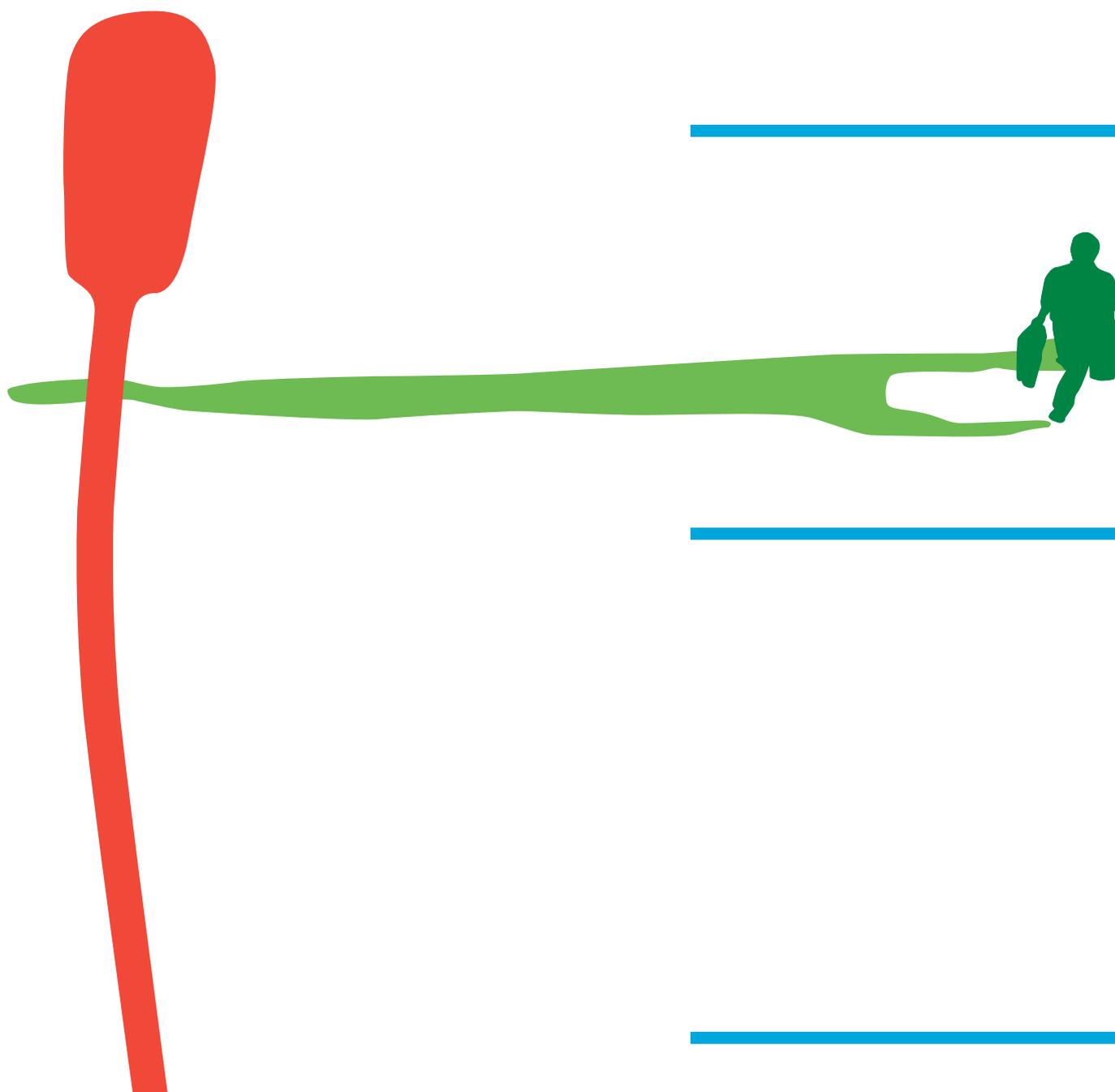




**Relatório de Responsabilidade
Social Corporativa 2005**

Apresentação	Mensagem	3
	Comunitas IETS	4
	Aspectos Conceituais	5
	Setor Elétrico	6
	Trajectoria	7
	Conquistas	8
Práticas	Princípios	10
	Sócio-Ambiental	11
	Valor Adicionado	13
Relacionamentos	Investidores	16
	Público Externo	17
	Público Interno	21
	Fornecedores	27
	Comunidade	29
	Governo	43
Conclusões	Considerações Finais	45
	Temas Abrangentes	46
	Diferentes Públicos	47
Créditos		49

Apresentação	Mensagem	3
Práticas	Comunitas IETS	4
Relacionamentos	Aspectos Conceituais	5
Conclusões	Setor Elétrico	6
Créditos	Trajectoria	7
	Conquistas	8



Mensagem do Presidente



O termo Responsabilidade Social dá margem a diversas interpretações. Em um extremo, seria a execução de programas estanques, no geral assistencialistas, e destinados, portanto, exclusivamente aos segmentos mais carentes da população. Em outro, extrapola o caráter de programa e se transforma em ação cotidiana, integrada ao planejamento estratégico e à rotina de uma companhia. Esta segunda interpretação pode ser traduzida por sustentabilidade—ou, em outras palavras, a busca da solidez econômica e financeira, integrada à atuação social e ambientalmente consistente.

É a este último compromisso que as empresas do grupo AES no Brasil aderem e buscam se integrar. Compromisso, afinal, é um dos valores da AES Corporation. Na prática, este termo se reflete na maneira transparente, pró-ativa e sempre em busca de aperfeiçoamento com que as empresas do grupo se relacionam com todos os públicos-alvos: funcionários, clientes, comunidades, investidores, reguladores e poderes públicos, entre outros. Além, é evidente, de direcionar esforços concentrados, por meio de programas específicos, àqueles que mais precisam de ajuda.

Como prestadoras de serviço público, as empresas do grupo AES no Brasil, principalmente as distribuidoras, têm uma interação muito forte com a comunidade. Por essa razão, as ações destas empresas são múltiplas e pretendem atender a diversas necessidades relacionadas a lazer, cultura, educação, segurança e meio ambiente.

O resultado desta postura está exposto sob a forma de indicadores e cases ao longo dos relatórios de Responsabilidade Social das empresas AES Eletropaulo, AES Sul, AES Tietê e AES Uruguaiana. Por eles, nota-se o comprometimento de todas as áreas—e não apenas aquelas cuja atividade-fim é a responsabilidade social—com a atuação social e ambiental consistente.

Em nosso entender, este é o enfoque correto e o único com potencial para contribuir para um sólido desenvolvimento de longo prazo. Desenvolvimento econômico, social e ambiental, mas, principalmente, humano. Note-se que, ao se empenhar em provocar mudanças de comportamento, uma companhia provoca, também, mudança de valores. Essa mudança acaba por não se restringir à vida profissional, mas torna-se visível também na atuação pessoal, funcionando como exemplo para a cadeia de relacionamentos de cada um.

Em síntese, provocar a mudança é a nossa intenção e a nossa meta. Acreditamos que somente cidadãos conscientes de seus direitos e preocupados com a evolução coletiva tornam possível a construção de um desenvolvimento consistente do ponto de vista social, ambiental e econômico.

Eduardo José Bernini

Diretor-Presidente

Comunitas | IETS

Apresentação

[1] Ver CBIEE/Comunitas /IETS (2005) Responsabilidade Social e os Investidores Privados no Setor Elétrico: Uma Metodologia de Gestão Sustentável dos Investimentos Sociais, Rio de Janeiro.



A Comunitas e o IETS apresentam a seguir os Relatórios de Responsabilidade Social Corporativa das empresas AES Eletropaulo, AES Tietê e AES Uruguaiana para o ano de 2005. O relatório da AES Sul é apresentado pela Signi Estratégias em Responsabilidade Social.

É importante destacar a continuidade do processo que as empresas do Grupo AES no Brasil vêm desenvolvendo desde 2003. Nesse processo, iniciado com a participação da AES Eletropaulo no trabalho Responsabilidade Social e os Investidores Privados no Setor Elétrico, promovido pela CBIEE [1], elas evidenciam o compromisso em pautar seu desenvolvimento e sustentabilidade empresarial pela busca constante dos princípios e práticas que regem a Responsabilidade Social Corporativa. A Presidência das empresas do Grupo AES no Brasil entende a RSC como integrada ao *core business* das empresas, na medida em que as empresas são prestadoras de um serviço público fundamental para a sociedade, com responsabilidades inerentes a esta situação.

O ano de 2005 indica a continuidade e expansão do conjunto de iniciativas que vêm sendo encaminhadas na direção da consolidação da RSC nas empresas do Grupo AES no Brasil. Alguns destaques merecem ser mencionados. Assim foram apontados pela Presidência e serão detalhados ao longo desse Relatório:

(I) O Programa de Regularização de Ligações Clandestinas da AES Eletropaulo, que vai além de simplesmente atender ao interesse da empresa, pois trabalha com a questão da cidadania e contribui com o aprimoramento de programas públicos de assistência social;

(II) Uma Política Cultural conjunta para AES Eletropaulo, AES Tietê e AES Uruguaiana que alia valorização da leitura e da língua portuguesa à construção da imagem das empresas. Questões como lazer, conhecimento, cultura e segurança são tratadas em vários programas (Domingo Show, Eletropaulo na Comunidade, Acorde Para o Meio Ambiente, Geração Cidadania, entre outros);

(III) A inclusão da AES Eletropaulo no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da Bovespa, que legitima a posição progressiva da empresa como referência no setor elétrico privado; e

(IV) O Sistema de Educação Corporativa, no qual as quatro empresas dão um salto de qualidade no relacionamento com um fundamental *stakeholder*—seus funcionários e colaboradores—ao criar espaço próprio para atividades de formação profissional, com conteúdo substantivo e metodologia inovadora.

A primeira parte dos Relatórios faz uma breve apresentação de cada empresa. São registrados a seguir, em seções distintas, os principais temas e informações sobre os diversos *stakeholders* que estão envolvidos com as empresas do Grupo AES no Brasil, a saber:

(I) Princípios, Valores e Transparência; Meio Ambiente, Distribuição do Valor Acionado; e

(II) Investidores; Público Externo; Público Interno; Fornecedores; Comunidade e Governo.

Aspectos Conceituais

[2] A esse respeito, ver ALESSIO, Rosemeri. *Responsabilidade Social das Empresas no Brasil*. Poá: EDIPUCRS, 2004.

[3] The World Commission on Environment and Development. *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press, 1987.

[4] INSTITUTO ETHOS, 2004.

[5] Os principais instrumentos são os seguintes: o Balanço Social, criado pelo Ibase; a certificação SA 8000, do *Social Accountability Institute*; a metodologia AA 1000, do *Institute of Social and Ethical Accountability*; o *GRI Sustainability Report*, da *Global Reporting Initiative*; os Indicadores de Responsabilidade Social, do Instituto Ethos; e a Norma Técnica de Responsabilidade Social—NBR 16001, elaborada pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

Responsabilidade Social Corporativa (RSC) é, atualmente, uma prioridade na gestão de muitas companhias, dentre elas as empresas do Grupo AES no Brasil. O assunto não é novo. Historicamente, os primeiros conceitos sobre o tema remontam a meados do século XVI, na Inglaterra, introduzindo idéias de filantropia corporativa. O conceito mais moderno aparece nos Estados Unidos no início do século XX. [2] Reuniões internacionais nas décadas de 70 e 80 reavivaram esse tema, que tem como uma das referências o relatório Brundtland (Our Common Future), resultado das discussões da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. Nesse documento, desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades (sobretudo as necessidades essenciais dos pobres do mundo). [3]

Na década de 90, o Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável considerou como bases do conceito de Responsabilidade Social Corporativa *o compromisso permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando, simultaneamente, a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo*. A própria formação do Conselho, em âmbito internacional, é um inequívoco indicador da força que ganhou a área de Responsabilidade Social no mundo. O relacionamento entre os chamados *stakeholders*, segmentos diretamente associados às atividades da empresa, constitui uma nova forma de gestão empresarial.

Nessa perspectiva, o reconhecido Instituto Ethos, do qual a AES Eletropaulo participa e ao qual as demais empresas do grupo AES no Brasil estão por se associar, emerge nos anos 90 como um meio para estimular, de forma sistemática, o envolvimento das empresas com a RSC no Brasil. Para o Instituto, a Responsabilidade Social Corporativa é traduzida *como a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais*. [4]

A maioria dos instrumentos nacionais e internacionais que tratam da medição da RSC tem em comum a abordagem das dimensões econômica, social e ambiental (o chamado tripple bottom line) e a ênfase em princípios éticos e de transparência. [5]



Caminhos do Setor Elétrico



É nesse cenário que o setor elétrico atua como propulsor de práticas de RSC, por meio de iniciativas como projetos, publicações e premiações, desenvolvidas por diversas instituições que compõem esse segmento empresarial.

A expressiva quantidade de organizações que comercializam e regulam a geração e a distribuição de energia elétrica ou, ainda, representam o segmento em seus interesses, contribui para a adoção de posturas socialmente responsáveis, uma vez que já defendem esses princípios como parte de sua estratégia institucional.

As características do setor elétrico são particularmente relevantes, quando se considera que parte desse setor foi privatizada no Brasil e está sujeito a uma forte regulamentação do governo, como prestador de serviço público.

Importante passo na promoção da RSC no setor é o prêmio concedido pela Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (ABRADEE) que, em 2003, inseriu a categoria de *Responsabilidade Social* ao lado de *Gestão e Qualidade*.

Mais uma demonstração do compromisso do setor elétrico com a RSC é o programa criado pelo Operador Nacional do Sistema Elétrico (ONS), em 2004, especificamente voltado para parcerias com organizações sociais, adotando como foco o apoio financeiro a projetos nas áreas de educação e cultura.

