças e adolescentes, e os temas em torno da erradicação do trabalho infantil e da promoção dos direitos da criança e do adolescente.

Em 2006, as empresas da Endesa Brasil realizaram uma série de ações que beneficiaram as comunidades de seu entorno.

#### Projetos Institucionais

A Ampla e a Coelce promovem os projetos Baixa Renda, Universalização no Atendimento e Luz para Todos, que são desenvolvidos por todas as empresas do setor de distribuição de energia elétrica em atendimento às diretrizes da Aneel, o órgão regulador. O objetivo das iniciativas é beneficiar famílias de baixa renda por meio da inclusão social.

O Baixa Renda oferece descontos de até 66% nas tarifas de energia e os demais projetos levam a luz elétrica aonde ela ainda não existe. O programa Luz para Todos, cujo objetivo é eliminar o déficit no atendimento de energia elétrica para a população rural, provoca o crescimento econômico e o desenvolvimento social de várias comunidades, dinamizando a economia local com a possibilidade do uso de máquinas e equipamentos elétricos.

A Ampla encerrou 2006 com 710.082 clientes beneficiados no programa Baixa Renda, o que corresponde a 53,11% do total de clientes residenciais monofásicos elegíveis para o recebimento do benefício, que em dezembro eram 1.336.936. Também conectou à rede elétrica 20.939 clientes, por meio do programa de Universalização no Atendimento, com projetos de extensão de rede, cujos investimentos somaram mais de R\$ 36 milhões. No programa Luz para Todos foram investidos R\$ 16,6 milhões, valor que possibilitou o atendimento de 2.669 unidades consumidoras.

#### Projetos de Desenvolvimento Social

Em 2006, os projetos socioculturais da Ampla beneficiaram aproximadamente 2,37 milhões de pessoas, em vários municípios atendidos pela empresa. A maioria deles foi realizada nas localidades onde a relação com a comunidade era mais crítica e demandava novas formas de diálogo. Os projetos concentraram-se em Niterói, São Gonçalo, Itaboraí, Rio Bonito, Magé e Duque de Caxias. A Ampla investiu nesses projetos R\$ 3.729 mil, com recursos próprios e oriundos de incentivos fiscais municipais e federais. Os valores incentivados totalizaram R\$ 1.378 mil.

A Coelce realizou uma pesquisa de imagem institucional entre seus consumidores, com o objetivo de focar suas ações às demandas desse público e identificar focos de ação social. O resultado impulsionou o surgimento de projetos educacionais, como o Escola Coelce Caminhos Eficientes e o posicionamento da companhia em potencializar a realização de ações que tenham esse foco, como é o caso do projeto Baú de Leitura.

Além desses projetos, a Coelce atua também com diversos projetos culturais de organizações não-governamentais, viabilizados por incentivos fiscais: Lei Estadual de Incentivo à Cultura (Lei Jereissati de Incentivo), Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet), Fundo Municipal para a Criança e o Adolescente, Fundo Estadual para a Criança e o Adolescente, além de patrocínio com recursos próprios. Nos últimos três anos, a companhia

destinou R\$ 17,6 milhões para projetos aprovados conforme essas leis de incentivo.

Em 2006, as empresas da Endesa Geração Brasil realizaram projetos consistentes na área da responsabilidade social. As empresas multiplicaram o número de ações realizadas em parceria com o poder público e com instituições privadas preocupadas com o desenvolvimento de projetos sociais. Adicionalmente, efetivaram parcerias com o terceiro setor a fim de tornar ainda mais eficientes seus programas nessa área.

## EDUCAÇÃO

### Ampla

**SuperAção:** Visa conscientizar as comunidades sobre o uso eficiente da energia por meio de oficinas educativas de desenho, pintura, peças de teatro e brincadeiras para crianças e palestras e oficinas educativas para os pais. Em parceria com prefeituras e instituições locais, são também oferecidos gratuitamente: corte de cabelo, medição de pressão arterial, emissão de segunda via de documentos e atendimento da Ampla para a solicitação de serviços. O programa funciona desde 2004 e em 2006 foram atendidas 30.370 pessoas.

**Jovem Ligado:** Visa à formação de multiplicadores conscientes sobre a necessidade de evitar o uso inadequado de energia e prevenir os riscos de ligações irregulares. Em 2006, 1.579 pessoas participaram de quatro encontros, nos quais temas como cidadania e meio ambiente foram discutidos em variadas atividades artísticas.

**Guardiões da Energia:** Por meio de jogos educativos e interativos sobre consumo consciente de energia elétrica, meio ambiente e cidadania, o programa atendeu 2.458 estudantes com discussões sobre o tema energia, para que se sintam responsáveis e motivados para seu uso correto, tornando-se multiplicadores da idéia.

**Palestras Comunitárias:** Visam educar a população para o uso mais adequado e eficiente da energia, aproximando a empresa de suas comunidades. Nesses encontros, que contaram, em 2006, com a participação de 11.668 pessoas, são divulgados os projetos sociais da Ampla, com a participação das lideranças.

**Oficina Dona de Casa Eficiente:** São realizados encontros educativos para que as donas de casa se tornem multiplicadoras do uso sustentável de energia, água, gás, alimentos e do controle do orçamento familiar. Também foram discutidos temas sobre cidadania, meio ambiente e ética com 1.243 participantes.

**Energia Segura:** Profissionais da Ampla ministraram aulas técnicas para 156 participantes sobre reparos e manutenção das instalações elétricas residenciais. Foram distribuídos brindes e lâmpadas econômicas para os clientes que apresentaram a conta de luz em dia.

**1º Salão de Leitura de Niterói:** O objetivo foi democratizar a leitura, oferecendo gratuitamente a 15 mil profissionais de educação, estudantes, escritores, pesquisadores e público em geral diversas conferências, palestras, mesas-redondas, encontros com autores, artistas e intelectuais, oficinas, feira literária, estandes institucionais, livrarias e editoras de todo o País. Realizado de 22 a 26 de novembro de 2006.

**1ª Bienal do Livro de Macaé:** Buscando incentivar a leitura e a familiaridade com o mundo do livro, a feira contou com intensa programação infantil, além de um café literário que propiciou encontros com diversos escritores nacionais. Nos estandes, editoras renomadas apresentaram seus últimos lançamentos. Realizada de 3 a 8 de outubro de 2006, teve a participação de 50 mil pessoas.

**Festa Literária Internacional de Paraty (Flip):** Promoveu encontros para 12 mil pessoas com autores estrangeiros e brasileiros por meio de palestras e mesas-redondas, shows musicais e programação infantil, educativa e de diversão, bastante variada. Realizada de 9 a 13 de agosto de 2006.

### Coelce

**Projeto Baú de Leitura:** Investindo no conhecimento pela leitura, este projeto teve como público-alvo crianças e adolescentes de comunidades com baixo desenvolvimento socioeconômico. Em 2006 a Coelce beneficiou seis comunidades, nas quais foram distribuídos 1.800 livros. Foram investidos R\$ 2,3 mil, beneficiando diretamente 2,6 mil pessoas.

### Endesa Cachoeira

**Instituto Novo Goiás:** Com 50 anos de história, o Instituto Novo Goiás (Ingo) pode ser considerado uma referência em educação, promovida pela parceria entre a Endesa Cachoeira e o governo do município de Cachoeira Dourada, em Goiás. O Ingo possui 550 alunos e um processo de aprendizado que inclui, além dos livros e palestras, a convivência com “o diferente” e a integração de alunos portadores de necessidades especiais. Dos estudantes, 20% são filhos dos funcionários da hidrelétrica e 80% são alunos de comunidades mais carentes.

A Endesa Cachoeira proporcionou melhorias na infra-estrutura da instituição, com o financiamento da construção do refeitório e da cozinha da escola, com investimento de R\$ 60 mil. Algumas outras instalações também passaram por reformas, como a sala de vídeo, o consultório dentário, os banheiros feminino, masculino e um adaptado especialmente para portadores de necessidades especiais. Além dessas instalações, foi criado um Centro de Inclusão Digital, que pode ser utilizado também pela comunidade, com um investimento de R\$ 28 mil para a aquisição de computadores e outros equipamentos.

A Endesa Cachoeira também patrocinou uma semana temática de preservação da Natureza, usando a arte como veículo da informação; bem como doou 1.000 livros, que contribuem para a ampliação do acervo da biblioteca da instituição.

**APAE:** A Endesa Cachoeira mantém um programa de apoio à APAE e à educação de portadores de necessidades especiais no município de Cachoeira de Minas. Em 2006 a empresa viabilizou a construção de uma sala de informática equipada e de uma sala de fisioterapia. Os equipamentos necessários para o funcionamento dessas salas também foram doados pela Endesa Cachoeira.

### Endesa Cien

**Parceria de Capacitação com o Senai:** A Endesa Cien destinou R\$ 32 mil para a criação do curso básico em eletricidade. Esse projeto visou à capacitação e à qualificação profissional de jovens do entorno e teve como objetivo central a geração de emprego e renda à comunidade local. O curso, de caráter semiprofissionalizante, foi ministrado por professores da rede Senai. O público foi de jovens na faixa etária dos 16 aos 18 anos que estivessem cursando o Ensino Médio. Esses jovens foram capacitados para atuar na área de eletricidade básica e informática. Por causa da grande demanda pelo curso, a Cien decidiu estendê-lo para 2007. Nessa nova etapa o curso contará com o processo de certificação.

**Feira do Livro em São Luiz Gonzaga:** A Endesa Cien patrocinou a Feira do Livro que ocorreu na data de comemoração do aniversário da cidade de São Luiz Gonzaga. O evento de incentivo à leitura foi aberto ao público em geral. A empresa empregou R\$ 10 mil na montagem da estrutura, que ofereceu oficinas de teatro, palestras e apresentações culturais.

**Feira do Livro Infante-Juvenil:** Em 2006, a Endesa Cien realizou, dentro da Feira do Livro em São Luiz Gonzaga, a Feira do Livro Infante-Juvenil, cujos objetivos foram: fomentar ações que favoreçam e criem possibilidades de leitura para crianças em idade escolar; formar educadores e multiplicadores da prática da leitura por meio de oficinas e contação de histórias; contribuir para a formação de um público leitor, por meio de ações direcionadas; e contribuir para a inclusão cultural

de crianças e jovens da comunidade. Esse projeto beneficiou mais de 10 mil pessoas com a realização de shows, teatros e difusão da leitura.

**Banda de Música da Escola Municipal José Rodrigues:** A Endesa Cien investiu R\$ 3 mil na aquisição de instrumentos musicais para a banda de música da Escola Municipal José Rodrigues, localizada no município de Garruchos. O intuito desse investimento foi incentivar o desenvolvimento das habilidades musicais dos educandos e favorecer a melhoria do Ensino Fundamental. Foram beneficiados 266 alunos.

#### Endesa Fortaleza

**Escola Francisco Alves de Paiva:** A Endesa Fortaleza, na tentativa de alavancar o desenvolvimento da comunidade, percebeu o potencial da escola e canalizou seus investimentos para projetos de revitalização, capacitação, infra-estrutura, cultura, esporte e lazer. O programa de voluntariado da empresa promoveu diversas ações nesse centro educacional. Entre essas ações destacam-se:

- comemoração do Dia da Criança com apresentações circenses, equipe de animação, distribuição de brindes e oficinas temáticas;
- reforma das instalações elétricas, realizada pela equipe de manutenção da empresa;
- construção de uma cisterna, suprimindo a ausência do sistema de encanamento de água que a escola vinha enfrentando;
- pintura da fachada e do interior, com a participação de 11 voluntários;
- cobertura da passarela da escola;
- doação e instalação de um parque recreativo (*play-ground*);
- doação natalina de brinquedos aos alunos.

## ESPORTE E LAZER

### Ampla

**Copa Ampla:** Visou utilizar o esporte como ferramenta de integração entre os principais agentes que influenciam na formação das gerações futuras: escola, família e comunidade. Além de oferecer lazer e entretenimento saudáveis, o projeto transformou a prática esportiva em um autêntico exercício dos valores da empresa, promovendo a inclusão social, elevando a auto-estima dos participantes e motivando-os a buscar vitórias na vida com ética, espírito de equipe e entusiasmo. Realizado de 7 de outubro a 2 de dezembro de 2006, contou com a participação de 4,5 mil estudantes de escolas municipais de Niterói, São Gonçalo, Itaboraí, Magé, Angra dos Reis e Duque de Caxias.