Além do cumprimento às legislações e regulamentações, destaca-se o pioneirismo do setor elétrico na elaboração de um instrumento metodológico que permite o acompanhamento sistemático da RSC nas empresas, criando um Índice de Responsabilidade Social. Essa iniciativa é resultado de um trabalho realizado em 2005 pela Câmara Brasileira de Investidores em Energia (CBIEE), como já mencionado.

AES Eletropaulo e sua Trajetória em Responsabilidade Social

[6] Ver item
Princípios, Valores e Transparência



Maior distribuidora de energia elétrica em faturamento da América Latina, a AES Eletropaulo é controlada pela AES Corporation, um dos maiores investidores globais do setor, presente em 26 países e cinco continentes.

A AES Eletropaulo opera em 24 municípios da Grande São Paulo, incluindo a capital, e possui um quadro de pessoal composto por mais de quatro mil funcionários, que atuam nas estações transformadoras de distribuição (ETDs), junto à rede elétrica, centros administrativos e nas lojas e postos de atendimento ao consumidor.

O eixo da gestão socialmente responsável da AES Eletropaulo é expresso pelo compromisso de conduzir os negócios de forma ética, considerando-se os interesses de seus *stakeholders*, em conformidade com políticas, códigos e princípios estabelecidos pela AES Corporation. Esse compromisso faz parte dos valores da AES, ao lado da segurança, excelência, integridade e auto-realização, e são compartilhados por todas as empresas do grupo. [6]

Especial atenção é destinada às questões de governança corporativa, excelência na prestação de serviço, preservação ambiental e interação com as comunidades onde estão localizadas as suas atividades. A política de investimento social externo é desenvolvida por meio de programas sociais, projetos culturais, voluntariado e do envolvimento com as Metas do Milênio e Pacto Global, estabelecidas pela ONU.

No âmbito organizacional, foi instituída, desde 2004, a Gerência de Relações Públicas e Responsabilidade Social, subordinada à Diretoria de Comunicação e Responsabilidade Social, que é diretamente vinculada à Presidência da companhia. A partir de janeiro de 2006, esta gerência passou a se concentrar exclusivamente em Responsabilidade Social e a coordenar as ações e investimentos sociais e de marketing cultural. A gerência tem a missão de implementar uma política de responsabilidade social corporativa, disseminando conceitos e melhores práticas internamente. Externamente, as prioridades são: apoio à integração da empresa com as comunidades em que está inserida—por meio de projetos que visem ao desenvolvimento sustentável, o estabelecimento de diálogo com as partes interessadas (*stakeholders*); e o contato com o mercado para disseminação das ações da empresa e absorção das melhores práticas.

Conquistas da Empresa: o Reconhecimento Público



[7] O ISE é gerido por um Conselho Deliberativo formado pela Abrapp—Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar, ANBID—Associação Nacional dos Bancos de Investimento, Apimec—Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais, Bovespa—Bolsa de Valores de São Paulo, IBGC—Instituto Brasileiro de Governança Corporativa, IFC—International Finance Corporation, Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e Ministério do Meio Ambiente.

[8] Sobre o Projeto Circo das Artes, ver item Comunidade deste relatório.

[9] Mais informações no site: www.eletropaulo.com.br



A importância dessa gama de premiações, muito além da visibilidade da empresa, reside na valorização de seu trabalho (especialmente dos processos de gestão, eficiência energética, atendimento ao consumidor e projetos sociais) e de seus funcionários.

O processo de gestão socialmente responsável da AES Eletropaulo tem sido amplamente reconhecido por instituições nacionais e internacionais, como atestam as certificações da International Organization for Standardization—ISO, obtidas pela empresa: ISO 14001 (ambiental) e Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ/ISO 9001:2000).

Como já mencionado, em 2005 a AES Eletropaulo ganhou notável destaque ao ser inserida no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) [7] da Bovespa, passando a compor a carteira de ações de empresas com reconhecido comprometimento nas áreas de responsabilidade social e sustentabilidade empresarial. O ISE envolve critérios relacionados às dimensões ambiental, social e econômico-financeira. Em dezembro de 2005, apenas 28 empresas brasileiras faziam parte dessa carteira que, estima-se, vá incluir até, no máximo, 40 companhias.

O reconhecimento público da empresa reflete-se, igualmente, nas premiações obtidas também em 2005:

—*Top Social*, da Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil (ADVB), com o projeto educativo de Eficiência Energética *Eletropaulo na Comunidade*.



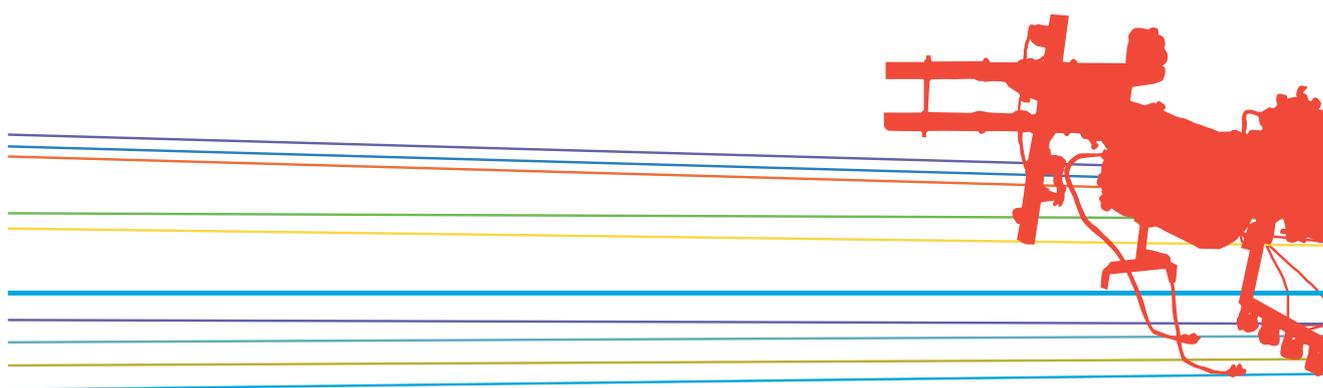
—5º Prêmio Fundação COGE, na categoria Responsabilidade Social, com o projeto social *Circo das Artes*, gerenciado pela Regional Grande ABC. [8]



—*Prêmio Procel*, do Ministério de Minas e Energia (Eletrobrás/Procel), para três projetos de Eficiência Energética: *AES Eletropaulo nas Comunidades de Baixo Poder Aquisitivo*, *Eficiência Energética em Sistemas de Ar Comprimido—Goodyear do Brasil* e *Atração de Recursos Privados para Financiamento de Projetos de Eficiência Energética e Outros Insumos—Caso Edifício Faria Lima*.

—5º Prêmio da Associação Brasileira de Telemarketing (ABT), para o *Call Center*, na categoria *Melhor Serviço de Atendimento ao Cliente*, e para a *Campanha do Agasalho*, na categoria *Responsabilidade Social*. [9]

Apresentação	Princípios	10
	Práticas	11
Relacionamentos	Sócio-Ambiental	11
	Valor Adicionado	13
Conclusões		
Créditos		



Princípios, Valores e Transparência

Ética é incorporada à cultura dos funcionários

O curso de formação sobre o Código de Ética, ministrado a funcionários que atuam como agentes multiplicadores, alcançou em 2005 a quase totalidade do corpo funcional (95%).

Principais resultados do programa:

- 87% dos funcionários consideraram que houve maior entendimento sobre o código e os valores da empresa. O canal de comunicação AES Helpline é uma ferramenta para esclarecer dúvidas e denunciar eventuais violações ao código de conduta.
- Cerca de 80% dos participantes responderam saber o que fazer, caso identifiquem alguma situação potencial de violação aos valores ou ao Código de Ética da empresa.
- Cerca de 80% dos participantes responderam acreditar que a empresa oferece meios adequados para reportar qualquer tipo de dúvida e denúncia relacionadas ao Código de Ética.
- Cerca de 70% dos funcionários informaram que se sentem confortáveis em utilizar o AES Helpline para esclarecer dúvidas ou reportar problemas relacionados à conduta ética na empresa.

Fonte

AES Eletropaulo Ética e Conduta Corporativa/Compliance



Desde dezembro de 2005, a empresa adota os valores da AES Corporation:

Segurança

O Grupo AES sempre coloca a segurança em primeiro lugar—em relação ao seu pessoal, contratados e integrantes das comunidades atendidas;

Integridade

As pessoas do Grupo AES são honestas, confiáveis e fidedignas. A integridade está no centro de tudo o que fazem—como conduzem suas ações, como desempenham seu trabalho e como interagem umas com as outras e com todas as partes envolvidas;

Compromisso

O Grupo AES tem um compromisso com as partes envolvidas (clientes, funcionários, comunidades, acionistas, fornecedores e parceiros) e quer que todas as suas empresas dêem uma contribuição positiva para a sociedade;

Excelência

O Grupo AES buscará ser o melhor em tudo o que fizer. O grupo irá desempenhar atividades de classe mundial e fornecer serviços de alta qualidade e confiáveis aos seus clientes;

Auto-realização

O Grupo AES quer que seu pessoal goste de seu trabalho, apreciando a auto-realização proporcionada por fazer parte de um time de sucesso que faz a diferença. As pessoas trabalham porque o trabalho as faz sentir-se realizadas, úteis e motivadas.

A mudança mais significativa foi a prioridade dada à segurança e à excelência, o que demonstra a grande importância que os dois conceitos têm para a AES em todo mundo. No caso do Brasil, a aplicação prática de ambos envolveu a adoção de uma série de providências ao longo dos últimos anos. Providências que serão acentuadas no futuro, não só porque passaram formalmente a integrar valores do grupo, mas também porque ambas estão diretamente relacionadas ao bem-estar físico e emocional.

Por sua vez, o Código de Ética da empresa reúne conceitos fundamentais e exige práticas saudáveis em todos os seus níveis organizacionais. Tanto assim que a AES Eletropaulo mantém um programa de disseminação dos valores e princípios institucionais para todos os níveis hierárquicos e para os parceiros externos. O documento engloba os princípios fundamentais relativos à Responsabilidade Social, tais como: transparência e respeito aos públicos de relacionamento; saúde, meio ambiente e segurança; condutas individuais e institucionais baseadas em honestidade, integridade e imparcialidade; e rigor no cumprimento de códigos, leis, normas e regulamentos.

A aderência a preceitos e práticas se reflete, principalmente, no constante diálogo com os públicos envolvidos; na participação em associações de classe; na elaboração sistemática de relatórios sobre aspectos econômicos, sociais e ambientais de suas atividades e na divulgação de dados pela Internet, intranet, mídia e participação em congressos. As questões éticas são também abordadas em pesquisas de clima organizacional e em comitês formais constituídos pela empresa.

Atuação Sócio-Ambiental [10]

[10] Para mais informações sobre as ações relacionadas à atuação Sócio-Ambiental, consulte o Relatório Ambiental 2005 AES Eletropaulo.

[11] Ver tabela sobre Investimentos Ambientais.

O compromisso com o meio ambiente é expresso pela AES Eletropaulo já em seu planejamento estratégico, que inclui um sistema de gestão padronizado e formalizado, com orçamento próprio. [11] Isso significa que a empresa aloca recursos necessários para: identificação de riscos, planejamento de ações, capacitação de funcionários e auditoria. Na medida em que é considerado um tema transversal, o meio ambiente perpassa todas as suas áreas de atuação.

Ciente dos impactos ambientais causados por suas atividades, a AES Eletropaulo apresenta características que se reportam às melhores práticas no mercado sobre destinação e tratamento de resíduos perigosos. Além do gerenciamento correto dos resíduos, a empresa inclui nos critérios de seleção de fornecedores: padrões de conduta e qualidade ambiental de instalações, produtos, materiais e equipamentos. A empresa estabelece metas de minimização de produção de resíduos e redução do consumo de recursos naturais.

Outra prática da AES Eletropaulo considerada como referencial no mercado é o controle de PCB (Bifenilas Policloradas–Ascarel), em seu sistema de operações. Em 2005, a AES Eletropaulo finalizou seu programa Ascarel III, com a eliminação de todos os equipamentos com PCB ainda em operação e armazenados.



Embasando suas ações, a AES Eletropaulo definiu sua Política Ambiental e em 2005 realizou a integração desta política com a Política de Saúde e Segurança, permanecendo integradas estas três áreas para as quatro empresas da AES no Brasil. O ano de 2005 mostra o avanço dos investimentos ambientais da AES Eletropaulo, sejam relativos à produção e operação da empresa (de R\$ 855 mil em 2003 para R\$ 1,6 milhão em 2005) ou a programas externos. O valor destes últimos é 100 vezes maior que aquele investido em 2003.



Investimentos Ambientais | R\$ Mil

Variável	2003	2004	2005
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa	855	54	1.592
Investimentos em programas e/ou projetos externos	9	694	1.199
Total	864	748	2.791

Política de Meio Ambiente, Saúde e Segurança do Trabalho do Grupo AES no Brasil

ISO 14000

Merece destaque a ampliação do escopo do Sistema de Gestão Ambiental: de quatro para

182 endereços, que abrangem todas as sedes administrativas, a Central de Operações, a Sede Brasileira e 174 endereços de estações.

A AES Eletropaulo é a primeira empresa do setor elétrico a conseguir a ISO 14001 para um escopo tão grande. A meta para 2006 é obter a certificação da AES Serviços e bases operacionais.

Conservação da Amazônia

As contas de energia elétrica da AES Eletropaulo trarão, a partir do primeiro semestre de 2006, mensagens de como promover o desenvolvimento sustentável da Amazônia. A iniciativa faz parte do acordo firmado entre a AES Eletropaulo e a organização ambientalista WWF-Brasil (<http://www.wwf.org.br>).