### Endesa Cien

**Estádio em Garruchos:** A Cien investiu R\$ 70 mil para a construção de arquibancadas e vestiários para o estádio que está sendo construído pela prefeitura de Garruchos. Para o empreendimento está prevista a realização de campeonatos esportivos e de eventos sociais para até 2 mil pessoas.

**Escolinha de Futebol de Garruchos:** Em linha com o investimento no estádio de Garruchos, a Endesa Cien doou R\$ 10 mil para a compra de uniformes e materiais de treinamento para a Escolinha de Futebol de Garruchos. A Escolinha é mantida pela prefeitura e visa à reinserção social de 90 jovens, na faixa etária dos 7 aos 17 anos, que viviam nas ruas em condição de risco. Por meio desse projeto, o município de Garruchos pretende elevar a escolaridade dos jovens, motivar a solidariedade e a cooperação entre eles e fornecer assistência médica e odontológica.

**Projeto Descobrimo Talentos, da Associação Grande São Luiz (AGSL):** Esse projeto se dá em parceria com o time de futsal do município de São Luiz Gonzaga,

da AGSL, e é direcionado aos estudantes da rede pública municipal, tendo como foco possibilitar o acesso à prática e à cultura do esporte como instrumento socioeducativo, a promoção da qualidade de vida e a inclusão social das crianças e dos jovens participantes.

**Jogos Rurais Sol a Sol:** A Endesa Cien procura contribuir para a integração das famílias do campo, por meio do apoio ao desenvolvimento rural e o estímulo à participação coletiva. Assim, promove a prática de esportes como um instrumento de desenvolvimento humano e de socialização e proporciona espaços de interação e fomento à formação de lideranças comunitárias.

## CULTURA

### Ampla

**Arte Instalada:** Visa promover a geração de renda, o desenvolvimento cultural e a valorização do indivíduo por meio de variadas oficinas de arte-educação. A ONG Casa Amarela, parceira no projeto, atua em diversas comunidades promovendo cursos com papel reciclado e cartonagem, incentivando a formação de cooperativas locais de catadores de papel. É um projeto contínuo. Em 2006 foram realizadas 21 atividades com 1.282 participantes.

**Leitura Ampla:** Visa promover a formação da consciência cidadã por meio de reflexões sobre ética, identidade cultural e consumo consciente, entre outros temas. Foram oferecidas oficinas artísticas, palestras e leituras dramatizadas para 438,5 mil moradores de comunidades das escolas municipais de Niterói, São Gonçalo, Itaboraí, Rio Bonito, Magé e Duque de Caxias.

**10 Anos Luz – MAC Niterói:** Em comemoração aos dez anos de existência do museu, a Ampla patrocinou o projeto de revitalização de toda a sua iluminação, o que possibilitou que o MAC adquirisse um padrão internacional de iluminação de museus, podendo receber importantes exposições estrangeiras.

**Feira Agroindustrial de Casimiro de Abreu:** Visa difundir informações sobre o uso eficiente de energia e prevenção de acidentes com a rede elétrica, além de apresentar projetos de P&D da empresa. São oferecidos diversos shows musicais com artistas de renome nacional. Durante o evento são distribuídos brindes, como lâmpadas compactas, camisetas e bonés. Realizada de 14 a 17 de setembro, em 2006 contou com a participação de 100 mil pessoas.

**Feira Agropecuária, Comercial e Industrial de Cordeiro:** Busca disseminar informações sobre o uso eficiente da energia e prevenção de acidentes com a rede elétrica, além de apresentar projetos de P&D da empresa. São promovidos shows musicais com artistas nacionais e distribuídos brindes para o público participante. Em 2006, estiveram presentes 20 mil pessoas. Realizada de 15 a 18 de julho.

**39ª EXAPICOR – Exposição Agropecuária, Industrial e Comercial de Resende:** Tem como objetivo informar sobre o uso eficiente da energia e prevenção de acidentes com a rede elétrica, além de apresentar projetos de P&D da empresa. No evento, que em 2006 contou com 250 mil pessoas, são feitas doações de alimentos não-perecíveis e apresentadas diversas atrações, como rodeios, torneio leiteiro, hipismo e shows musicais. Realizada de 26 de setembro a 1º de outubro.

**Eventos e Iluminação Natalinos:** A empresa presenteia as comunidades com a instalação de árvores de Natal em pontos turísticos das cidades, associadas a eventos culturais. Utilizando um moderníssimo sistema de iluminação e alternância constante de imagens de cunho natalino, as árvores atingiram a altura de 60 metros em Niterói e 30 metros em Campos e Itaperuna.

### Coelce

**Artes Cênicas:** Projetos que se utilizam da arte do teatro e da dança para proporcionar ao público momentos de entretenimento, cultura e alegria. Em 2006, foram

investidos R\$ 851 mil nos seguintes projetos: Bial de Dança do Ceará, Encontro das Culturas do Povo Jaguaribano, Festival de Dança de Fortaleza, Festival Nordestino de Teatro de Guaramiranga, Mostra Brasileira de Teatro Transcendental, Paixão de Cristo em Pacatuba e Programa Especial 96 Anos do Teatro José de Alencar e Padre Cícero – “A Terra Prometida”.

**Artes Visuais:** Têm como foco as artes plásticas e a fotografia. Em 2006 foram destinados R\$ 145 mil aos seguintes projetos: Carnaúba – “A Árvore da Vida”, “Quem Somos Nós” e “Retrato Popular”.

**Audiovisual:** Projetos que se utilizam conjuntamente de componentes visuais (imagens, desenhos, gráficos etc.) e sonoros (voz, música, ruído etc.), com o objetivo de levar ao público-alvo lazer e cultura. Em 2006, foram investidos R\$ 973 mil para os seguintes projetos de cinema: A Ilha da Morte; A Palavra, o Tempo e o Poeta; Cine Ceará – Festival Nacional de Cinema e Vídeo; Cine Coelce Apresenta: Cinema na Praça, Cine Holiúde – O Artista contra o Cabra do Mal; Documentário Jáder de Carvalho; Festival de Cinema e Vídeo de Pacoti; Festival Latino-Americano de Curta-Metragem de Canoas Quebrada; e Restos de Deus entre os Dentes.

**Literatura:** Projetos que têm como foco a arte de compor escritos artísticos com o objetivo de levar prazer e emoção ao público. Em 2006, foram investidos R\$ 557 mil nos seguintes projetos: Artesanato em Cor, Biblioteca Virtual de Obras Raras, Cangaceiros, Casa do Conto, Os Contadores de Causos, Pensamentos Brasileiros – Clássicos Cearenses, Revista *Arre Égua* e Viçosa do Ceará.

**Música:** Projetos que têm como objetivo levar lazer e cultura para o público cearense, por meio de festivais e recitais de música, além de oferecer cursos e oficinas para as pessoas que desejam aprender essa prática cultural. Em 2006, foram destinados R\$ 1.982 mil para os seguintes projetos: Arte a Quatro, Cd Pré 9 – A Era do Rádio, Ceará Natal de Luz, Feira da Música, Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga, Festival Eleazar de

Carvalho, Festival de Versos, Violas e Repentes, Fortal 2006, Mostra Brasileira de Música Antiga, Orquestra de Câmara Eleazar de Carvalho e Verão Vida e Arte.

**Patrimônio Imaterial:** Projetos que visam à difusão da cultura local por meio de manifestações, saberes e fazeres populares, artes e gastronomia. Em 2006, foram destinados R\$ 1.381 para os seguintes projetos: Assaré em Arte e Cultura; Caju – História e Gastronomia; Cultura e o Mundo Amanhã; Festa de São José; Mundo UNIFOR; Projeto Cultural Festa Junina 2006; Redescobrimos os 80 Anos do Povo Cearense; Restauro de Imóvel no Centro de Fortaleza e São João de Maracanaú.

#### APOIO À COMUNIDADE, ÀS INSTITUIÇÕES E GERAÇÃO DE RENDA

##### Ampla

**Desenvolver:** Consiste na arrecadação de doações para beneficiar famílias em grave risco social. Os valores, recebidos por meio das folhas de pagamento dos colaboradores da Ampla e das contas de energia de seus clientes, são repassados à Pastoral da Criança e à ONG Casa Amarela, parceiras do projeto e que ajudam na reinserção socioeconômica de 87 famílias. Cada família é atendida regularmente durante 18 meses ou até se tornar auto-sustentável.

**Ampla Solidária:** Busca prestar serviços a famílias em situação de risco social, com a ajuda de uma assistente social, que as visita e acompanha regularmente. São 924 famílias que recebem informações sobre o uso eficiente da energia e seus direitos sociais de cidadãos, sendo cadastradas na Tarifa Baixa Renda e encaminhadas a outros projetos sociais promovidos pela empresa e pelo governo.

**Eficiência Energética nas Residências:** Reformou as instalações elétricas residenciais de 16,5 mil pessoas de famílias de baixa renda, segundo normas técnicas e de segurança.

**Apoio Comunitário:** O objetivo é apoiar eventos promovidos pela comunidade em áreas onde a empresa já desenvolve outros projetos sociais, incentivando o trabalho de instituições comunitárias locais. Nessas ocasiões, a equipe da Ampla faz palestras e colabora com a troca de lâmpadas e a distribuição de brindes. Além disso, em 2006 a Ampla apoiou a inserção no mercado de produção e comercialização e a organização do grupo de mulheres de Santo Aleixo, com a criação de um grupo de produção de artesanato, corte e costura.

**Campanha de Doação – Cofrinhos AFR:** Contempla a arrecadação de verba para a manutenção da instituição filantrópica Associação Fluminense de Reabilitação (AFR), por meio de cofrinhos colocados em diferentes pontos comerciais do Estado. Com esse tipo de doação, em um ano a AFR realiza cerca de 2 mil atendimentos a pacientes portadores de deficiências físicas e neurológicas provenientes de todo o Estado.

**Primeiro Emprego:** Oferece treinamento preparatório a jovens que buscam o primeiro emprego, o que aumenta suas chances de contratação. Nas oficinas, que contaram com 893 participantes, são realizadas palestras e dinâmicas sobre técnicas de entrevista, perfil de funcionários bem-sucedidos, ética profissional etc. Muitos são absorvidos pelas empresas parceiras da Ampla, sobretudo como leituristas, recebendo ulterior formação complementar.

**Menor Aprendiz Eletricista:** Promoveu a formação profissional de 61 jovens de comunidades carentes para a carreira de eletricistas de rede de distribuição. Em seguida, todos são encaminhados a processos seletivos nas empresas parceiras da Ampla. Ao longo dos 12 meses de curso, os participantes recebem bolsa-auxílio e vale-transporte.

##### Coelce

De modo a auxiliar o controle de perdas e inadimplência, a Coelce adota, desde 2005, medidas sociais de atuação em comunidades nas quais são verificados elevados ín-

dices nesses indicadores. Em 2006, em uma parceria com a instituição Teia da Vida, a empresa investiu no fortalecimento dessas comunidades para a construção do desenvolvimento sustentável, com atividades que potencializam o autoconhecimento, a auto-estima e as relações interpessoais, auxiliando cada comunidade a desenvolver um projeto para a geração de renda. Em 2006, foram beneficiadas três comunidades e capacitadas 70 pessoas, sendo investidos R\$ 18 mil.

**Apoio aos Direitos da Criança e do Adolescente:** Visando à proteção dos direitos da infância e do adolescente, a Coelce destinou, em 2006, R\$ 500 mil (oriundos de 1% do Imposto de Renda a Recolher) para apoio a projetos socioculturais. Foram beneficiadas seis instituições/projetos: Associação dos Amigos da Arte de Guaramiranga, Associação Vidança – Companhia de Dança do Ceará, Grupo Bailarinos de Cristo Amor e Doação (BCAD), Instituto Peter Pan, Mostra de Arte e Cultura de Quixeramobim (QUIARTE), Tapera das Artes.