A entidade, fundada em 1996, desenvolve atividades de apoio à pesquisa, legislação, comunicação e educação ambiental no Brasil, além de projetos para a viabilização das unidades de conservação através do estímulo a alternativas econômicas sustentáveis envolvendo comunidades locais.

A soma de esforços dessa parceria pretende fortalecer a conservação da maior floresta tropical do mundo. Os consumidores também poderão fazer doações voluntárias ao WWF-Brasil, que reverterá os recursos para o Programa Áreas Protegidas da Amazônia (Arpa), coordenado pelo Ministério do Meio Ambiente em parceria com Estados e municípios brasileiros. Espera-se que as doações contribuam para a meta de viabilizar o funcionamento permanente de uma rede de áreas protegidas (parques e reservas) com aproximadamente 500 mil quilômetros quadrados, área equivalente ao Estado da Bahia.

As empresas do Grupo AES no Brasil, em suas atividades de geração, distribuição e comercialização de energia, produção de bens e prestação de serviços diversos, têm como política assegurar a integridade e a saúde de seus colaboradores e preservar e conservar o meio ambiente para produzir e distribuir energia limpa, confiável e segura, tendo como base os seguintes princípios:

Prevenção

Atuar com foco na prevenção de acidentes, incidentes, doenças ocupacionais, danos ambientais e poluição.

Responsabilidade Social

Ter como objetivo prioritário das ações o benefício a todas as comunidades com as quais o Grupo AES se relaciona.

Conscientização

Assegurar que seus colaboradores e parceiros estejam informados, conscientizados e capacitados, motivando-os a assumir uma postura adequada para evitar e atuar em situações de riscos à saúde, à segurança e em potenciais impactos ambientais decorrentes de suas atividades.

Melhoria Contínua

Planejar, projetar e desenvolver suas atividades aprimorando continuamente a performance das operações, monitorando, de forma pró-ativa, indicadores de saúde ocupacional, segurança do trabalho e meio ambiente, e aplicando tecnologias, processos e insumos que minimizem os riscos ao trabalhador e impactos ao meio ambiente, visando à saúde e à segurança dos colaboradores, das empresas parceiras e da comunidade.

Respeito aos Recursos Naturais

Usar de forma racional e sustentável os recursos naturais necessários aos processos sob responsabilidade da AES no Brasil.

Gerenciamento de Emissões

Mitigar os impactos decorrentes de suas atividades, reduzindo suas emissões para o meio ambiente e para o ambiente de trabalho, buscando soluções econômica e tecnicamente sustentáveis.

Fornecedores e Contratados

Atuar em parceria com seus fornecedores e contratados, orientando-os e estabelecendo critérios para o atendimento aos requisitos de saúde, segurança e meio ambiente, na prestação de serviços.

Comunicação

Fomentar programas de conscientização, educação ambiental, saúde e segurança, junto à comunidade na qual a empresa está inserida, apoiando o desenvolvimento de projetos que atendam a expectativas das partes interessadas, e manter uma comunicação aberta e permanente através da divulgação de suas práticas e desempenho.

Compromisso com a Legislação

Operar e manter todas as Unidades, garantindo o cumprimento da legislação aplicável à saúde, segurança e meio ambiente, bem como o atendimento a outros requisitos pertinentes a suas atividades.

As lideranças das empresas são responsáveis por implementar, divulgar e fazer cumprir esta Política, bem como garantir a estrutura para o estabelecimento e análise dos objetivos e metas de meio ambiente, saúde e segurança. Seus colaboradores são responsáveis por praticar esta Política, de forma individual e intransferível, assegurando seu cumprimento por prestadores de serviços.

Geração e Distribuição do Valor Adicionado

[12] Aplica-se neste documento o conceito de receita bruta consolidada

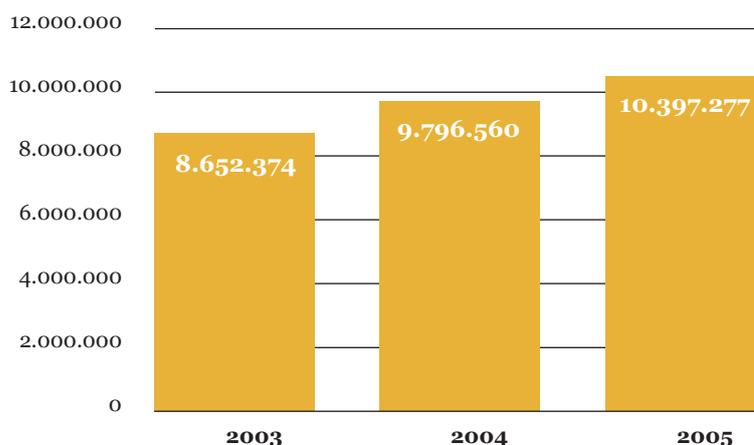
O valor adicionado significa quanto a empresa agrega, em um período específico, aos insumos que adquire. Demonstra, também, a distribuição desses recursos entre os diferentes públicos (*stakeholders*) que contribuíram para essa adição de valor. Essa é uma informação definitiva em Relatórios de Responsabilidade Social porque explicita como se distribui a riqueza promovida pela empresa. A tabela e os gráficos a seguir apontam informação interessante. A Receita Bruta mostra nítido crescimento ao longo dos anos. Mais importante, entretanto, é o fato de o aumento de riqueza gerada pela empresa ser maior que o crescimento de receita. Aí surgem as evidências de avanço da eficiência na empresa.

Geração do Valor Adicionado [12] | R\$ Mil

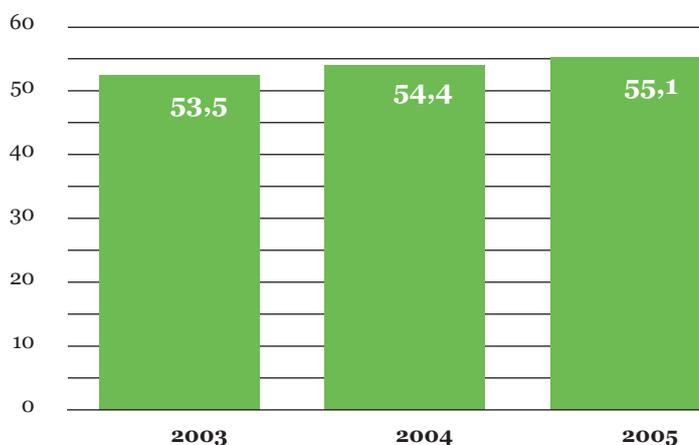
Geração do Valor Adicionado

	2003	2004	2005
1 Receita Bruta	8.652.374	9.796.560	10.397.277
2 Bens e Serviços Adquiridos de Terceiros	4.330.741	4.724.141	5.126.386
3 Valor Adicionado Bruto (1-2)	4.321.633	5.072.419	5.270.891
4 Retenções (Depreciação, Amortização, Exaustão)	269.386	273.862	299.608
5 Valor Adicionado Líquido (3-4)	4.052.247	4.798.557	4.971.283
6 Transferências (Resultado da Equivalência Patrimonial, Resultado de Participações Societárias e Receitas Financeiras)	578.253	530.348	754.534
7 Valor Adicionado a Distribuir (5+6)	4.630.500	5.328.905	5.725.817

Evolução da Geração da Receita Bruta | R\$ Mil Valor Adicionado | %

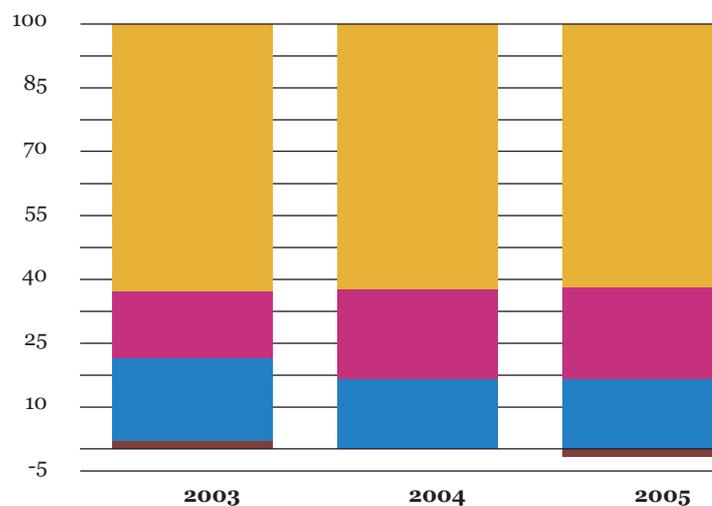


Valor Adicionado a Distribuir | % da Receita Bruta



No que diz respeito a quem se apropria do valor adicionado, o cenário pouco mudou nos últimos anos. O governo, por meio da arrecadação de impostos, continua ficando com a maior proporção de riqueza gerada pela empresa.

Distribuição do Valor Adicionado | %



	2003	2004	2005
 Governo	64	63	65
 Financiadores	14	20	20
 Empregados	20	17	17
 Acionistas	2	0	-2

Apresentação	Investidores	16
Práticas	Público Externo	17
Relacionamentos	Público Interno	21
Conclusões	Fornecedores	27
Créditos	Comunidade	29
	Governo	43



Acionistas e Financiadores

Bovespa: AES Eletropaulo recebe selo de qualidade de Governança Corporativa

Em dezembro de 2004, as ações ordinárias e preferenciais da AES Eletropaulo passaram a ser negociadas no Nível 2 de Governança Corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa). As companhias que concordam em adotar as normas de conduta exigidas nesse nível pela Bovespa são certificadas por um selo e participam do índice (IGC), composto por empresas alinhadas aos níveis de Governança Corporativa. A empresa lançou, simultaneamente, um site para possibilitar o acesso dos investidores às informações financeiras. A iniciativa está em consonância com o princípio da AES Eletropaulo de promover e aperfeiçoar suas relações de transparência com os investidores, favorecendo direitos equilibrados para acionistas minoritários e para os controladores.

Financiadores têm melhorado sua posição na distribuição da riqueza produzida pela AES Eletropaulo, em função de um acordo com os bancos credores concluído em março de 2004. Ao longo de 2005, foi realizada uma série de pré-pagamentos aos bancos credores, utilizando-se recursos provenientes de novas captações com prazos mais longos e custos mais baixos, conforme a estratégia financeira da empresa. Os pré-pagamentos foram responsáveis pelo aumento da distribuição de riqueza a financiadores em 2005.

No período analisado, pode-se perceber a evolução da participação dos financiadores no Valor Adicionado, passando de cerca de R\$ 650 milhões em 2003 para R\$ 1 bilhão em 2005, cerca de 20% do valor adicionado.

Ao mesmo tempo, os canais de comunicação com acionistas se aprimoraram, conforme indicado ao lado.

No caso dos acionistas, a distribuição do valor adicionado passa de apenas 2% em 2003 para menos 2% em 2005. Esta perda é explicada pelo prejuízo que a empresa acumulou a partir de 2002, principalmente em função do racionamento de energia elétrica e que ainda não foi totalmente recuperado. Em dezembro de 2005, o prejuízo acumulado montava R\$ 257,2 milhões.

Um fato relevante em relação aos acionistas é que as ações da AES Eletropaulo registraram uma valorização de 35%, enquanto o Índice Bovespa cresceu 28% no mesmo período.



Público Externo

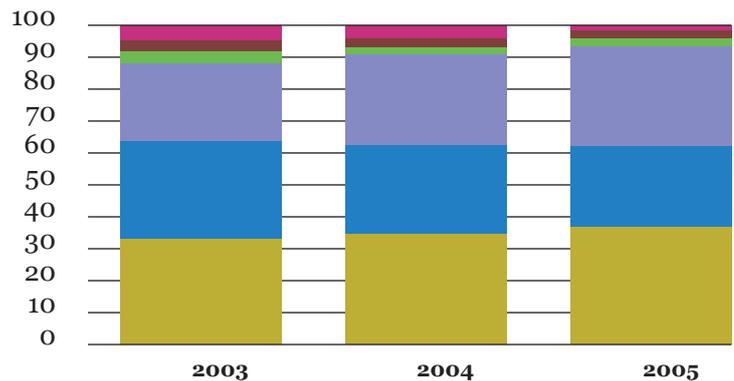
Consumidores e Clientes

No que se refere ao atendimento ao consumidor e implementação de uma política de relacionamento comercial, a AES Eletropaulo apresenta práticas de excelência, segundo padrões nacionais e internacionais.

A política de relacionamento se efetiva por meio de canais de atendimento diversificados, permanentes, gratuitos e de fácil acesso, incorporando opiniões e expectativas do público. Além disso, são desenvolvidas, periodicamente, pesquisas de satisfação (Vox Populi, ABRADEE), cujos resultados orientam ações discutidas e definidas pelos gestores da política de relacionamento comercial.

O gráfico a seguir mostra que o maior mercado da AES Eletropaulo é o consumidor residencial. Sua participação revela uma tendência crescente nos últimos anos. Cabe destacar que os consumidores de baixa renda totalizam 700 mil clientes.