##### Endesa Cien

**Restauração da Antiga Vila ABB e Criação do Centro de Assistência Social de Garruchos:** Por meio de parceria com os governos estadual e municipal, a empresa destinou R\$ 20 mil para a reforma da antiga Vila da ABB – Asea Brown Boveri (construtora da Conversora Garabi) –, onde moravam os colaboradores da Endesa Cien-Garabi. As 11 casas que formam a Vila ABB foram doadas para o município e serão adaptadas para a criação do Centro de Referência de Assistência Social (CRAS), com diversos serviços gratuitos destinados a atender crianças e idosos. Cerca de 450 pessoas deverão ser recebidas diariamente no centro, que oferecerá diferentes serviços sociais, como o Conselho Tutelar, encontros temáticos relacionados à terceira idade, realização de eventos culturais, atendimento psicológico, orientação sexual e tratamentos de fisioterapia.

**Informatização do Conselho Tutelar:** Este projeto tem por objetivo a informatização do Conselho Tutelar dos

Direitos da Criança e do Adolescente de Garruchos. O trabalho visa ao armazenamento de dados relativos aos atendimentos e processos efetivados por esse órgão. A Endesa Cien colaborou com a doação de computadores.

**Cozinha Brasil:** A cidade de São Luiz Gonzaga, onde mora grande parte dos colaboradores e prestadores de serviços que atuam na conversora, recebeu o projeto Cozinha Brasil, no qual foram aplicados R\$ 4,8 mil. A iniciativa foi uma realização da Associação Comercial e Industrial (ACI) e teve por objetivo a capacitação para o preparo de receitas com alto valor nutritivo e baixo custo a partir de técnicas de aproveitamento de alimentos, como o uso de cascas, por exemplo. O curso atendeu 300 pessoas e foi ministrado por profissionais do Sesi. Desse grupo, 90 alunos receberam orientações específicas para atuarem como multiplicadores, cuja função é a de repassar o conhecimento adquirido no curso à comunidade.

#### EVENTOS FESTIVOS

##### Endesa Geração Brasil

**Dia da Criança:** Para comemorar o Dia da Criança, em 12 de outubro, a Endesa Geração Brasil organizou, durante toda a semana, uma série de festas em todas as suas unidades envolvendo a comunidade local; também organizou suas próprias comemorações nas dependências das empresas. Durante a semana de comemoração, palhaços, mágicos, brindes e brincadeiras divertiram crianças carentes.

##### Endesa Cachoeira

**Festa Junina:** A Endesa Cachoeira organiza, anualmente, no mês de junho, uma festa que envolve a comunidade local, os colaboradores da empresa e seus familiares. O evento reflete uma manifestação cultural popular, que ocorre em todo o Brasil, e representa forte empenho na valorização da cultura local.

**Evento pela Paz:** O evento foi possibilitado com o apoio da Endesa Cachoeira, que cedeu suas dependências em Cachoeira Dourada no dia 20 de maio de 2006, e atraiu um público estimado em 10 mil participantes, de diversas religiões. Esta iniciativa demonstra o compromisso da empresa com a diversidade cultural e de crenças.

##### Endesa Cien

**Natal para Todos:** Este projeto, realizado anualmente, tem por objetivo atender às famílias em situação de vulnerabilidade social, buscando a melhoria de suas condições de vida. Em 2006, a prefeitura municipal de Garruchos realizou festividades de Natal nas zonas urbana e rural. A Endesa Cien contribuiu com cestas básicas e presentes para as crianças.

**28ª Edição da Exposam (Exposição Agropecuária de Santo Antônio das Missões) e o Dia da Cidadania:** A Endesa Cien esteve presente em uma das mais populares festas da região das Missões, ocorrida em outubro de 2006. E foi responsável pelas atividades especiais do Dia da Cidadania e pela “Gincana Maluca”, com brincadeiras, oficinas e distribuição de brindes, que mobilizou quase mil crianças.

##### Endesa Fortaleza

**Comemoração do Dia de São Pedro:** A Endesa Fortaleza apóia, pelo quarto ano consecutivo, a grande festa realizada pelos católicos da comunidade do Pecém ao fundador de sua Igreja, com direito a procissão marítima e regata de jangadas. Em 2006, a festa ocorreu no dia 29 de junho e teve a força da tradição da comunidade do Pecém, onde vivem 300 famílias, ampliada pelo apoio da Endesa Fortaleza, que aproveitou a oportunidade para fomentar sua política de integração com a população e a cultura local.

## Programa de Incentivo ao Voluntariado

### Ampla

O programa de voluntariado Compartilhar foi criado em dezembro de 2004 para disseminar a prática entre os colaboradores e beneficiar todos os envolvidos e a comunidade. O Prêmio RH Cidadão 2006, concedido pela consultoria e editora Gestão&RH pelo case “Incentivo ao Voluntariado Ampla”, demonstra a qualidade do programa. O Comitê Compartilhar possui 19 integrantes, entre funcionários e parceiros, e trabalha na coordenação e na realização de projetos comunitários que visam ao desenvolvimento das comunidades. Em 2006 este programa envolveu 206 voluntários, em dias de ação voluntária (mutirão) e campanhas de doações voltadas para instituições sociais que atendem crianças (0 a 12 anos) e famílias. Foram beneficiadas 1.731 pessoas nas comunidades de Duque de Caxias, Itaboraí, Magé e São Gonçalo.

### Coelce

O programa Coelce Voluntários surgiu da necessidade de reforçar a presença da companhia e de seus colaboradores nos diversos segmentos da sociedade, a partir de uma proposta de aproximação, com a ação voluntária de ministrar palestras sobre temas e assuntos diversos. Com o objetivo de sistematizar e potencializar as ações voluntárias, além de estimular outras atividades, a Coelce estruturou o programa, realizando o registro dos empregados voluntários e a definição dos âmbitos de atuação, liberando-os no horário de trabalho para a realização das iniciativas. O programa prevê ações nas seguintes áreas: saúde, meio ambiente (educação ambiental), assistência social (educação para a doação e ações emergenciais), educação (reforço escolar) e tecnologia (educação digital). Atualmente, a Coelce possui 47 colaboradores cadastrados no programa.