Consumo de Energia Elétrica por Classe de Consumidores | %

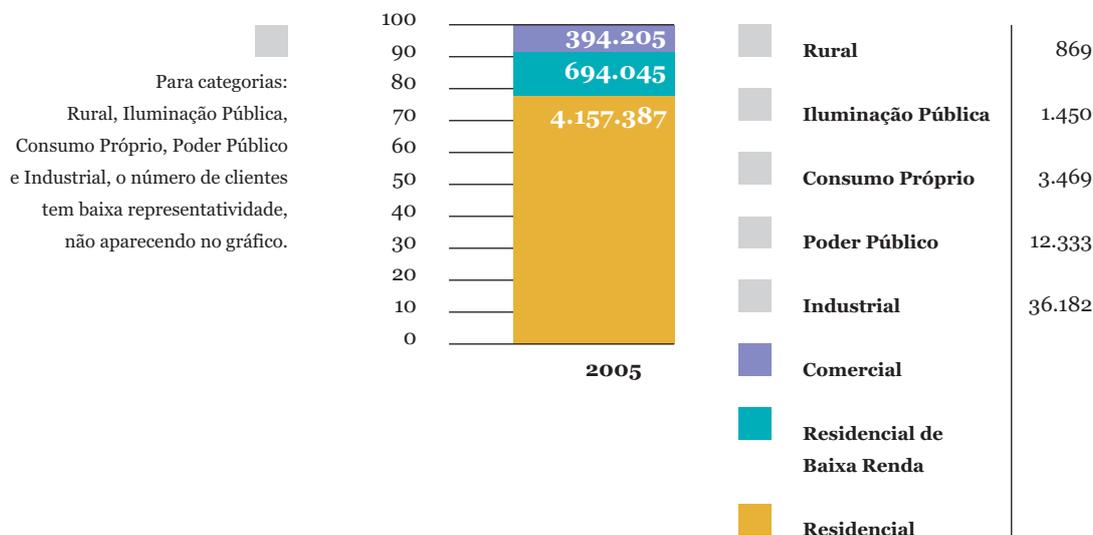


Para categorias: Consumo Próprio, Clientes Livres e Rural existem consumo, porém em menor quantidade, decorrendo, portanto, a baixa representatividade nos gráficos.

- Clientes Livres
- Consumo Próprio
- Serviço Público
- Iluminação Pública
- Poder Público
- Rural
- Comercial
- Industrial
- Residencial

	2003 GWh	2004 GWh	2005 GWh
Clientes Livres			
Consumo Próprio			
Serviço Público	1.611	1.489	671
Iluminação Pública	887	875	874
Poder Público	952	915	1.028
Rural			
Comercial	9.174	9.435	9.593
Industrial	9.401	8.670	7.580
Residencial	10.727	11.258	11.827

Número de Clientes da AES Eletropaulo em 2005 | %



Mais agilidade no atendimento ao consumidor: a empresa investe em canais de relacionamento

A rede de acesso do consumidor aos serviços da AES Eletropaulo foi ampliada em 2005, com a instalação de megalojas em locais de grande circulação de pessoas, como estações de metrô e terminais de ônibus.

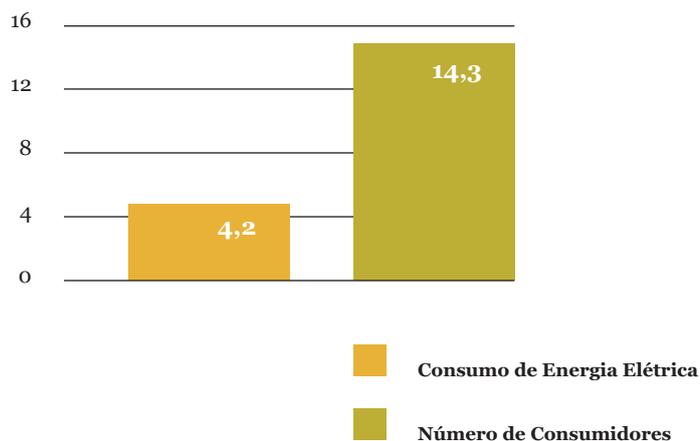
Nesses locais, o consumidor encontra totens para auto-atendimento que oferecem 36 serviços *on-line*, disponíveis também no website da empresa. Há também uma área com linhas diretas para o *Call Center*.

O cliente passou a receber um novo modelo de conta de energia, com mensagens educativas e outras informações de seu interesse.

A Ouvidoria da empresa foi reformulada, com mais autonomia para ações de caráter preventivo, propondo melhorias nos processos comerciais. Combinadas, essas iniciativas fizeram com que o tempo de atendimento pessoal ficasse mais ágil, sendo reduzido de dez para sete minutos.

Como consequência, a pesquisa da ABRADDEE demonstrou um aumento de 7,3 pontos percentuais na satisfação do cliente com a distribuidora, em relação a 2004.

Clientes de Baixa Renda | %



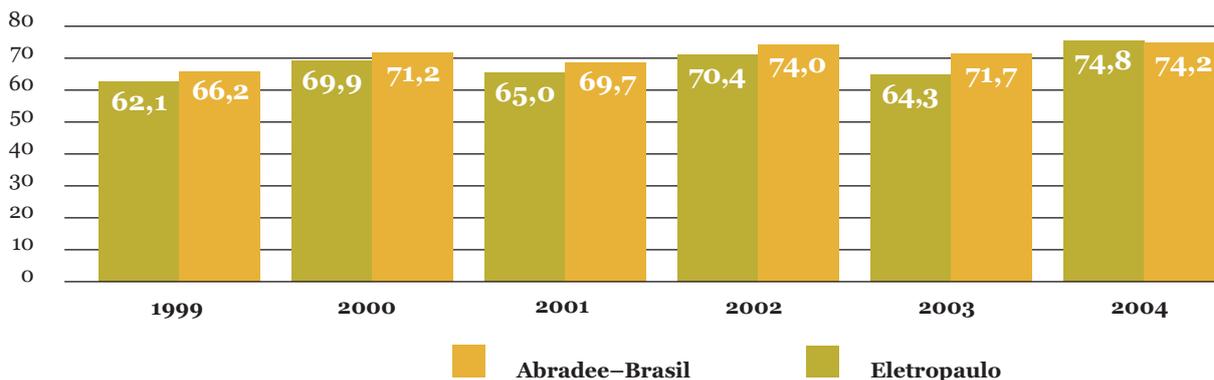
Essa clientela vem sendo melhor atendida, como evidenciam as informações sobre o atendimento ao consumidor.

O crescente número de ligações atendidas pelo *Call Center* e o aumento expressivo da formação dos recursos humanos são bons indicadores de excelência.



O gráfico a seguir apresenta a análise anual feita pela ABRADÉE (Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica) para o Índice de Satisfação da Qualidade Percebida-*ISQP*, que afeere o índice de satisfação dos consumidores. Nessa série histórica, percebe-se uma melhoria de quase 10% no índice de 2004 para a AES Eletropaulo, superando inclusive a média nacional.

ISQP-Índice de Satisfação da Qualidade Percebida

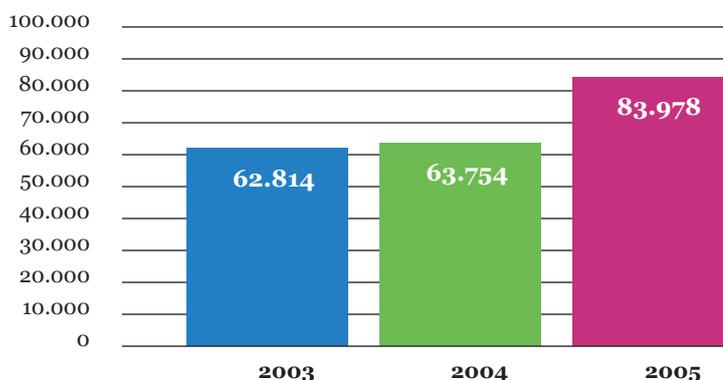


O maior Call Center do Brasil

Por ser uma prioridade para a AES Eletropaulo, o *Call Center* recebe significativos investimentos e seus funcionários participam de intensos programas de treinamento. Em 2005, foram ministradas cerca de 84.000 horas de cursos. Considerado o maior *Call Center* do Brasil, esse serviço opera com 821 atendentes, em 300 posições de atendimento 24 horas, recebendo 800.000 ligações por mês. Novas ferramentas, com destaque para o sistema Prefixo iniciado em 2004, aceleraram o atendimento ao consumidor. O tempo médio de espera, que era de 2 minutos em 2000, caiu para 37 segundos em 2005.

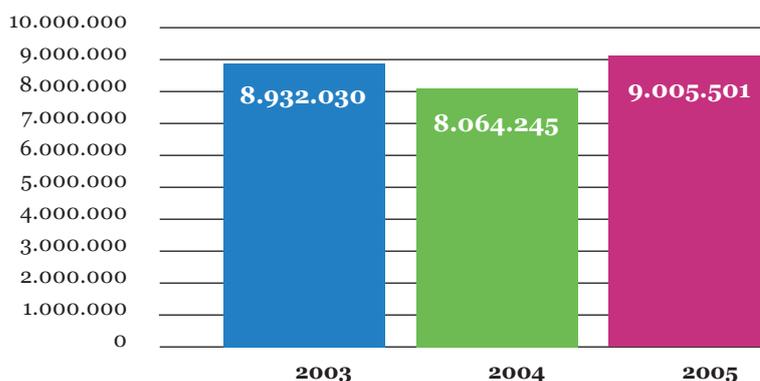
Investimentos no Call Center

Número de horas de treinamento pelo SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente)



Desempenho do Call Center

Total de ligações atendidas pelo SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente)

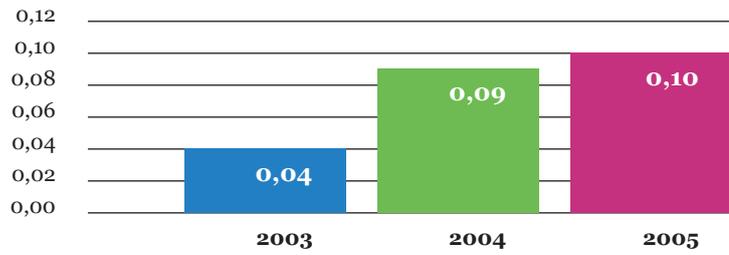


Criação de Contact Center Exclusivo para clientes de média e alta tensão

Criado em janeiro de 2005 um *contact center* exclusivo para os clientes de média e alta tensão, proporcionando um canal de atendimento remoto, ágil e especializado.

Cabe ainda registrar o avanço promovido pela AES Eletropaulo na direção da universalização dos serviços (isto é, levar a energia elétrica a todos os consumidores da sua área de concessão). Foram investidos cerca de R\$ 10 milhões, o que significou 0,1% da receita bruta da empresa.

Investimentos em Universalização | %



Público Interno

Funcionários

Atenta ao relacionamento ético e transparente com seus funcionários e colaboradores, a AES Eletropaulo investe na gestão participativa. As informações são disponibilizadas aos funcionários, que têm suas sugestões reconhecidas e consideradas na melhoria de processos internos.

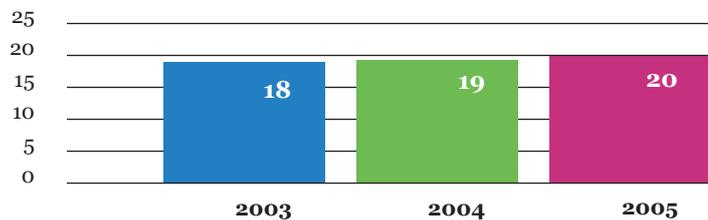
Quanto à participação de funcionários em sindicatos, a AES Eletropaulo apresenta comportamento de excelência, por usar mecanismos de consulta periódica aos representantes sindicais e vice-versa, além de fornecer dados financeiros e sobre objetivos estratégicos para subsidiar as discussões.

Em consonância com seus princípios e valores éticos, a empresa respeita a legislação que proíbe o trabalho infantil e combate todas as formas de discriminação, valorizando a riqueza étnica e cultural da sociedade. Um exemplo é o tratamento das questões de gênero e a inserção das mulheres em seu quadro funcional, inclusive com o expressivo aumento do percentual de mulheres em cargos gerenciais, entre 2003 e 2005, conforme demonstram os gráficos a seguir.

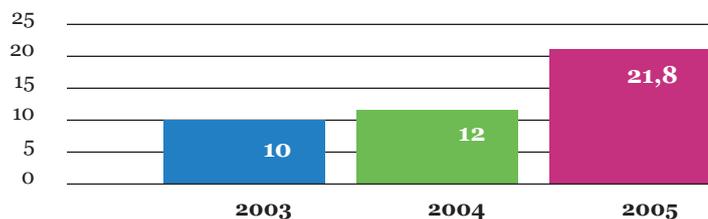


Participação das Mulheres | %

Percentual de mulheres em relação ao total de colaboradores



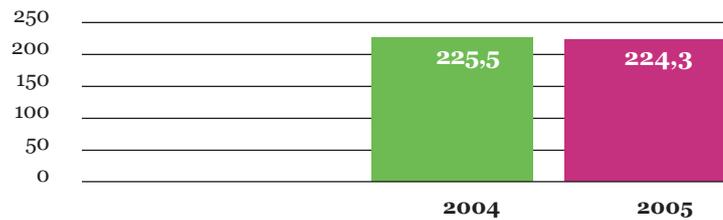
Mulheres em Cargos Gerenciais | % do Total



Há uma clara política de remuneração, benefícios e carreira que valoriza competências potenciais e estimula os funcionários, por meio da remuneração e do investimento em seu desenvolvimento profissional. Todos os funcionários têm acesso a planos de previdência privada e participação nos lucros ou resultados da empresa. Informação que ratifica as evidências apresentadas refere-se ao valor adicionado distribuído ao público interno. A empresa mantém a mesma proporção de investimentos em seus funcionários e colaboradores, mesmo com redução do quadro.

Distribuição do Valor Adicionado | R\$ Mil

Valor adicionado distribuído para o público interno | per capita



A formação profissional dos funcionários é fator de grande atenção na AES Eletropaulo. Em 2005 foi inaugurada a sede própria do Sistema de Educação Corporativa, criado em 2004, para o desenvolvimento de atividades de formação e capacitação das empresas AES no Brasil. Sinalização que a empresa transmite para dentro de si mesma e para a sociedade, a educação continuada é política empresarial e se enquadra nos padrões de excelência da Responsabilidade Social Corporativa. O sistema prevê a participação da alta administração da empresa no processo “apadrinhando” turmas do Programa de Desenvolvimento de Lideranças. Certamente esta forma de encarar e trabalhar a formação continuada diminui a distância entre os segmentos hierárquicos da empresa, possibilitando um outro clima organizacional, onde a horizontalidade da comunicação ganha espaço sobre a tradicional verticalidade.

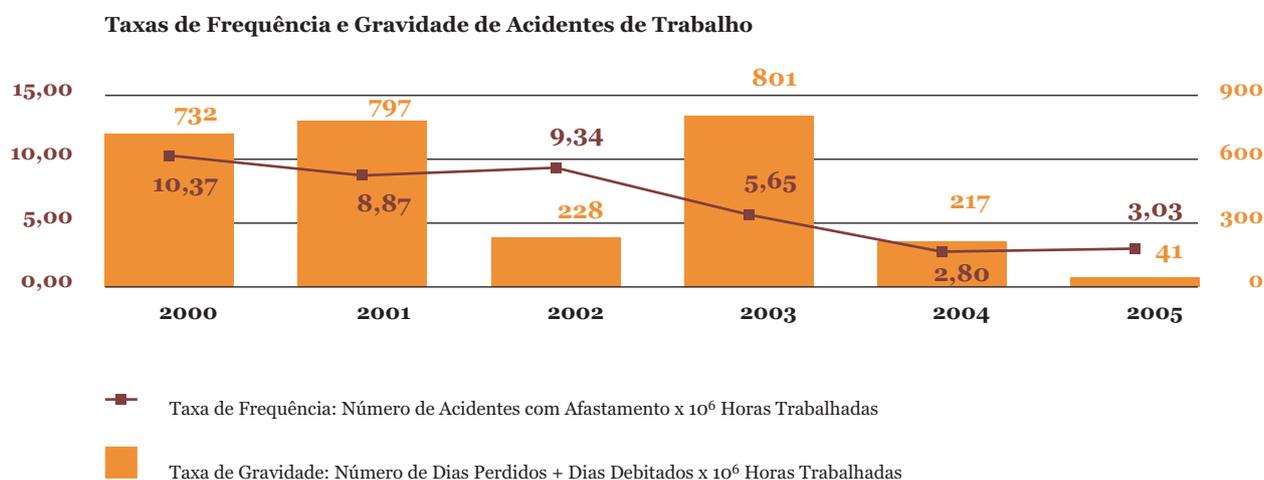
Trabalha-se aí com a idéia e a prática de gestão do conhecimento. Também nessa linha se desenvolve o programa Café da Manhã com o Presidente, em que funcionários são convidados para um encontro informal com o diretor-presidente da AES Eletropaulo para falarem sobre sua história pessoal e sua experiência profissional na companhia. Além disso, têm a oportunidade de apresentarem sugestões sobre o trabalho; elas são anotadas e encaminhadas às áreas competentes para análise e possível implantação.

Outra preocupação permanente da AES Eletropaulo é assegurar a saúde, a segurança e boas condições de trabalho para seu corpo funcional e trabalhadores terceirizados. A empresa ultrapassa as obrigações legais e tem planos e metas para alcançar os padrões de excelência nessas áreas. Uma característica importante do programa de recursos humanos é a garantia de sigilo sobre informações pessoais, inclusive médicas, a respeito dos funcionários. Há uma política de compensação de horas extras.

O futuro do funcionário também recebe atenção da empresa, que orienta e oferece assessoramento regular para a obtenção da aposentadoria. O mesmo ocorre quando há necessidade de redução do quadro funcional. A AES Eletropaulo discute alternativas internamente e cria incentivos para a demissão voluntária, estabelecendo, também, indicadores sócio-econômicos para orientar a definição de prioridades. Merece destaque a importância dada à segurança máxima dos funcionários.

Em 2005 não houve registro de acidentes que resultassem em mutilação ou outros danos à integridade física dos trabalhadores e prestadores de serviços, com afastamento permanente do cargo (incluindo lesões por esforços repetitivos).

No período de 2003 a 2005, revela-se a importância da segurança máxima na AES Eletropaulo, evidenciada pela queda constante de acidentes com empregados e prestadores de serviço.



Merece destaque o investimento social interno da AES Eletropaulo. A tabela abaixo destaca: o crescimento contínuo com alimentação, auxílio-creche, participação nos lucros ou resultados. O grande diferencial vai se dar na educação, capacitação e desenvolvimento profissional já mencionado, que passa de R\$ 3,2 milhões em 2004 e chega a R\$ 4,3 milhões em 2005.

Investimentos Sociais Internos da Empresa com os Empregados | R\$ Mil

Variáveis	2004	2005
Alimentação	17.441	19.916
Encargos Sociais Compulsórios	61.524	70.716
Previdência Privada	761.507	742.702
Saúde	14.757	16.891
Segurança e Saúde no Trabalho	114	81
Educação	2.562	2.700
Capacitação e Desenvolvimento Profissional	724	1.599
Creche ou Auxílio-creche	375	452
Participação nos Lucros ou Resultados	29.183	34.766
Outros	17.454	18.567
Total	905.641	908.390

Obs.: No item Segurança e Saúde no trabalho não estão incluídos, nos valores citados, os investimentos com a compra de equipamentos de proteção individual.

Educação Corporativa Ganha Sede Própria

Pouco mais de um ano após o lançamento do Sistema de Educação Corporativa do Grupo AES no Brasil, a diretoria de Recursos Humanos inaugurou uma sede, com mais de mil metros quadrados, voltada especialmente para a formação dos funcionários. Além de quatro salas para cursos, o espaço tem um auditório para grandes eventos.

São duas áreas envolvidas: Treinamento Operacional e Desenvolvimento de Pessoas. O sistema tem como uma das premissas abranger toda a cadeia de valor da empresa no processo educacional: empregados, fornecedores, clientes terceirizados e comunidade.

O Sistema apóia-se em três princípios básicos: líder educador (não aquele que dá ordens, mas o que ensina como fazer e educa pelo exemplo), aprendizado contínuo (quem ensina está sempre aprendendo algo), e a disponibilidade para aprender a qualquer hora e em qualquer lugar (uma reunião pode ser uma excelente oportunidade para o líder exercer o papel de professor).

Principais Programas Realizados em 2005

—O PDL, Programa de Desenvolvimento de Lideranças, que abrangeu aproximadamente 420 líderes das empresas AES no Brasil.

—Implantação da política de educação continuada (21 bolsistas).

—Implantação da política de idiomas (118 bolsistas).

—Educação à distância: instalação de 21 pontos de TV corporativa nas diversas áreas da empresa para facilitar a participação do pessoal de campo; três programas *e-learning* em parceria com entidades especializadas, envolvendo 70 participantes.

—Programa Prazer em Atender, com 2.887 participações.

—Rodeio de Energia, com 3.500 participantes e nove empresas distribuidoras de energia.

O total do investimento com treinamento e desenvolvimento chegou a R\$ 4,3 milhões em 2005.



Inclusão de Pessoas Portadoras de Deficiência (PPD)

A AES Eletropaulo mantém o Programa de Empregabilidade de Pessoas Portadoras de Deficiência. Lançado em março de 2005, o programa teve como etapas iniciais a sensibilização dos gestores e funcionários para receberem os futuros colaboradores, o mapeamento de atividades e locais adequados e a campanha Indique um Portador de Deficiência.

Além disso, junto com outras empresas do setor de energia, é parceira da Associação de Pais e Amigos de Portadores de Deficiência–APADE (www.apade.org.br).

Esta ação visa prover recursos para a melhoria das condições de inclusão social de pessoas com Síndrome de Down. Uma interação entre várias áreas da empresa permitiu a cessão de espaços para a abertura de duas lanchonetes dentro de unidades de negócios que têm em seu entorno poucas opções para alimentação. A administração é feita por empresa do setor de alimentos que oferece vagas de estágio às pessoas portadoras de deficiência e destina uma parte da renda à APADE.

Para 2006 está prevista, na região do ABC paulista, a cessão de mais um espaço para a implantação da terceira lanchonete.

O plano para este ano também prevê a parceria com grandes instituições de pesquisa na área da educação para a formulação de projetos que facilitem o acesso e o emprego de PPDs nas empresas do Grupo AES.



Inserção no Mercado de Trabalho

A AES Eletropaulo mantém, em parceria com diversas instituições, programas de estágio e primeiro emprego como Jovem Cidadão, Menor Patrulheiro e Menor Aprendiz do SENAI. Todos eles têm o objetivo de capacitar jovens para o mercado de trabalho. Aproximadamente 300 pessoas participam destes programas.

Biblioteca



Depois de passar por uma reestruturação, a Biblioteca AES Eletropaulo foi reinaugurada em janeiro de 2005 e transformou-se em um centro de pesquisas, com onze mil títulos disponíveis para consulta e empréstimos (pessoalmente ou via malote). O acervo abrange os seguintes assuntos: eletricidade (distribuição, geração e transmissão), energia, sistemas de potência, meio ambiente, administração de empresas e informática e tem como um de seus objetivos resgatar a memória da AES Eletropaulo. Criada em 1950 com material cedido pelo Departamento de Recursos Humanos da Light e pela Companhia Brasileira Administradora de Serviços Técnicos (Cobast), a biblioteca estava fechada desde abril de 2002. Dentre os volumes estão livros, periódicos, anais de congressos, vídeos, CDs, DVDs e trabalhos técnicos desenvolvidos por funcionários da companhia. Desde 2005, a Biblioteca está instalada na Unidade Centro (Rua 25 de Janeiro, 320) da AES Eletropaulo. O acervo pode ser consultado na Intranet da AES Eletropaulo por meio da Biblioteca Virtual.

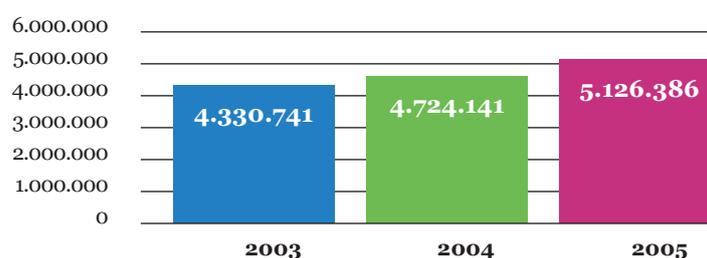
A Biblioteca disponibiliza também acervo com CDs e DVDs contendo registros fotográficos e audiovisuais de eventos internos, discursos, palestras e material jornalístico.



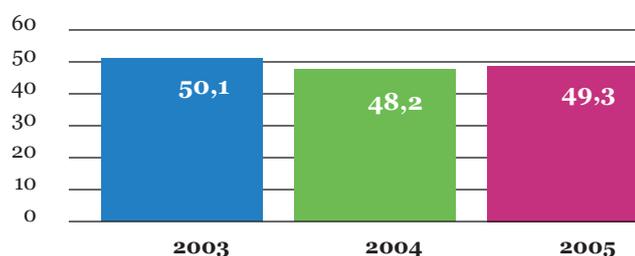
Fornecedores

Na AES Eletropaulo é crescente o volume de recursos alocados à aquisição de bens e serviços adquiridos de terceiros, atingindo cerca de R\$ 5 bilhões em 2005. Isso tem um reflexo direto no mercado de trabalho e na geração de riqueza.

Gastos com Terceiros | R\$ Mil



Evolução de Bens e Serviços Adquiridos de Terceiros | % da Receita Bruta



A empresa possui critérios rigorosos para a seleção e avaliação de fornecedores, que incluem a comprovação documental do respeito à legislação; da responsabilidade social, incluindo a proibição do trabalho infantil; das relações adequadas de trabalho e da adoção de padrões ambientais. Desde a fase de cadastramento de novos fornecedores a empresa procura dar oportunidades e buscar alternativas considerando o desenvolvimento do mercado.

Nos processos de contratação, a empresa tem o cuidado de encaminhar previamente aos proponentes a sua "Política Ambiental" e, de acordo com a natureza da atividade, o "Questionário de Atuação Ambiental de Terceiros", o qual obrigatoriamente deve ser preenchido e devolvido com a devida documentação que comprove as informações prestadas. Toda essa documentação é submetida à análise da Gerência de Meio Ambiente, que avalia inclusive a necessidade da realização de verificações em campo.

Em todos os processos de cotação em que seja avaliada a possibilidade de risco ambiental, são solicitados aos fornecedores documentos que comprovem o pleno atendimento à legislação perante os respectivos órgãos fiscalizadores. Adicionalmente, a empresa informa aos seus fornecedores sobre não aceitação de utilização de mão de obra infantil, bem como da obrigatoriedade do atendimento à Lei Nº 8.069, de 13 de julho de 1990—Estatuto da Criança e do Adolescente.

Nos contratos formalizados, há cláusulas específicas sobre o cumprimento à legislação sócio-ambiental, prevendo penalidades a eventuais infrações, por parte da empresa contratada. Esses processos compõem a estratégia de gestão ambiental da AES Eletropaulo, certificada pela Norma ISO 14001. É importante destacar que os trabalhadores terceirizados também participam dos programas de treinamento e desenvolvimento profissional da AES Eletropaulo.

O papel da empresa não se reduz à atenção na seleção e contratação dos seus parceiros, mas abrange também o apoio ao desenvolvimento e a capacitação de fornecedores, seja via treinamento, seja pelo processo de gestão dos terceirizados, ou ainda pelo compartilhamento de melhores práticas, onde o efeito multiplicador para a cadeia produtiva se faz presente.

Um exemplo da preocupação da empresa com a segurança, seu primeiro valor, é a atividade desenvolvida com a Associação Brasileira das Empresas de Concreto (ABESC), que prevê treinamento sobre segurança na rede elétrica para funcionários das empresas deste setor.

A empresa apóia, ainda, o desenvolvimento de fornecedores de menor porte, buscando a excelência operacional, além de buscar manter relações comerciais duradouras, fundadas em princípios de parceria.