Em 2006 foram beneficiadas cinco instituições por meio da área de assistência social, beneficiando diretamente mais de 700 pessoas, entre crianças, adolescentes e idosos.

### Endesa Cachoeira, Endesa Fortaleza e Endesa Cien

As empresas da Endesa Geração Brasil implementaram, em 2006, o programa de incentivo ao voluntariado, que recebeu o nome de Geração Voluntária. Para definir o foco e a política do programa foi realizada uma pesquisa que contou com a participação de todos os colaboradores das empresas. O resultado dessa pesquisa indicou que 98% dos colaboradores da Endesa Geração Brasil aprovam esta iniciativa e 55% desejam que o público-alvo dos projetos sejam crianças e adolescentes.

Foram montados grupos de trabalho, com funcionários de diversas áreas, que discutem e apresentam propostas para a continuidade do programa e de suas ações. Com os recursos das empresas e do trabalho voluntário realizado por seus colaboradores, o programa Geração Voluntária proporciona diversos projetos de cunho sociocultural para as comunidades localizadas no entorno das empresas. Por meio desse programa já foram realizados eventos como: Semana do Meio Ambiente em Garabi, Festa do Dia da Criança nas proximidades de todas as unidades, doações de alimentos a instituições e gincanas dentro das próprias empresas para a arrecadação de alimentos para doação a instituições filantrópicas.

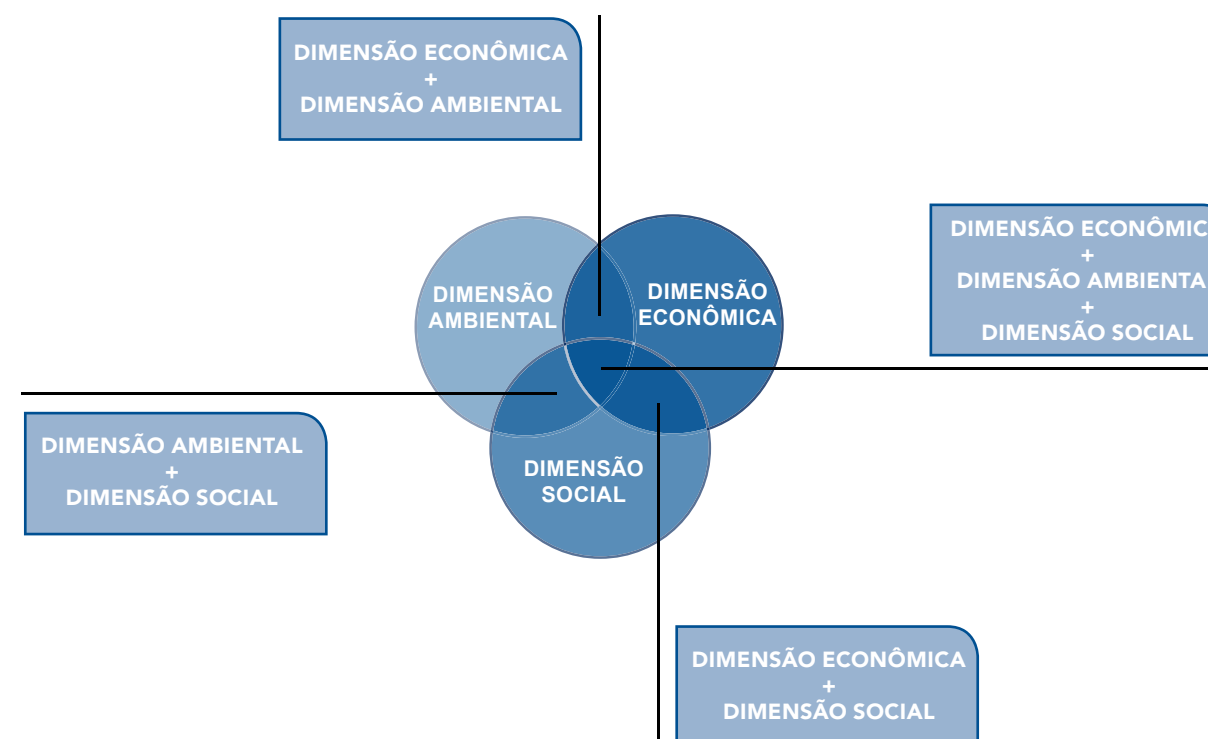


# DESAFIOS PARA 2007

DA ENDESA BRASIL

Os objetivos para 2007 são parte de um ciclo de crescimento e aprimoramento organizacional da Endesa Brasil e de suas empresas. Este ciclo representa a continuidade de um processo de reformulação de gestão

que vem acontecendo desde 2005. Dentro deste planejamento, que abrange as três dimensões do desenvolvimento sustentável e suas intersecções, as seguintes metas podem ser destacadas:



## Empresas de Distribuição da Endesa Brasil

### AMPLA

#### Dimensão Ambiental + Dimensão Social

- realização do inventário das emissões de gases do efeito estufa – Ampla Carbono Zero;
- eficiência energética em 23 mil residências e doação de 115 mil lâmpadas eficientes, 4 mil chuveiros e 200 geladeiras nas comunidades de baixa renda;
- instalação de sistemas de aquecimento solar em sete instituições sociais e de iluminação eficiente em dois hospitais.

#### Dimensão Ambiental + Dimensão Econômica

- adoção da coleta seletiva em mais 12 pólos operacionais e sua manutenção em toda a empresa;
- redução de 3% no consumo de energia e água do prédio-sede.

#### Dimensão Social + Dimensão Econômica

- estar entre as 150 melhores empresas para se trabalhar no País, segundo pesquisa da revista *Exame*;
- obtenção de 70 pontos na pesquisa de satisfação dos clientes pelo Índice Aneel de Avaliação da Satisfação do Consumidor (IASC);
- redução em 20% das taxas de frequência e gravidade de acidentes – taxa global de colaboradores próprios e parceiros;



- redução em 20% da média mensal do número de reclamações dos clientes;
- redução em 15% do estoque de causas judiciais.