Comunidade



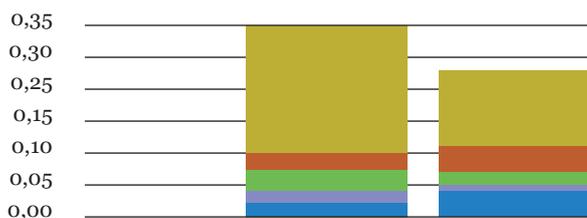
A AES Eletropaulo amplia progressivamente a interação com as comunidades de seu entorno, através de ações voltadas às áreas de Atendimento ao Cliente de Baixa Renda, Segurança, Educação, Cultura, Lazer, Meio Ambiente, Cidadania e Ações Voluntárias.

A tabela e o gráfico a seguir apontam um investimento social externo no valor de cerca de R\$ 22 milhões, onde a maior proporção vai para uma variedade de programas e/ou projetos, inclusive campanha de segurança para o público e contribuição a entidades diversas. Em seguida destacam-se os investimentos em educação, cultura, alimentação e creches. Esses investimentos representam cerca de 0,3 % da receita líquida da empresa.

Investimentos Sociais Externos | R\$ Mil

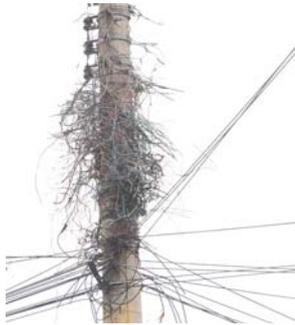
Variável	2004	2005
Educação	2.272	3.176
Cultura	1.126	3.107
Esporte	2	22
Creche	1.232	1.233
Alimentação	2.237	1.754
Outros	15.481	12.461
Total	22.351	21.753

Investimentos Sociais Externos | % da Receita Líquida



	2004	2005
Outros	0,21	0,15
Educação	0,03	0,04
Alimentação	0,03	0,02
Creches	0,02	0,01
Cultura	0,02	0,04
Esporte		

Obs.: O item *Outros* contém os valores investidos em campanhas publicitárias direcionadas aos clientes (inclusive sobre segurança) e contribuições a associações de classe.



Regularização de ligações clandestinas: o maior programa do país

“Quando eu cheguei (em Heliópolis) só tinha um fio. Com o tempo, para cada um que terminava de construir, a gente ia puxando um gato. Aqui é tudo na gambiarra!”

O depoimento é do motorista Clóvis Fernandes da Silva que, como outros moradores de núcleos de baixa renda localizados na área de concessão da AES Eletropaulo, se valia de ligações clandestinas para ter energia elétrica.

A AES Eletropaulo estima a existência de quase 480 mil ligações clandestinas em sua área de concessão, uma situação que representa riscos permanentes de incêndios, danos materiais e até acidentes fatais.

Diante desse contexto, até o final de 2006, a AES Eletropaulo investirá, com autorização da Agência Nacional de Energia Elétrica, R\$ 55 milhões do Programa de Eficiência Energética na regularização de 105 mil ligações clandestinas. O trabalho inclui a doação e a instalação do padrão de entrada (caixa de medição, postinho, bengala e disjuntor), a conscientização dos moradores para o uso racional de energia e a instalação de posto de atendimento nos núcleos regularizados.



Cabe ressaltar o esforço da AES Eletropaulo em melhorar as condições de moradia das comunidades de baixa renda em sua área de concessão, especialmente naquelas em que é desenvolvido o programa de regularização de ligações clandestinas.

Trata-se de um problema histórico, fruto dos processos de rápida urbanização das cidades, sem adequado planejamento para a infra-estrutura, principalmente nas periferias.

Embora essas regularizações estejam previstas em resolução da ANEEL, a empresa transpõe suas obrigações legais. Implementa programas que possibilitam a melhoria das condições de segurança das instalações elétricas e, com apoio das associações de moradores e de Organizações Não-Governamentais (ONGs), promove a participação das comunidades na definição de metas e no desenvolvimento de ações conjuntas de interesse recíproco.

Atendimento ao Cliente de Baixa Renda

Nessa interação com as comunidades, a empresa possui um processo estruturado para registrar reclamações e promove reuniões com lideranças locais para informar sobre providências a serem tomadas. Houve avanços nesse campo, em relação a 2004, quando a empresa atuava de forma reativa às reclamações e manifestações da comunidade.

Programa de Comodatos

Tarifa Social Baixa Renda

O desafio é o período de adaptação das comunidades à cobrança pelo uso da energia. Nesse período, as contas são faturadas em, no máximo, 150kWh ao mês (o que significa uma conta de R\$ 34,00, na Tarifa Social Baixa Renda).

Um trabalho de educação para o uso adequado de energia foi iniciado e dá frutos, conforme atesta o depoimento da dona-de-casa

Maria Aparecida Oliveira:

“A partir de agora, é banho rápido, luz apagada e TV desligada, quando ninguém estiver assistindo.”

Espaço para a Comunidade

Os postos de atendimento são construídos a partir de uma concepção interativa com a comunidade, que pode pagar suas contas nesses locais, além de ter acesso a uma biblioteca.

Os clientes que apresentarem a conta de energia paga podem freqüentar a sala com computadores ligados à Internet.

O primeiro posto foi instalado em Heliópolis e parte dos colaboradores é oriunda da própria comunidade.

A AES Eletropaulo cede gratuitamente, em regime de comodato, terrenos localizados ao longo dos 754 quilômetros de linhas de subtransmissão para pessoas físicas ou jurídicas interessadas em cultivar hortas comunitárias ou plantações ornamentais. A iniciativa envolve mais de 1.000 famílias, que ocupam cerca de 3 milhões de metros quadrados para produção de alimentos, flores e plantas medicinais.

No final de 2005, a distribuidora somava 1.054 contratos firmados, e havia ainda 2 milhões de metros quadrados disponíveis para cessão.

Os contratos, renováveis após cinco anos, estabelecem direitos e deveres do comodatário, entre eles o de manter o terreno limpo e permitir o acesso dos funcionários da distribuidora para manutenção das torres e fiscalização do comodato. A empresa paga os impostos e entrega o terreno limpo e roçado para o comodatário, que usufrui integralmente do que vier a produzir (para consumo próprio ou para venda). Todos os comodatários são informados sobre as regras de segurança associadas à ocupação.

Qualquer pessoa pode se candidatar para ser comodatário: basta identificar o terreno e fazer uma solicitação à distribuidora, que fará uma avaliação técnica do pedido. Uma interessante parceria de comodato acontece em São Bernardo, onde a ONG Ação Global de Desenvolvimento Sustentável (AGDS) realiza um trabalho social com cerca de 100 famílias, a quem dá treinamento técnico sobre o plantio e manutenção da horta. Em abril de 2006, a AES Eletropaulo irá formalizar convênio com a AGDS dando início ao PID (Programa de Inclusão Social) para estender esse treinamento a todos os comodatários da AES Eletropaulo.



O comodato é vantajoso também para a empresa, pois reduz custos com a manutenção do terreno e visa evitar a ocupação desordenada dessas áreas, e o conseqüente risco de acidentes na proximidade com as linhas de transmissão. As ocupações irregulares mobilizam socialmente a empresa, que desenvolve toda uma atividade de desocupação, por meio de negociação com as famílias em alguns casos e mediação do Poder Judiciário em outros.

O aposentado Nelson Simeão é o detentor do mais antigo contrato de comodato, na região do Brooklin, em São Paulo. Desde 1969, quando passou a trabalhar na área, a principal renda de Simeão foi obtida a partir do cultivo de plantas ornamentais. *“Quando cheguei aqui, os moradores reclamavam de ratos e baratas. Hoje, todos os vizinhos gostam do local e boa parte são meus clientes”,* diz Simeão.



Regularização Facilita a Vida dos Moradores

A energia elétrica regularizada traz vários benefícios às comunidades.

A conta de energia é um eficiente comprovante de endereço, documento exigido para abertura de crédito. Também foi com sua conta de luz em mãos que o porteiro José Cícero dos Santos tornou-se correntista em dois bancos privados.

“Até então só tinha conta-salário.”

O crédito bancário foi um impulso para Cícero mobiliar a casa, no Jardim Pantanal, onde mora com a esposa e dois filhos. Já a energia

elétrica, que segundo ele *“chegou em boa hora”,* permitiu que

tivesse, entre outros eletrodomésticos, um aparelho de microondas e uma geladeira nova. Além disso, a iluminação pública vem

sendo renovada com a instalação de luminárias e lâmpadas econômicas.



Segurança e Atuação Sócio-Ambiental

[13] Essa e outras ações da AES Eletropaulo foram, inclusive, premiadas, conforme item 2.2 do presente relatório

É constante a preocupação da empresa com a segurança das comunidades e com a preservação ambiental das áreas onde se localizam as redes aéreas. Suas equipes são sistematicamente capacitadas e desenvolvem campanhas de orientação para as comunidades, visando ao correto desenvolvimento da arboricultura sob as redes, tanto na zona urbana, quanto rural. Também são passadas orientações quanto aos riscos de construção de lajes e brincadeiras com pipas em locais próximos à rede. A atenção à saúde e à segurança do consumidor, e conseqüentemente da comunidade, é refletida na realização de estudos e pesquisas técnicas sobre riscos potenciais dos produtos e serviços e, também, na divulgação de informações sobre essa questão para os parceiros comerciais. Além disso, a empresa adota, com agilidade, medidas preventivas ou corretivas em caso de danos.

Ainda nos campos da saúde, segurança e uso eficiente da energia, iniciativas de diversas naturezas são desenvolvidas pela AES Eletropaulo.

Entre elas, destacam-se:

— Sistema de Gestão Ambiental, que integra as áreas de Saúde, Segurança e Meio Ambiente. [13]

— Eventos do Programa de Eficiência Energética, realizados em escolas selecionadas da rede pública, que promovem palestras sobre segurança e uso racional da energia elétrica, seguidas de exibição de filmes.

— Palestras sobre segurança em comunidades onde há riscos ou incidência de acidentes, devido, inclusive, ao alto número de ligações clandestinas e a favelas construídas sob as redes elétricas.

O site www.eletropaulo.com.br mantém um *link* permanente, intitulado SUA SEGURANÇA, com instruções sobre cuidados domésticos, construções, reformas, fios ou cabos partidos, atenção com crianças e primeiros socorros. Mensagens sobre segurança são também divulgadas em *outdoors* e *busdoors*, rádio e televisão, totalizando um investimento de cerca de R\$ 2,5 milhões em campanhas publicitárias. As campanhas foram veiculadas nas rádios Jovem Pan, Bandeirantes, Globo, CNB, Eldorado, Capital e Tupi no período de janeiro a março.

Durante o mês de julho foram inseridas vinhetas de advertência nas emissoras de televisão SBT, Bandeirantes e Record sobre obras de reforma de imóveis e de construção civil e brincadeira com pipas.



Educação

As ações educacionais do Programa de Eficiência Energética buscam conscientizar a comunidade para o uso racional e seguro da eletricidade. É uma forma da empresa contribuir com as Metas do Milênio uma vez que a geração de energia elétrica impacta diretamente o meio ambiente—no caso do Brasil, a principal fonte são as usinas hidrelétricas. Principais projetos desenvolvidos são:

Eletropaulo na Comunidade

A AES Eletropaulo realizou, nos finais de semana e feriados de 2005, pelo segundo ano consecutivo, esse projeto em 38 escolas estaduais e Centros de Educação Unificados (CEU), da rede municipal de ensino. Cultura, esporte, lazer e pesquisas associadas ao uso seguro da eletricidade compõem o eixo do trabalho, que tem parcerias com universidades e maciça participação de voluntários. As atividades incluem oficinas de arte, experimentos, corte de cabelo, teatro; shows; torneios esportivos; brincadeiras de rua; espaços do voluntariado e da “Melhor Idade”; simulador de consumo e outras relacionadas à eficiência energética. Em 2005, registrou-se a presença de 1.780 voluntários, além das equipes de apoio (180 pessoas), que proporcionaram mais de 21.000 atendimentos em 17 áreas. Mais de 155 mil pessoas compareceram aos eventos. Os números mostram o alcance das parcerias. Em 2005, nas 38 edições do projeto Eletropaulo na Comunidade, os estudantes das universidades Uninove, Anhembimorumbi e Metodista realizaram cerca de 16.500 atendimentos à comunidade. A iniciativa também gera benefícios para as universidades. Glória Maria Widmer, coordenadora do curso de Turismo da Uninove, considera a experiência fundamental para que os alunos possam vivenciar na prática o que aprenderam na teoria. “É preciso formar um cidadão com senso de responsabilidade social e ética”, avalia.



Campanha Publicitária de Eficiência Energética

Veiculada em jornais de bairro e MetrôNews e dirigida ao consumidor residencial, a campanha ilustrada pelos cartunistas Paulo Caruso, Caco Galhardo, Alcy e Miguel Paiva retratou com muito humor situações em que a população pode utilizar a energia elétrica de forma racional e sem abrir mão do conforto.



Programas Educacionais Permanentes

Os dois programas a seguir representam a maior contribuição continuada da AES Eletropaulo para o desenvolvimento de crianças e adolescentes de forma plena. Além disso, descentralizam as ações de responsabilidade social, pois as instituições são geridas por duas diretorias regionais.

Através destes programas, a empresa contribui com as Metas do Milênio de forma concreta investindo mais de R\$ 2 milhões anualmente.

Circo das Artes

Voltado à inclusão social, o *Circo das Artes* busca se constituir em referência para as questões da infância e adolescência na comunidade onde está inserido, o Jardim Guacuri, divisa entre os municípios de Diadema e São Paulo.

O eixo pedagógico, baseado em arte-educação, privilegia a auto-estima, o autoconhecimento e o trabalho em grupo. A AES Eletropaulo investe cerca de R\$ 1 milhão por ano no projeto, que objetiva constituir-se em uma via de comunicação inicial entre a empresa e os agentes da comunidade, inclusive por meio da participação sistemática de funcionários voluntários.

Além de formar crianças e jovens para as artes circenses, o projeto mantém atividades de dança, teatro, artes plásticas, informática, literatura e estímulo à leitura.

Essas últimas contam, inclusive, com uma biblioteca, a única da região.

O trabalho é desenvolvido por 19 profissionais, entre eles educadores com formação universitária. São realizadas visitas domiciliares e é oferecida ao adolescente orientação para o mercado de trabalho. Todas as atividades são complementares à educação formal e interagem com as escolas públicas da região.

O projeto recebeu em 2005 o Prêmio Fundação COGE na categoria Responsabilidade Social. Mas a voz das comunidades é a mais expressiva demonstração da importância do trabalho, como declara uma moradora da região: *“Meu filho tem sete anos e não gostava de ficar em casa, vivia na rua. No começo do ano, fiz a matrícula dele aqui para que tivesse um lugar mais seguro para ficar e pudesse aprender coisas boas. Ele acorda de manhã e já diz ‘mãe, quero ir para o Circo’. Nós moramos perto e outro dia ele foi sozinho, às sete horas da manhã. Tive que ir buscá-lo, porque o Circo só abre às oito horas.”*



Projeto Luz e Lápis

Educação e cidadania: o projeto é mantido pela AES Eletropaulo desde 1989 na região de Santo Amaro e compreende duas creches (Capela do Socorro e Guarapiranga), totalmente gratuitas, que oferecem recursos sociais e culturais para crianças oriundas de famílias de baixa renda. Atualmente, atende a 248 crianças (124 em cada Unidade), com idade entre um e seis anos. Nas creches, a proposta pedagógica inclui ações que ressaltam os valores éticos, a transparência, a solidariedade e a diversidade, focalizando a criança e sua família, para o exercício da cidadania. As creches possuem um quadro funcional independente, porém orientado por funcionários da AES Eletropaulo. No total, cada unidade conta com 24 profissionais especializados, dos quais 13 são educadores e os demais divididos entre serviços gerais, cozinha, pessoal administrativo, coordenação, direção, supervisão, enfermagem e seguranças.



Voluntariado

Além da doação de recursos para campanhas de arrecadação, os funcionários se mobilizam para estimular os colegas a exercerem o voluntariado. A empresa entra com toda a infra-estrutura logística: transporte, embalagens, formas de arrecadação, divulgação. O envolvimento é reconhecido por meio de eventos, como cafés da manhã e entregas de placas e homenagens aos campeões de solidariedade. Três campanhas já entraram para o calendário de eventos beneficentes dos funcionários: a da Páscoa, a do Agasalho e a de Natal. A primeira reúne funcionários, empresas parceiras e fornecedores, que em 2005 doaram recursos e serviços para 610 crianças e adolescentes atendidos pelos projetos sociais da AES Eletropaulo. A Campanha do Agasalho arrecadou cerca de 35.500 peças, entregues à presidente do Fundo Social de Solidariedade, a primeira-dama do Estado de São Paulo, Lu Alckmin. A Campanha de Natal 2005 recebeu 609 inscrições para apadrinhamento de crianças. Além da realização dos eventos em si, as campanhas têm sido instrumentos de mobilização interna para ações permanentes. Está previsto o lançamento de uma campanha permanente de arrecadação de livros para 2006 e um espaço na intranet para divulgação das ações voluntárias desenvolvidas pelos próprios funcionários.



Cultura e Lazer

Em 2005, a AES Eletropaulo, juntamente com as demais empresas do Grupo AES no Brasil, instituiu formalmente sua Política Cultural. O objetivo foi estabelecer regras coerentes, claras e transparentes para o processo de seleção de projetos na área. A Política Cultural tem o objetivo de fornecer oportunidade de acesso a atividades culturais às comunidades nas quais as empresas estão inseridas e, ao mesmo tempo, valorizar a imagem institucional da companhia e do Grupo AES. As ações devem tanto proporcionar atividades culturais, artísticas e educativas, quanto estar em harmonia com a estratégia corporativa e também sincronizadas com o programa de responsabilidade social e os princípios da política de meio ambiente, saúde e segurança do trabalho. Para apresentar sugestões, avaliar e definir projetos que serão implementados, foi criado um comitê de Política Cultural com representantes da AES Eletropaulo, AES Tietê e AES Uruguaiana, coordenado pela área de Comunicação e Responsabilidade Social do Grupo.

Entre as ações culturais desenvolvidas pela AES Eletropaulo, destacam-se:

Domingo Show AES Eletropaulo

O objetivo do Domingo Show AES Eletropaulo é oferecer grandes espetáculos gratuitos ao público que reside nas regiões mais periféricas da região metropolitana, fora do roteiro dos shows tradicionais. O público tem a oportunidade de assistir a espetáculos completos, com bandas e todos os recursos utilizados nas turnês habituais dos artistas. São dois espetáculos a cada evento, visando públicos diferenciados. À tarde, a maioria presente é de donas de casa, idosos e crianças; à noite, jovens de todas as idades. Em sua 2ª edição, no ano de 2005, a AES Eletropaulo promoveu espetáculos em Ribeirão Pires, Diadema, Osasco, Embu-Guaçu e Cajamar. Os cinco eventos reuniram artistas consagrados, como: Nando Reis, Russo, Kiko Zambianchi, Ultraje a Rigor, Francisco Petrônio, Cauby Peixoto e Paulo Ricardo, entre vários outros, e atraíram 84 mil pessoas. No intervalo entre as atrações, são transmitidas mensagens sobre segurança na rede elétrica e artistas da comunidade também têm a oportunidade de se apresentar.

Consumidor é Show

Entre as atividades para comemorar o Dia do Consumidor (15 de março), a AES Eletropaulo firmou uma parceria com o Jornal da Tarde, do grupo O Estado de S.Paulo, para estimular o consumo consciente e levar informação e diversão para a comunidade.



A primeira ação dessa parceria foi um debate sobre consumo realizado no dia 7 de março de 2005, que atraiu 100 pessoas ao auditório do jornal.

A AES Eletropaulo apresentou várias ações direcionadas a seus clientes e esclareceu dúvidas. Também estiveram presentes ao debate um colunista do JT e representantes da Varig e de entidades relacionadas à defesa do consumidor, como a Fundação Procon, Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), Consumers International, ProTeste, Pró-Consumer, Instituto de Pesos e Medidas (Ipem), Instituto Akatu e Associação Brasileira de Ouvidores (ABO).



Outra ação da parceria entre o jornal e a AES Eletropaulo é o evento O Consumidor é Show, que aconteceu no dia 13 de março (domingo) e reuniu cerca de 12 mil pessoas na Arena do Sambódromo do Anhembi. A AES Eletropaulo e várias entidades de defesa do consumidor montaram estandes para prestar esclarecimentos ao público presente. Além de trazer Jorge Aragão e Marcelo D2 para animar a festa, o evento contou com a participação do colaborador Fábio Costa (Tio Fio), que alertou as pessoas sobre os riscos com a eletricidade e a necessidade de seu uso racional. Os livros arrecadados neste evento foram doados a uma biblioteca montada no posto de atendimento da empresa em Heliópolis.



Acorde para o Meio Ambiente

Projeto desenvolvido em parceria com a Secretaria de Estado do Meio Ambiente, AES Eletropaulo, outras empresas privadas e ONGs, tem como objetivo incentivar a cultura e conscientizar a população sobre a importância da preservação do meio ambiente. É solicitada a doação de um quilo de alimento não-perecível para ser entregue a instituições sociais. Em 2005, a cidade de Ribeirão Grande recebeu a Orquestra de Sopros Brasileira. Em Mauá, a cantora Elba Ramalho apresentou-se com a Orquestra Sinfônica de Poços de Caldas. No Jardim Botânico de São Paulo, Bibi Ferreira apresentou-se acompanhada da Orquestra Phylarmonik. Cerca de 15 mil pessoas assistiram aos espetáculos.

Cultura

Museu da Língua Portuguesa

A AES Eletropaulo é parceira no projeto Estação da Luz da Nossa Língua, museu sobre o idioma instalado no prédio da Estação da Luz, no centro de São Paulo. Também chamado de Museu da Língua Portuguesa, este novo espaço cultural foi entregue à população em março de 2006. O projeto é uma iniciativa do Governo do Estado de São Paulo e da Fundação Roberto Marinho e, além da AES Eletropaulo, tem o apoio das seguintes organizações: IBM, Petrobras, Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, Ministério da Cultura, Instituto Vivo, BNDES e Votorantim. Falada em oito países (Portugal, Cabo Verde, Guiné-Bissau, São Tomé e Príncipe, Moçambique, Angola, Brasil e Timor Leste), e nas regiões de Macau (China), Goa (Índia) e Galiza (Espanha), a língua portuguesa é hoje o quinto idioma do mundo. Único museu da língua em todo o mundo, o espaço abrigará exposições sobre o idioma e outros que influenciaram o português brasileiro.

Museu de Energia Núcleo de São Paulo

Outra parceria com o Governo do Estado de São Paulo e grandes empresas viabilizou a criação do Museu de Energia e Saneamento de São Paulo. O museu funciona na esquina das alamedas Cleveland e Nothmann, no bairro dos Campos Elíseos, região central de São Paulo, em um casarão que pertenceu à família de Alberto Santos Dumont. Também vai abrigar a sede da Fundação Energia e Saneamento, mantenedora do museu.

Além do trabalho de restauro patrimonial e recuperação histórica, os visitantes podem conhecer o design dos primeiros chuveiros elétricos, ferros de passar, tostadeiras, máquinas de lavar, além de aparelhos de TV e rádio antigos. Outros atrativos são as salas interativas, cursos intensivos de física, curiosidades sobre a história da iluminação, detalhes de fontes convencionais e alternativas de energia, eletrodomésticos da primeira e segunda metade do século passado.

Salas de Leitura

Durante o ano de 2006 serão instaladas no entorno de comunidades de baixa renda 50 salas de leitura com 500 títulos para consulta e empréstimo. Cada título terá dois exemplares, totalizando mil livros. Estas salas têm como pré-condição o envolvimento voluntário das pessoas na administração do acervo.



Política Cultural—Grupo AES no Brasil

1. A estratégia de política cultural das companhias controladas pelo Grupo AES no Brasil tem dois objetivos:

- a) Fornecer às comunidades nas quais as companhias (AES Eletropaulo, AES Tietê e AES Uruguaiana) estão inseridas e ao público interno oportunidades de acesso a atividades culturais, artísticas e educativas;
- b) Valorizar a imagem institucional das companhias junto a essas mesmas comunidades;

Por comunidade entenda-se grupos compostos por indivíduos de perfis semelhantes. Por exemplo: baixa renda, formadores de opinião, clientes corporativos, jornalistas etc.

2. As ações culturais estarão permanentemente em linha com a estratégia corporativa das companhias e do Grupo AES no Brasil;

3. Sempre que possível e conveniente para a valorização da imagem do Grupo AES no Brasil, as empresas controladas desenvolverão ações de política cultural em conjunto;

4. Tendo em vista o compromisso do Grupo AES no Brasil com o desenvolvimento sustentável, as ações culturais deverão estar em consonância com o programa de responsabilidade social e os princípios da política de meio ambiente, saúde e segurança no trabalho das companhias;

5. As ações culturais também deverão estar em consonância com as prioridades corporativas específicas para os públicos-alvos a que se destinam e sujeitar-se à disponibilidade de recursos orçamentários das companhias;

6. A AES Eletropaulo tem três públicos-alvos prioritários, sob responsabilidade direta das seguintes áreas:

Comunidade de Menor Poder Aquisitivo

Vice-Presidência de Operações

Clientes Corporativos

Vice-Presidência Comercial

Formadores de Opinião

Presidência

7. A AES Tietê e a AES Uruguaiana têm dois públicos-alvos prioritários, sob responsabilidade direta das seguintes áreas:

Comunidades Municipais

Vice-Presidência de Operação e Manutenção;

Formadores de Opinião

Presidência;

8. As ações culturais serão dirigidas preferencialmente aos públicos-alvos relacionados nos itens 5 e 6. Estas ações serão definidas em conjunto pela área de Comunicação e Responsabilidade Social e pelas áreas diretamente responsáveis. Posteriormente serão encaminhadas à aprovação do Comitê de Política Cultural do Grupo AES no Brasil;

9. A implantação de qualquer projeto cultural deverá ser previamente aprovada pelo Comitê de Política Cultural do Grupo AES no Brasil;

10. Serão consideradas as seguintes variáveis para a definição e aprovação dos projetos:

- Perenidade
- Originalidade
- Impacto positivo para a comunidade
- Coerência com as mensagens principais do Grupo AES
- Potencial de exposição de imagem positiva das companhias
- Potencial de retorno de mídia e de atração de parcerias
- Possibilidade de associação direta dos nomes das empresas do Grupo AES ao projeto
- Idoneidade da instituição proponente
- Demais parcerias envolvidas no projeto;

11. A fim de potencializar a utilização de recursos próprios, os projetos culturais serão implantados apenas se estiverem sujeitos a benefícios fiscais, exceto em ocasiões em que a companhia não apresentar lucro fiscal;

12. Os projetos deverão ser planejados ao final de cada ano para execução no ano seguinte;

13. Os projetos deverão observar as seguintes prioridades temáticas, com o objetivo de consolidar a imagem do Grupo AES no Brasil:

— **Música:** shows populares no formato “Domingo Show AES Eletropaulo” e apresentações eruditas no formato “Acorde para o Meio Ambiente”;

— **Social/Cultural:** “Programa Geração Cidadania”

— Projetos sociais/ culturais com foco em crianças e adolescentes carentes dos municípios;

—**Educação:** produção de livros-brinde e estímulo à abertura e operação de bibliotecas regionais;

—**Meio ambiente:** Programa de Educação Ambiental, com foco em crianças e adolescentes;

—**Cinema;**

—**Teatro**

Obs: os demais temas serão objeto de discussões específicas;

14. Os recursos provenientes dos incentivos fiscais deverão ser planejados anualmente e atualizados a cada mês ou trimestre, adaptando-se à forma de tributação da empresa e observando as seguintes diretrizes:

AES Eletropaulo

60%—eventos destinados à comunidade de menor poder aquisitivo

15%—eventos destinados a formadores de opinião

15%—eventos destinados a clientes

10%—eventos pontuais de interesse da companhia

AES Tietê e AES Uruguaiana

85%—ações/eventos destinados à comunidade

10%—eventos destinados a formadores de opinião

5%—eventos pontuais de interesse da companhia;

15. Recursos próprios para eventuais complementos dos incentivos fiscais deverão ser alocados no orçamento da área de Comunicação e Responsabilidade Social da AES Eletropaulo, da AES Tietê e da AES Uruguaiana;

16. Projetos que eventualmente superarem o limite constante do orçamento da área de Comunicação e Responsabilidade Social serão objeto de deliberação específica do Comitê de Política Cultural e de definição de nova fonte de recursos.