#### Dimensão Econômica

- eficiência na gestão dos custos operacionais e financeiros, buscando atingir rentabilidade de 13% sobre o patrimônio líquido.

#### Dimensão Social + Dimensão Econômica + Dimensão Ambiental

- manutenção da realização dos projetos sociais na comunidade envolvendo educação, cultura, esporte, geração de renda, apoio à comunidade e voluntariado, sempre focando o consumo consciente da energia e outros recursos naturais;
- redução dos níveis de perda para 19,7% e aumento do nível de cobrabilidade para 99%;
- implantação de novos processos e realização de projetos voltados para o cumprimento dos princípios do Pacto Global e Metas do Milênio, evolução no Questionário Ethos/Abradee e nos indicadores da Global Reporting Initiative (GRI).

#### COELCE

##### Dimensão Econômica + Dimensão Ambiental

- redução dos níveis de perdas e inadimplência, posicionando-se entre os níveis mais reduzidos da Região Nordeste.

##### Dimensão Social

- maior satisfação dos colaboradores, com ênfase na contínua capacitação, motivação e promoção em função do mérito, reconhecendo e valorizando os êxitos e esforços – com isso a Coelce espera manter-se entre as 150 melhores empresas para se trabalhar no Brasil;
- consolidação da segurança no trabalho, com expansão das áreas cobertas pela certificação OHSAS 18001 e manutenção do índice nulo de acidentes graves e fatais;
- investimentos da ordem de R\$ 430 milhões no programa Luz para Todos, na expectativa de atingir 2,6

milhões de clientes, com base no crescimento na área residencial e na universalização dos serviços.

#### Dimensão Social + Dimensão Econômica

- consolidação do novo posicionamento da Coelce perante o mercado com a implantação integral dos pilares de relacionamento estabelecidos ao longo de 2006;
- maior satisfação dos clientes, com foco na melhoria de seus indicadores de qualidade e na intensificação do relacionamento com eles. A meta é atingir os melhores indicadores de qualidade do fornecimento da Região Nordeste e manter-se classificada entre as cinco melhores distribuidoras do Brasil em satisfação dos clientes na medição pelo Índice de Satisfação da Qualidade Percebida (ISQP) da Associação Brasileira das Distribuidoras de Energia Elétrica (ABRADEE);
- conclusão satisfatória do processo da Segunda Revisão Tarifária, com a definição de um nível de tarifas que possa remunerar adequadamente os investimentos realizados pela companhia, para o período de 2007-2011;
- eficiência na gestão dos custos operacionais e financeiros, garantindo rentabilidade adequada aos acionistas e a manutenção dos níveis de distribuição de resultados;
- manutenção da estrutura de financiamentos.

#### Dimensão Social + Dimensão Econômica + Dimensão Ambiental

- ênfase na forma de extrair mais valor dos ativos de maneira sustentada, levando em consideração as necessidades da sociedade e do meio ambiente – com isso a companhia pretende fortalecer o reconhecimento público e de seus clientes como uma empresa socialmente responsável.

#### Empresas da Endesa Geração Brasil

##### ENDESA CACHOEIRA, ENDESA FORTALEZA, ENDESA CIEN

##### Dimensão Ambiental

- criação de Comitê Único de Meio Ambiente para a Endesa Geração Brasil, englobando as três empresas – a Endesa Cien, a Endesa Fortaleza e a Endesa Cachoeira.

##### Dimensão Ambiental + Dimensão Social

- criação de Grupo de Trabalho subordinado ao Comitê de Meio Ambiente para operacionalização e acompanhamento das decisões da estrutura unificada.

##### Dimensão Social

- realização de pesquisa de clima laboral;
- ampliação do compromisso com campanhas de difusão para os públicos interno e externo, promoção e valorização da diversidade, de acordo com o previsto no Código de Ética, segundo o qual a cada ano um tema será discutido internamente;
- formalização e avanço do programa de qualidade de vida;
- consolidação do programa de voluntariado e lançamento do Portal do Voluntário;
- avanço na sistematização para a avaliação dos projetos sociais;
- extensão do programa Diálogo para o público externo;
- desenvolvimento de programas de RSE alinhados à ISO 26000;
- estruturação de programa de qualidade de vida a partir de pesquisa realizada com colaboradores.

#### Dimensão Social + Dimensão Econômica

- contratação de aprendizes – jovens de 14 a 17 anos – na área técnica, mediante convênios com o CIEE – Centro de Integração Empresa–Escola, a Fundação Mudes e a Talentos Consultoria;
- dar seguimento a parcerias estabelecidas com instituições que a empresa apóia na realização dos programas sociais, como o Senai;
- realizar o primeiro encontro de fornecedores com o objetivo de fortalecer parcerias e o alinhamento com os princípios de responsabilidade social, além de realizar a difusão do Pacto Global;
- ampliar a divulgação da política de relacionamento com os fornecedores.

#### Dimensão Econômica

- implementação do Balanço Scorecard.

#### Dimensão Social + Dimensão Econômica + Dimensão Ambiental

- continuidade e evolução na aplicação das diretrizes da GRI para a elaboração do Relatório de Sustentabilidade buscando o aprimoramento na divulgação das informações e o envolvimento cada vez maior dos *stakeholders* nesse processo (acionistas e controladores – GRI nível mais avançado).

## GLOSSÁRIO

**Biodiversidade:** variedade de organismos vivos, que participam de todos os ecossistemas terrestres e aquáticos, inclusive a diversidade dentro de uma mesma espécie, entre espécies e entre ecossistemas.

**Comunicação de Progresso:** política estabelecida em janeiro de 2003, pelo Escritório do Pacto Global, segundo o qual os participantes deverão comunicar, a cada ano, às partes interessadas, os progressos na aplicação dos princípios do Pacto Global, mediante informes financeiros anuais, informes de sustentabilidade, outros informes públicos importantes, sites na Web ou outros meios de comunicação.

**Desenvolvimento sustentável:** conjuntura de crescimento econômico com aproveitamento racional que resguarde a conservação dos recursos naturais, para manter ou acrescentar a qualidade de vida das pessoas em um nível socialmente equitativo, sem comprometer as expectativas das futuras gerações.