Governo

É notório o compromisso da AES Eletropaulo com a transparência das atividades, um dos princípios de sua governança corporativa. Conforme expressa precisamente seu Código de Ética, a empresa não admite qualquer prática relacionada à corrupção, exemplo de referência nacional e internacional. Na relação com o poder público, além de divulgar suas normas interna e externamente e promover sistemáticas auditorias, a empresa dispõe de um canal para denúncias de irregularidades às autoridades competentes.

Outra prioridade da AES Eletropaulo é sua inserção no espaço público, por meio da promoção de debates e de apoio a projetos de interesse coletivo.

Buscando ampliar o exercício da cidadania corporativa, a empresa participa de associações e fóruns empresariais e apóia projetos sociais de instituições públicas, com recursos humanos, técnicos e financeiros.

Eficiência Energética em Prédios Públicos

As áreas de Eficiência Energética e Poder Público realizam uma série de projetos e buscam através da melhoria da eficiência dos sistemas de iluminação e climatização de prédios de órgãos públicos, reduzir os desperdícios eventualmente existentes, permitindo uma melhor prestação de serviços à comunidade. Esta ação resulta em economia de energia, melhor iluminação e climatização de ambientes, proporcionando benefício direto à população. Alguns setores beneficiados são: saúde, cultura e educação.

Os projetos realizados na área de concessão da empresa abrangeram hospitais municipais e estaduais, dentre eles o Hospital das Clínicas de São Paulo, escolas da rede municipal de ensino, Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, Receita Federal, Tribunal Regional do Trabalho, Instituto Nacional do Seguro Social, Centro Cultural São Paulo. Ao todo foram investidos cerca de R\$ 11 milhões nestes projetos.

Além das áreas beneficiadas em 2005, o programa aprovado para 2006 atingirá segurança pública (Polícia Militar), transporte e instituições beneficentes, entre elas a Associação de Assistência à Criança Deficiente–AACD. Os recursos a serem aplicados chegarão a R\$ 22 milhões, ou seja, o dobro do ano anterior.

Conforme já mencionado, o governo continua sendo um dos principais beneficiados pelo valor adicionado produzido pela empresa. São cerca de R\$ 4 bilhões recebidos em 2005. De 2004 a 2005, a proporção aumenta de 63% da distribuição do valor adicionado para 66% respectivamente.



Apresentação	Considerações Finais	45
Práticas	Temas Abrangentes	46
Relacionamentos	Diferentes Públicos	47
Conclusões		
Créditos		



Considerações Finais

O porte e o mercado da AES Eletropaulo fazem com que a empresa seja o grande destaque nacional e latino-americano no setor de distribuição de energia elétrica. Isso implica que seu compromisso com a Responsabilidade Social Corporativa tenha importantes reflexos. A administração da empresa segue um caminho cuja ênfase se dá na governança corporativa, na excelência da prestação de serviços, no controle e preservação ambiental, além da interação constante com as comunidades.

O reconhecimento público se evidencia nas diversas premiações e certificações obtidas pela empresa. Especial atenção é merecida na inserção da AES Eletropaulo no Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bovespa. Trata-se de nítida mensagem passada à sociedade de que seu compromisso com a Responsabilidade Social Corporativa está se consolidando.

O Relatório aponta padrões de excelência, reconhecidos nacional e internacionalmente, em vários indicadores de desempenho da Responsabilidade Social Corporativa da AES Eletropaulo. Os principais aspectos são a seguir apresentados em duas dimensões: os grandes temas da Responsabilidade Social Corporativa e o relacionamento com os *stakeholders*.



Temas Abrangentes

(I) Princípios, Valores e Transparência

Os valores comuns ao Grupo AES— segurança, integridade, compromisso, excelência e auto-realização—permeiam o desempenho da AES Eletropaulo na Responsabilidade Social Corporativa. O Código de Ética, indicador básico, evidencia tais compromissos, que são disseminados não só interna como externamente.

(II) Atuação Sócio-Ambiental

O Sistema de Gestão Ambiental atinge toda a infra-estrutura gerencial e logística da AES Eletropaulo. Práticas consideradas de excelência no mercado são identificadas na destinação e tratamento de resíduos perigosos e se estendem, inclusive, aos fornecedores. A certificação ISO 14001 da AES Eletropaulo em 2005 para 182 endereços revela o esforço empreendido. A prevenção é fator de especial atenção da AES Eletropaulo que em 2005 investiu forte na diminuição da poluição ambiental e na formação de seus funcionários sobre o tema. Tudo isso culmina com a definição de uma Política de Meio Ambiente, Saúde e Segurança do Trabalho do Grupo AES, que inclui a AES Eletropaulo e as demais empresas do grupo de forma integrada.

(III) Geração e Distribuição do Valor Adicionado

A receita bruta da AES Eletropaulo aponta para um crescimento constante nos últimos anos. Mais relevante, porém, é a evidência de que o aumento da riqueza (valor adicionado) é maior que o da receita.

Durante o período analisado (últimos três anos), a receita aumentou 20%, de R\$ 8,7 bilhões para R\$ 10,4 bilhões. A riqueza gerada aumentou de 53,5% da receita para 55,1%.



Relacionamento com Diferentes Públicos

(I) Acionistas e Financiadores

Em função de uma adequada estratégia financeira de renegociação com bancos credores, os financiadores receberam melhor proporção do Valor Adicionado em 2005, cerca de 20% do total. No caso dos acionistas, a participação na riqueza da empresa ainda revela perda. Entretanto, cabe destacar que as ações da empresa na Bovespa cresceram mais que o Ibovespa em 2005. Merece destaque ainda a criação de um site de relacionamento com investidores.

(II) Consumidores e Clientes

As práticas de excelência no mercado se referem ao atendimento ao consumidor e à implementação de uma política de relacionamento comercial. O melhor atendimento ao cliente se revela em ações como a instalação de megalojas, reformulação da Ouvidoria, melhoria do *Call Center* e criação de uma rede terceirizada, levando o atendimento pessoal a todos os municípios da área de concessão.

(III) Público Interno

O investimento na gestão participativa no que tange ao relacionamento da AES Eletropaulo com seus funcionários também se evidencia em vários pontos. Padrões de excelência reconhecidos surgem na articulação com sindicatos e no diálogo permanente. A crescente inserção das mulheres em seu quadro gerencial é outro fator a ressaltar. A existência de uma sede própria para o desenvolvimento do Sistema de Educação Corporativa sinaliza para o público interno e externo que a idéia e a prática da gestão do conhecimento estão presentes na empresa. Junte-se a isso uma preocupação permanente com saúde, segurança e boas condições de trabalho e percebe-se um cenário de avanços, resultado de investimento social interno da ordem de R\$ 4,3 milhões em 2005.

(IV) Fornecedores

Nos últimos anos é crescente o volume alocado à aquisição de bens e serviços, chegando a R\$ 5 bilhões em 2005. O relacionamento com os fornecedores passa por critérios rigorosos de seleção e avaliação nos temas de ética, direitos humanos e, particularmente, questões ambientais. Os trabalhadores terceirizados participam do processo de desenvolvimento profissional ofertado ao público interno da empresa.

(V) Comunidade

São muitas as ações da AES Eletropaulo relativas a seu investimento social externo. Estas ações apontam para aspectos comuns como: envolvimento da comunidade; parcerias com outras organizações, particularmente as públicas; e foco em educação, entendida em conceito ampliado, e na criança e adolescente. O atendimento ao cliente de baixa renda, por exemplo, passou de uma forma reativa presente até 2004 a um processo estruturado de diálogo constante. No tema de segurança e meio ambiente fica evidente a preocupação da empresa com a comunidade e a preservação ambiental. Palestras, eventos e campanhas na mídia demonstram o interesse da AES Eletropaulo no fortalecimento da relação com esse *stakeholder*. O estímulo ao uso racional e seguro de energia utiliza como ferramentas a educação e a conscientização por meio do Procel nas Escolas e do Eletropaulo na Comunidade.

[14] www.pnud.org.br
Até 2015, todos os
191 Estados-Membros das
Nações Unidas assumiram o
compromisso de:
1. Erradicar a Pobreza e a Fome;
2. Atingir o Ensino Básico Universal;
3. Promover a Igualdade entre os
Sexos e a Autonomia das Mulheres;
4. Reduzir a Mortalidade Infantil;
5. Melhorar a Saúde Materna;
6. Combater o HIV/AIDS,
a Malária e outras Doenças;
7. Garantir a Sustentabilidade
Ambiental; 8. Estabelecer uma
Parceria Universal para
o Desenvolvimento

(VI) Os programas de educação permanente Circo das Artes e as duas Creches Luz e Lápis, além da implantação de salas de leitura, mostram como trabalhar a educação como fator de inclusão social, sem ser assistencialista. Na área de entretenimento, O Domingo Show e O Consumidor é Show são também exemplos de como abrir oportunidades às comunidades da cidade de São Paulo e de regiões periféricas.

A geração de renda é outro foco dos investimentos sociais externos da AES Eletropaulo ao disponibilizar espaços, em regime de comodato, para atividades produtivas.

A regularização de ligações clandestinas abre a porta para que as pessoas envolvidas vivenciem o sentido da palavra cidadania. Os cidadãos se habilitam ao crédito, à melhoria de suas condições de vida e têm acesso a outros benefícios, tais como bibliotecas e internet. O estabelecimento da Política Cultural para o conjunto do Grupo AES se reflete nas múltiplas ações que a AES Eletropaulo desenvolve e pretende seguir. Importantes parcerias com outras empresas do setor privado e do setor público contribuíram para os esforços de criação do Museu da Língua Portuguesa e do Museu de Energia Núcleo de São Paulo.

(VII) Governo

Este é o grande beneficiário do valor adicionado distribuído pela AES Eletropaulo, atingindo 66% do total no ano de 2005. Entretanto, não apenas por meio de tributos a empresa se relaciona com o governo. A lisura e transparência são padrões de comportamento da empresa nesse relacionamento. Práticas anticorrupção na AES Eletropaulo são padrões referenciais dentro e fora do país. A participação da empresa em associações e fóruns empresariais, além do apoio a projetos de órgãos públicos (eficiência energética na iluminação de prédios públicos nas áreas de saúde, cultura e educação) indicam sua inserção no espaço público.

Este Relatório descreveu um cenário onde a sociedade e suas instituições podem contemplar o que a AES Eletropaulo tem feito em termos de Responsabilidade Social Corporativa. A transparência das ações, a atenção com os temas fundamentais, o relacionamento com os *stakeholders* e os investimentos realizados mostram que a empresa se associa às Metas do Milênio [14] de forma concreta e consistente.



Apresentação	Diretoria
Práticas	Eduardo José Bernini Diretor-Presidente
Relacionamentos	Britaldo Pedrosa Soares Vice-Presidente de Finanças e Relações com Investidores
Conclusões	Roberto Mario Di Nardo Vice-Presidente de Operações
Créditos	Cyro Vicente Boccuzzi Vice-Presidente Técnico
	Luiz Carlos Ciocchi Vice-Presidente de Serviços Corporativos
	Ricardo A. Gobbi Lima Vice-Presidente Comercial
	Antonio Luiz Barros de Salles Diretor de Negócios Jurídicos e Relações Institucionais
	Maria Angela Jabur Diretora de Comunicação e Responsabilidade Social
	Andréa Cristina Ruschmann Diretora Executiva de Tesouraria e Relações com Investidores
	Manuel Paulo Martins Diretor de Recursos Humanos
	Jeffery A. Safford Diretor Executivo de Relacionamento AES e BNDES
	Carlos Augusto Leite Brandão Diretor de Coordenação Empresarial
	Supervisão Geral e Coordenação Editorial
	Maria Angela Jabur Diretora de Comunicação e Responsabilidade Social

Grupo de Trabalho

Sérgio Maryama
Responsabilidade Social

Ana Cristina Conceição
Conteúdo

Luiz Vaz
Imagem Corporativa

Elaboração de Conteúdo e Texto

Comunitas
www.comunitas.org.br

IETS
www.iets.org.br

Colaboração
Carlos Rafael Tanjioni
Sheila Ferreira
Guilherme Coutinho D’Onofrio

Projeto Gráfico
Vicente Gil Arquitetura e Design
www.vicentegil.com.br

Fotografia
Damião A. Francisco
JC Brasil
Arquivo AES Eletropaulo

Sede
Rua Lourenço Marques 158
04547-100 Vila Olímpia
São Paulo SP Brasil
Telefone
55 11 **2195 2021**
Fax
55 11 **2195 2269**

www.eletropaulo.com.br

CNPJ 61.695.227/0001-93
Inscrição Estadual 35.300.050.274