**Efeito estufa:** é um processo que acontece quando uma parcela dos raios infravermelhos refletidos pela superfície terrestre é absorvida por determinados gases presentes na atmosfera. Como consequência, a temperatura da Terra permanece mais elevada do que seria na ausência desses gases.

**Geração térmica:** uma central térmica é um conjunto de equipamentos destinados a produzir energia a partir da energia química contida em estado latente nos combustíveis industriais.

**Global Reporting Initiative:** organização internacional que estabelece e difunde diretrizes, de aplicação voluntária, que orientam os usuários a respeito de princípios e conteúdo para a elaboração de informes de sustentabilidade das empresas. Estas diretrizes são aplicáveis globalmente para aquelas organizações que desejem informar publicamente aspectos econômicos, ambientais e sociais de sua gestão ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)).

**Governança corporativa:** forma pela qual uma empresa é conduzida, tanto administrativa como legalmente. Reflete-se nas normas e práticas internas de aplicação permanente.

**Impacto ambiental:** é qualquer alteração benéfica ou adversa causada pelas atividades, serviços e/ou produtos de uma atividade natural (vulcões, tsunamis, enchentes, terremotos e outras) ou antrópica (lançamento de efluentes, desmatamentos etc).

**Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social:** uma organização não-governamental criada com a missão de mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus

negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa.

**Pacto Global das Nações Unidas:** o Pacto Global das Nações Unidas é uma iniciativa de compromisso ético, destinada a que entidades de todos os Países acolham como parte integrante de sua estratégia e operações, dez princípios de conduta e ação em relação a direitos humanos, trabalho, meio ambiente e luta contra a corrupção ([www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)).

**Partes interessadas (stakeholders):** correspondem a todos os agentes que intervêm ou são afetados, direta ou indiretamente, pela gestão do negócio de uma empresa. Inclui tanto pessoas como organizações, representantes do setor público e privado.

**Potência instalada:** capacidade potencial de geração de energia resultante da soma das capacidades potenciais dos transformadores de um estabelecimento industrial.

**Protocolo de Kyoto:** documento que resume o acordo dos Países participantes da reunião de cúpula realizada em Kyoto em 1997, no contexto da Convenção Marco das Nações Unidas sobre a Mudança Climática, para negociar sobre as limitações às emissões de gases de efeito estufa dos Países desenvolvidos, com relação aos níveis registrados em 1990.

**Resíduo sólido:** elemento não desejado, sobra ou excedente de processos ou atividades, não utilizável, que se encontra em fase sólida ou líquida confinada em recipiente.

**Resíduos:** são todos os materiais ou formas de energia que se tenha que se desfazer por não ter utilidade ou por esta ser antieconômica.

**Responsabilidade Social:** relaciona-se à forma pela qual as pessoas e as organizações conduzem suas atuações, de modo a privilegiar propósitos que considerem sempre benefício coletivo ou individual, de caráter social e ambiental. Também entendida como uma "visão global dos negócios que integra o respeito a valores éticos, às pessoas, à comunidade e ao meio ambiente, tanto em suas operações como em suas decisões estratégicas". Em alguns Países se usa este conceito como sinônimo de desenvolvimento sustentável empresarial.

**Sistema de Gestão Ambiental:** parte do sistema global de gestão que inclui a estrutura organizacional, as atividades de planejamento, as responsabilidades, as práticas, os procedimentos, os processos e os recursos para desenvolver, implementar, explorar, revisar e manter a política ambiental de uma organização.

## RESUMO DOS INDICADORES-CHAVE DE DESEMPENHO DO PACTO GLOBAL

Princípios do Pacto Global	
<b>Princípio</b>	
<b>Direitos Humanos</b>	
1	As empresas devem apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente em sua área de influência.
2	As empresas devem certificar-se de que não participam de abusos e violações de direitos humanos.
<b>Direitos do Trabalho</b>	
3	As empresas são chamadas a apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva.
4	As empresas devem apoiar a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório.
5	As empresas devem apoiar a erradicação efetiva do trabalho infantil.
6	As empresas devem apoiar a eliminação da discriminação no emprego e na ocupação.
<b>Proteção Ambiental</b>	
7	As empresas devem adotar uma abordagem preventiva para os desafios ambientais.
8	As empresas devem desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental.
9	As empresas devem incentivar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente sustentáveis.
<b>Anticorrupção</b>	
10	As empresas devem combater a corrupção sob todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

Sete Compromissos com a Sustentabilidade das Empresas da Endesa Brasil	Princípios do Pacto Global
Nossos Clientes – Compromisso com a qualidade do serviço.	8
Nossos Acionistas – Compromisso com a criação de valor e a rentabilidade.	6, 7 e 8
Nossa Gente – Compromisso com a saúde, a segurança e o desenvolvimento pessoal e profissional dos colaboradores.	1, 2, 3, 4, 5 e 6
Nossa Conduta – Compromisso com a boa governança e o comportamento ético.	1 e 10
Nosso Meio Ambiente – Compromisso com a proteção do entorno.	8 e 9
Inovação – Compromisso com a eficiência.	6, 7 e 8
Sociedade – Compromisso com o desenvolvimento da sociedade.	1 e 10

## Relatório de Sustentabilidade Endesa Brasil S.A.

Praia do Flamengo, 200 – 16º andar  
Rio de Janeiro – RJ – CEP 22210-205  
Tel.: 21 3607 9500  
institucional@endesabr.com.br  
www.endesabrasil.com.br

### Coordenação Editorial

Diretoria de Relações Institucionais  
e Comunicação Corporativa

Eugênio Cabanes  
Diretor

Bonança Mouteira  
Gerente

Com a colaboração das Diretorias e Gerências de  
Relações Institucionais e Comunicação Corporativa  
das empresas:

Ampla  
Coelce  
Endesa Cien  
Endesa Fortaleza  
Endesa Cachoeira

### Redação e Texto Final

Visão Sustentável

### Diagramação

Flávia da Matta Design

### Revisão

Taís Facina



